

# **MANAJEMEN KRISIS *GEMBIRA LOKA ZOO***

**(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Hubungan Masyarakat dalam  
Mengembalikan Citra Perusahaan Pasca Erupsi Merapi 2010)**



## **SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

**Latifa Zahra**

**08730048**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2012**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Latifa Zahra  
Nomor Induk : 08730048  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 31 Agustus 2012

Yang Menyatakan,



**Latifa Zahra**

**NIM.08730048**





**KEMENTRIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

UIN.02/KP 073/PP.09/21/2011

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

**Hal : Skripsi**  
**Kepada :**  
**Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamualaikum. Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Latifa Zahra

NIM : 08730048

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : **Manajemen Krisis Pada Gembira Loka (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas dalam Mengembalikan Citra Perusahaan Guna Meningkatkan Pengunjung Pasca Erupsi Merapi 2010)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum. Wr. Wb.*

Yogyakarta, 31 Agustus 2012  
Pembimbing,

**Yani Tri Wijayanti, M.Si**  
**NIP. 19800326 200801 2 010**



**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ ~~1470~~ /2012

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KRISIS GEMBIRA LOKA ZOO (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Hubungan Masyarakat dalam Mengembalikan Citra Perusahaan Pasca Erupsi Gunung Merapi 2010)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Latifa Zahra  
NIM : 08730048

Telah dimunaqosyahkan pada : Kamis, tanggal: 06 September 2012  
dengan nilai : 85,67 (A/b)


Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

**PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :**


Ketua Sidang

  
Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si  
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji I

  
Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si  
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji II

  
Mokh. Mahfud, S.Sos., M.Si  
NIP. 19770713 200604 1 001


Yogyakarta, 29.10.2012

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



  
Dudung Abdurahman, M.Hum  
NIP. 19630306 198903 1 010

HALAMAN MOTTO

*Success consists of going  
failure to failure without loss  
of enthusiasm*

*Winston Churchill*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk:

*Keluarga Besar & Almamater*

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*

*Prodi Ilmu Komunikasi*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **MANAJEMEN KRISIS PADA GEMBIRA LOKA ZOO (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas dalam Mengembalikan Citra Perusahaan Guna Meningkatkan Pengunjung Pasca Erupsi Merapi 2010).**

Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ketua prodi Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si dan selaku dosen pembahas proposal.
3. Sekretaris program studi Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si.
4. Ibu Yani Tri Wijayanti, M.Si. selaku dosen pembimbing super yang telah mengikhlaskan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing skripsi saya ke jalan yang benar.
5. Ibu Hj. Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si selaku dosen pembimbing akademik dan dosen penguji I.
6. Bapak Mokhammad Mahfud S.Sos.I, M.Si selaku dosen penguji II.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Bapak Gunardi selaku Kepala Humas Gembira Loka Zoo dan seluruh jajaran staf humas Gembira Loka Zoo terimakasih atas bantuannya dan kerjasamanya untuk melakukan penelitian di Gembira Loka Zoo
9. Ibu Lucia Anna Novitasari, SE. Ka Bagian Pemasaran Gembira Loka Zoo terimakasih telah meluangkan waktu untuk meladeni saya bertanya – tanya.

**10. Kedua orang tuaku, Ayah dan Ibu atas semua dukungan dan semangat serta doa yang tidak terhingga sampai detik ini, adikku Oku dan Akbar yang aku sayangi. TERIMAKASIH.**

11. Saudara sapupuku yang akhirnya pernah menjadi teman sekelas, Binandy Apriato. Terimakasih! Semoga cepat menyusul. ;-)

12. Teman, sahabat, senior, kakak, mas Azhar Sukma Alam terimakasih atas dukungan dan motivasinya serta kesabarannya. Akhirnya Ara menyusul jugakan. :D

13. Sahabat terindahku yang sudah seperti saudara Ninda, Titik, Hani, Kiki. Love you sist!

14. Femmy, Ditto, Runi terimakasih karena telah menyemangati, menemani, dan mendukungku agar tetap terus berjalan maju kedepan tanpa melihat kebelakang. Kalian Spesial!

15. Teman – teman yang telah menjadi satu keluarga dari kelas Ikom A, B, dan C yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih banyak.

16. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu. Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima disisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, Amin.

Demikian yang dapat penulias sampaikan, semoga semua bisa bermanfaat bagi semua pihak. Terimakasih.

Yogyakarta, 30 Agustus 2012

Penyusun,

Latifa Zahra



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Dan Manfaat.....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Manfaat .....	6
a. Akademis .....	6
b. Praktis .....	7
D. Tinjauan Pustaka .....	7

E.	Landasan Teori .....	10
1.	<i>Public Relations</i> (PR) .....	10
2.	Manajemen Krisis .....	12
a.	Krisis .....	12
b.	Kategori Krisis .....	12
c.	Faktor – Faktor Penyebab Krisis .....	13
d.	Tahap Krisis .....	17
3.	Peran Humas dalam Manejemen Krisis Guna Mengembalikan Citra .....	20
a.	Proses Pembentukan Citra .....	21
b.	Citra Perusahaan .....	24
c.	Peran Humas dalam Manejemen Krisis .....	25
F.	Metode Penelitian .....	26
1.	Jenis Penelitian .....	26
2.	Subjek dan Objek Penelitian .....	27
a.	Subjek Penelitian .....	27
b.	Objek Penelitian .....	27
3.	Metode Pengumpulan Data .....	27
a.	Jenis Data .....	27
4.	Metode Analisis Data .....	28
5.	Uji Keabsahan Data .....	30

## **BAB II GAMBARAN UMUM**

A.	Gambaran Umum Gembira Loka Zoo .....	32
----	--------------------------------------	----

1. Sejarah Gembira Loka Zoo .....	32
2. Fasilitas Gembira Loka Zoo .....	34
a) Jumlah <i>Flora</i> dan <i>Fauna</i> .....	34
b) Fasilitas Penunjang .....	37
B. Bagan Struktur Perusahaan .....	44
C. Visi dan Misi Perusahaan .....	46
1. Visi Gembira Loka Zoo .....	46
2. Misi Gembira Loka Zoo .....	46
<b>BAB III ANALISIS</b>	
A. Kronologi Kejadian Krisis.....	49
1. Kategori Krisis .....	51
2. Faktor – Faktor Penyebab Krisis .....	52
3. Tahap – tahap Krisis yang Di Alami Gembira Loka Zoo..	52
B. Peran Humas dalam Manajemen Krisis Guna	
Mengembalikan Citra .....	59
1. Proses Pembentukan Citra .....	59
2. Peran Humas dalam Manajemen Krisis .....	61
C. Citra Perusahaan Gembira Loka Zoo .....	72
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	1 Jenis Hewan Gembira Loka <i>Zoo</i> .....	34
Tabel	2 Jenis dan Jumlah Tanaman Gembira Loka <i>Zoo</i> .....	35
Tabel	3 Jumlah Satwa Gembira Loka <i>Zoo</i> .....	35
Tabel	4 Kronologi Letusan Gunung Merapi .....	51

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik	1 Penurunan Jumlah Pengunjung Gembira Loka Zoo .....	3
Grafik	2 Kenaikan Jumlah Pengunjung Gembira Loka Zoo.....	4
Grafik	3 Jumlah Pengunjung Bulan September hingga Oktober 2010	55
Grafik	4 Jumlah Pengunjung Bulan Oktober hingga Nopember 2010	57
Grafik	5 Jumlah Pengunjung Bulan Nopember hingga Desember 2010	58



## DAFTAR BAGAN

Bagan	1 Tata Kelola Kerja Gembira Loka Zoo .....	43
Bagan	2 Tata Kerja Bidang Operational .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Pembentukan Citra .....	21
Gambar 2 Laboratorium Pendidikan Alam Gembira Loka Zoo .....	36
Gambat 3 Kapal Mayang Sari Gembira Loka Zoo.....	37
Gambar 4 Kolam Sentuh Gembira Loka Zoo.....	38
Gambar 5 Salah Satu Koleksi Amphibia Gembira Loka Zoo .....	39
Gambar 6 Peta Gembira Loka Zoo .....	40
Gambar 7 Lantai Peta Gembira Loka Zoo.....	41
Gambar 8 Pembentukan Citra .....	58
Gambar 9 Tiket Masuk Gratis Gembira Loka Zoo.....	65

## ABSTRACT

Gembira Loka Zoo's located at Jalan Kebun Raya 2 Yogyakarta. Gembira Loka Zoo it's one of the famous tourism places in Yogyakarta. There are a lot of floras and faunas which can be found and see. There are many attractive games and performances which can be enjoy to family holiday. In 2010 Gembira Loka Zoo's having crisis. Because of the Eruption of Gunung Merapi, the number of the visitors of Gembira Loka Zoo was decreasing. It's happened after September 2010. From 136.206 visitors in September it's decreasing until 19.967 visitors in Nopember. But it's increase in Desember 2010 and continue to rise until 2011.

This research is research about how public relations in Gembira Loka Zoo to handle the crisis. The way, the strategy of public relations to increase the number of the visitors to handle the crisis. The method of how to analyze this research is using stages that proposed by Frank Jefkin. After that this reasearch analyze the image of the coorporate. Whether the image of the coorporate has returned or not. This reseach in using qualitative research, so interview is one of the main way to collect information.

Although there are many way, publicity is the major step taken by public relations of Gembira Loka Zoo to handle the crisis. This proved to be effective because the number of visitors continues to increase from year to year and the image of the coorporate is back.

**KEYWORD: Public Relations, The way, the straregy of public relations Gembira Loka Zoo to handle the crisis.**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bencana alam merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan krisis untuk sebuah instansi atau perusahaan. Kedatangannya yang tidak dapat diprediksi, membuat guncangan kepada pihak yang terkena dampaknya. Tentu saja banyak sektor yang sangat terpengaruh atas terjadinya suatu bencana alam, salah satunya sektor Pariwisata.

Bencana Gunung Merapi di tahun 2010 merupakan salah satu bencana hebat yang melanda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berbagai media banyak yang memberitakan mengenai meletusnya Gunung Merapi tahun 2010. Letusan pada tahun 2010 ini merupakan letusan yang lebih dahsyat dibandingkan dengan letusan – letusan sebelumnya. Letusan hebat yang tercatat dalam sejarah, adalah letusan tahun 1872. Seperti yang dilansir [kompas.com](http://kompas.com) yang diunduh pada Hari Selasa pukul 11:34 memberitakan bahwa :

YOGYAKARTA, KOMPAS.com — Letusan Gunung Merapi pada 2010 lebih besar dibanding dengan letusan gunung tersebut lebih dari 100 tahun lalu atau pada 1872.

"Jika diukur dengan indeks letusan, maka letusan pada 2010 ini lebih besar dibanding letusan Merapi yang pernah tercatat dalam sejarah, yaitu pada 1872," kata Kepala Balai Penyelidikan dan Pengembangan Teknologi Kegunungapian (BPPTK) Yogyakarta Subandriyo di Yogyakarta, Selasa (9/11/2010).

Menurut dia, salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan besar indeks letusan adalah dari jumlah material vulkanik yang telah dilontarkan. Pada letusan 1872, jumlah material vulkanik yang dilontarkan oleh Gunung Merapi selama proses erupsi mencapai 100 juta meter kubik. Sementara itu, hingga kini jumlah material vulkanik yang telah dimuntahkan Gunung Merapi sejak erupsi pada 26 Oktober hingga sekarang diperkirakan telah mencapai sekitar 140 juta meter kubik dan aktivitas seismik gunung tersebut belum berhenti.

"Sebagian besar material vulkanik itu mengarah ke Kali Gendol dan kini bagian atas sungai tersebut telah dipenuhi oleh material vulkanik," katanya.

Oleh karena itu, ancaman adanya banjir lahar di sejumlah sungai yang berhulu di Gunung Merapi masih sangat dimungkinkan terjadi. BPPTK mencoba melakukan pemantauan dari udara dengan foto udara. Namun, pihaknya masih terus melakukan analisis terhadap hasil foto tersebut.

"Ada beberapa kendala saat pelaksanaan foto udara tadi, yaitu kolom asap yang masih cukup tebal sehingga menghalangi pandangan untuk melihat kondisi puncak Merapi," ujarnya.

Berdasarkan hasil pemantauan hingga pukul 12.00 WIB, masih terjadi gempa tremor secara beruntun yang mengindikasikan adanya aktivitas magma di dalam tubuh gunung. Kepala Pusat Vulkanologi dan Mitigasi Bencana Geologi Surono mengatakan, ada beberapa ahli vulkanologi dan geologi dari negara asing yang ingin membantu melakukan pemantauan terhadap aktivitas Merapi.

"Kami persilakan saja. Merapi adalah sebuah laboratorium dunia sehingga siapa pun bisa melakukan penyelidikan, apalagi letusan Merapi tidak terjadi satu tahun sekali," katanya.

Sejumlah ahli vulkanologi dan geologi asing tersebut berasal dari Jepang, Amerika Serikat, dan juga Perancis. Sementara itu, Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Syamsul Maarif mengimbau agar masyarakat tetap mengikuti instruksi pemerintah untuk berada di radius aman, yaitu 20 kilometer (km) dari puncak Gunung Merapi. Selain itu, masyarakat juga diminta tidak beraktivitas di jarak 500 meter dari tiap sisi sungai, khususnya sungai yang berhulu di Gunung Merapi, untuk menghindari bahaya lahar dingin.

Berdasarkan data dari BNPB, jumlah korban yang meninggal dunia akibat letusan Gunung Merapi sejak 26 Oktober telah mencapai 151 orang yang terdiri atas 135 orang di DIY dan 16 orang di Jawa Tengah dan total pengungsi mencapai 320.090 jiwa. Letusan Gunung Merapi tersebut juga merusak 291 rumah. Satu tanggul jebol di Desa Ngepos akibat luapan lahar dingin.

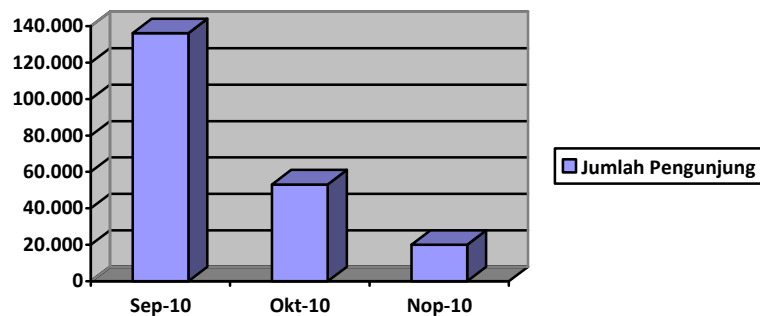


Dengan adanya pemberitaan mengenai keadaan Yogyakarta, tak pelak menjadikan masyarakat yang ingin berwisata menjadi khawatir. Hal ini sempat menyebabkan terjadinya penurunan jumlah pengunjung di beberapa tempat wisata di Yogyakarta.

*Gembira Loka Zoo* yang merupakan salah satu sektor pariwisata Yogyakarta yang juga merasakan krisis akibat bencana alam ini pada saat tahun 2010. Salah satu tempat wisata andalan yang berlokasi di Jalan Kebun Raya Nomor 2 Yogyakarta 55171, sempat mengalami penurunan jumlah pengunjung. Penurunan ini dapat terlihat dari grafik berikut ini :

Grafik 1

Penurunan Jumlah Pengunjung *Gembira Loka Zoo*



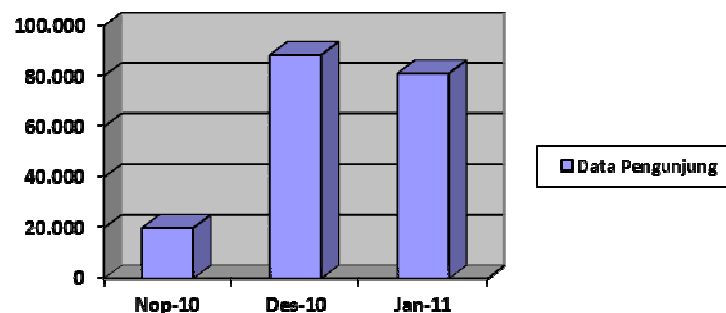
Sumber : Dep. Marketing dan Pengembangan *Gembira Loka Zoo*

Dari data yang di atas, dapat terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung terhitung dari bulan Oktober 2010. Erupsi merapi yang terjadi di pada bulan September hingga Oktober ini sedikitnya memang berdampak bagi *Gembira Loka Zoo*. Pada bulan September 2010 jumlah pengunjung *Gembira Loka Zoo* mencapai angka 136.205 orang. Di bulan Oktober di mana erupsi

masih terjadi jumlah pengunjung menurun hingga 53.238 orang. Walaupun erupsi merapi sudah mereda namun efek yang ditimbulkan masih berdampak. Hal ini terlihat dengan semakin menurunnya jumlah pengunjung hingga 19.967 jiwa. Baru dibulan Desember, usaha pengembalian citra yang dilakukan *Gembira Loka Zoo* membuahkan hasil. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengunjung hingga 88.732 jiwa dan tetap dipertahankan hingga awal tahun 2011.

Grafik 2

Kenaikan Jumlah Pengunjung *Gembira Loka Zoo*



Sumber : Dep. Marketing dan Pengembangan *Gembira Loka Zoo*

Melihat data yang tersebut, dapat terlihat adanya usaha pemulihan yang dilakukan oleh pihak *Gembira Loka Zoo*. Hal ini lebih terlihat dalam perbandingan jumlah pengunjung pada tahun dimana bencana itu terjadi yaitu tahun 2010 dengan tahun 2011. Pada tahun 2010 jumlah pengunjung yang datang sebanyak 888.376 orang. Sedangkan pada tahun 2011 pengunjung yang datang ke *Gembira Loka Zoo* meningkat menjadi 1.198.800 orang.

Meningkatnya jumlah pengunjung di tahun 2011 menandakan adanya upaya pemulihan dari pihak *Gembira Loka Zoo*. Dalam hal ini Divisi *Public Relations* (PR) atau Humas tentunya sangat memberi andil besar dalam usaha penanggulangan krisis. Krisis sebenarnya dialami oleh setiap perusahaan. Namun sebuah krisis dapat menjadi peluang jika disikapi dengan benar. Untuk mengubah krisis menjadi peluang diperlukan persiapan yang matang, termasuk peningkatan kemampuan staf, implementasi dari rencana harus didesain dengan baik (Afdhal, 2008 : 102).

Dengan latar belakang tersebut penelitian ini akan meneliti mengenai bagaimana Humas *Gembira Loka Zoo* dalam mengelola dan menghadapi permasalahan yang timbul dan menyebabkan krisis . Sehingga peneliti mengangkat menjadi judul skripsi yang berjudul : **“Manajemen Krisis *Gembira Loka Zoo* (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Hubungan Masyarakat dalam Mengembalikan Citra Perusahaan Pasca Erupsi Merapi 2010)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang hendak dikaji lebih dalam adalah :

Bagaimana Peran Humas *Gembira Loka Zoo* dalam mengelola manajemen krisis guna mengembalikan citra perusahaan pasca erupsi merapi tahun 2010?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dengan adanya penelitian ini adalah, ingin mengetahui dan menggambarkan atau mendeskripsikan bagaimana peran Humas *Gembira Loka Zoo* dalam mengelola manajemen krisis guna mengembalikan citra perusahaan pasca erupsi merapi tahun 2010?

### **2. Manfaat**

#### **a. Akademis**

Bagi pihak Program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai Manajemen Krisis Humas.

Bagi pihak lain diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi, khususnya mahasiswa untuk dijadikan acuan dan rujukan penelitian sejenis atau penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya Humas.

**b. Praktis :**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana tentang peran Humas terkait pemulihan perusahaan dalam proses manajemen krisis. Manfaat lain yang diharapkan dapat didapatkan adalah masukan pengetahuan kepada masyarakat bagaimana gambaran mengenai *Gembira Loka Zoo* yang sebenarnya.

**D. Tinjauan Pustaka**

Penelitian mengenai manajemen krisis telah banyak dilakukan. Baik oleh khalayak umum ataupun kalangan mahasiswa. Seperti penelitian dari Fika Suci Windriati tahun 2011, mahasiswa Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang berjudul “*Analisa Manajemen Krisis PT.Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) Cabang Pontianak dalam Peristiwa Tenggelamnya Kapal di Alur Pelayaran Pelabuhan*”. Dalam penelitiannya, saudari Fika Suci Windriati ingin meneliti bagaimana manajemen PT. Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) Pontianak mengelola krisis tenggelamnya kapal di alur pelayaran pelabuhan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama – sama meneliti dan ingin mengetahui mengenai manajemen krisis sebuah perusahaan. Perbedaannya terletak pada objek. Di mana Fika mengangkat PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) sedangkan peneliti mengangkat *Gembira Loka Zoo*. Perbedaan lain juga terletak pada kasus yang menyebabkan krisis. Jika pada



penelitian Fika terjadi karena *accident* atau kecelakaan, pada penelitian yang akan dilakukan peneliti di *Gembira Loka Zoo* ini terjadi akibat bencana alam.

Kedua adalah skripsi dari Uspal Jandevi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tahun 2010 dengan judul *Manajemen Krisis dan Pemulihan Citra PT Pertamina Persero (Studi Kasus Fungsi Public Relations Pasca Krisis Pencemaran Lingkungan Dalam Pemulihan Citra PT.Pertamina Balongan Indramayu Tahun 2008-2010)*. Perbedaan yang paling mencolok terdapat pada sasaran objeknya Uspal mengobjekkan PT. Pertamina Persero sedangkan penulis mengobjekkan *Gembira Loka Zoo*. Selain itu perbedaan juga terdapat pada landasan teori mengenai manajemen krisis. Uspal mengemukakan mengenai tiga aspek manajemen krisis yang dipaparkan Rosadi Ruslan seperti aspek mekanisme, aspek dinamika, dan aspek menjaga hubungan (*relationship aspect*), sedangkan peneliti menjelaskan mengenai anatomi krisis yang dipaparkan oleh Steven Fink yaitu tahap – tahap krisisnya, seperti tahap prodromal, tahap akut, tahap kronik, tahap resolusi. Uspal juga menitikberatkan pada kausalitas serta penyelesaian suatu kasus bagaimana cara memulihkan sebuah citra, sedangkan peneliti menitik beratkan pada proses penyelesaian suatu kasus, dan pengembalian citra.

Ketiga adalah penelitian dari Nur Aini Wisudani mahasiswi Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2009. Dalam penelitiannya yang berjudul “*Management Krisis Public Relations PT Pertamina (PERSERO) Unit Pengolahan IV Cilacap (Studi Kasus tentang Management Krisis oleh Hupmas PT Pertamina (Persero) UP IV Cilacap Pasca Perolehan Perkredit Hitam*

dalam Program Audit “*PROPER*” Periode Tahun 2002 – 2003” disebutkan bagaimana peran hupman atau hubungan pemerintah dan masyarakat PT Pertamina (Persero) saat terjadi krisis. Analisis dimulai sejak sebelum terjadinya krisis hingga krisis dapat dilalui. Nur Aini mengelompokan aktivitas – aktivitas Hupmas PT Pertamina Persero sejak sebelum krisis, saat krisis dan pasca krisis.

Perbedaan yang paling mencolok terletak pada objek dari penelitian itu sendiri. Selain itu pada kasus yang diteliti Nur Aini, Pertamina telah mendapatkan *jugde* dengan pemberian proper hitam oleh pemerintah. Jika pada penelitian Nur Aini dr Universitas Arilangga mengambil objek PT Pertamina (Persero) sebagai objeknya, maka peneliti akan mengangkat *Gembira Loka Zoo* objeknya dan peneliti pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, tempat atau sasaran penelitian tidak mendapatkan *judge* apapun dari pemerintah.

Keorisinalitasan lain yang dimiliki penelitian terletak pada landasan teori yang dipakai. Penelitian Nur Aini menggunakan *banana index* untuk mengklasifikan krisis yang terjadi di PT Pertamina (Persero). Dalam *banana index* dijelaskan bahwa krisis terbagi menjadi tiga warna. Pertama, *green* dimana krisis ini bersifat baru dengan isu dan situasi yang mendesak. Kedua, *yellow* yaitu suatu krisis pernah terjadi sebelumnya dan siap terjadi kembali. Ketiga adalah *brown* merupakan krisis yang bersifat tua dan sudah menjamur dan mengakar dalam sebuah organisasi. Nur Aini juga menggunakan teori yang diungkapkan Doug Newsom dalam analisis tindakan perusahaan dalam menangani krisisnya. Dijelaskan bahwa terdapat beberapa tindakan dalam

*crisis plan*, yang pertama adalah *planning* di mana praktisi PR harus memperoleh informasi terlebih dahulu mengenai ancaman krisis lalu dilanjutkan ke tahap *communications during crisis*. Dengan menggunakan komunikasi yang baik diyakini akan menghindari dari krisis yang lebih besar. Setelah melakukan komunikasi yang baik lalu masuk ke tahap *responding a crisis* dan yang terakhir adalah *recovery and evaluation*.

Perbedaan mencolok yang ada dalam penelitian ini adalah penggunaan landasan teori yang dipakai. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya jika penelitian lain menggunakan *banana index* dan teori yang diungkapkan Deog Newsom, maka peneliti akan menggunakan kategori krisis yang diungkapkan Firsan Nova dan tahapan krisis yang diungkapkan Steven Fink.

## **E. Landasan Teori**

### **1. Public Relations (PR)**

Banyak pengertian mengenai PR. Salah satunya menyatakan bahwa PR adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi, baik itu yang bersifat komersial maupun non-komersial, di sektor publik (pemerintah) maupun privat (pihak swasta). Menurut (*British Institute of Public Relations* (IPR), PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Frank Jefkins sendiri menyatakan bahwa PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana,

baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 1998 : 10 ).

Menurut *The Public Relations Society of Amerika* (PRSA) mendefinisikan : *Public Relations as a management function that involves counseling at the highest level and being involved in strategic planning for the organization* (Newsom dkk, 2010 : 2). Pada dasarnya semua definisi yang dikemukakan oleh pakar – pakar menunjukkan bahwa PR adalah suatu fungsi manajemen yang akan mengelola organisasi baik secara internal maupun eksternal. Pemegang saham, manajer dan *top executives*, karyawan, dan keluarga karyawan adalah pihak – pihak internal. Sedangkan konsumen, bank, pemerintah, pesaing, dan komunitas merupakan pihak eksternal perusahaan yang pasti secara langsung akan berdampak pada kelangsungan perusahaan. Selain itu definisi – definisi yang dipaparkan para ahli tersebut mengarah pada fungsi manajemen yang akhirnya akan berimbas ke publik baik itu secara individu ataupun secara organisasi. Baik organisasi non pemerintah ataupun organisasi pemerintah.

*Public Reltions* sendiri dalam bahasa indonesia disebut sebagai Hubungan Masyarakat atau biasa disingkat dengan Humas. Humas sendiri dikenal di Indonesia pada tahun 1950an, dimana Humas bertugas untuk menjalankan peran dan fungsi – fungsinya pada lembaga kementrian, lembaga, badan dan lain sebagainya.

## **2. Manajemen Krisis**

### **a. Krisis**

Krisis adalah salah satu berkah dalam Humas karena saat itu organisasi berada di tengah pusaran pencitraan, di mana semua media massa datang memberikan liputan, publik memperbincangkannya setiap saat. (Wasesa dkk, 2010 : 73). Ada banyak istilah yang dapat mengartikan apa itu krisis. Dalam bahasa Yunani krisis dapat diartikan “keputusan”. Sedangkan dalam bahasa China, krisis diucapkan dengan *wei – ji* yang memiliki dua arti yaitu “bahaya” dan “peluang”. Dalam mitologi China krisis diasumsikan seperti koin. Memiliki dua wajah namun tetap bersinggungan.

### **b. Kategori Krisis**

Firsan Nova (2011 : 69 - 70) mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul “*Crisis Public Relations*” bahwa krisis dapat dikategorikan berdasarkan dampaknya. Ketiga kategori tersebut adalah :

1. Krisis level 1 adalah di mana dampak dari krisis ini mengakibatkan tercemarnya nama organisasi serta adanya hambatan dalam mewujudkan misi.
2. Krisis level 2 adalah krisis yang berdampak pada cedera fisik, kemungkinan korban jiwa, rusaknya properti, hancurnya reputasi perusahaan atau kombinasinya.

3. Krisis level 3 adalah krisis yang mengakibatkan adanya korban jiwa, kerusakan properti yang serius serta kemungkinan kebangkrutan.

**c. Faktor – Faktor Penyebab Krisis**

Krisis tidak pernah diketahui kapan datangnya. Namun cara penanggulangan yang terbaik dalam menangani adalah dengan membuat perencanaan – perencanaan untuk menghadapi krisis. Mengetahui jenis krisis dari faktor penyebabnya juga merupakan langkah perencanaan dalam penanggulangan krisis. Krisis dapat terjadi karena banyak faktor. Sekali lagi Firman Nova (2011 : 75 – 80) menjelaskan mengenai sembilan jenis penyebab krisis.

1. Krisis karena bencana alam

Tipe paling dari krisis adalah yang disebabkan bencana alam. Bencana alam seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, banjir dan kebakaran dapat terjadi di lingkungan sekitar kita dan manusia selalu tak berdaya menghadapinya.

2. Krisis karena kecelakaan industri

Krisis karena kecelakaan industri cukup bervariasi, mulai dari mesin yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya, kebakaran, hingga kecelakaan kerja. Jika krisis ini terjadi,

maka perusahaan harus memberikan perhatian secara penuh dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.

### 3. Krisis karena produk yang kurang sempurna

Dalam bisnis perusahaan menghasilkan produk yang terdiri dari barang (*goods*) dan jasa (*service*). Barang dan jasa juga memiliki potensi krisis. Hal ini mungkin saja terjadi karena produk yang dihasilkan cacat (*defect*) atau kurang sempurna, walaupun perusahaan telah melakukan riset dan teknik pengembangan produk sebelumnya.

### 4. Krisis karena persepsi publik

Saat krisis ini terjadi, perusahaan yang mengalaminya mungkin saja akan menjumpai krisis yang lain karena krisis yang terjadi sebelumnya tidak teratasi dengan baik.

### 5. Krisis karena hubungan kerja yang buruk

Hubungan kerja yang buruk antara pekerja dan perusahaan dapat menjurus pada krisis besar. Krisis ini dapat mengarah pada kondisi yang tidak terkendali yang serius dalam operasional perusahaan.

6. Krisis karena kesalahan strategi bisnis

Penyebab utama dari krisis ini adalah perencanaan atau implementasi strategi bisnis yang keliru atau tidak tepat, yang dilakukan oleh manajemen. Krisis jenis ini biasanya tidak dapat diprediksi sebelumnya.

7. Krisis karena terkait masalah kriminal

Krisis jenis ini merupakan ancaman besar untuk beberapa industri, seperti pariwisata, perbankan, dan penerbangan.

8. Krisis karena pergantian manajemen

Kadang – kadang perubahan dalam organisasi dianggap sebagai suatu krisis. Beberapa perusahaan menempatkan CEO mereka sebagai figur penting yang tidak tergantikan sehingga kepergiannya betul – betul menimbulkan krisis.

9. Krisis karena persaingan bisnis

Krisis ini menjadi semakin sering terjadi karena ketatnya persaingan bisnis.

Pada intinya penyebabnya terjadinya suatu krisis terbagi menjadi tiga yaitu, bencana alam, masalah teknis dan kesalahan



manusia atau *human error*. Krisis adalah suatu hal yang tidak dapat diprediksi keadaanya. Yang dapat sebuah perusahaan lakukan adalah menanggulangnya dengan bersungguh – sungguh, karena bagaimanapun Allah tidak akan menguji seseorang atau sebuah perusahaan melebihi kemampuannya. Seperti yang dijelaskan dalam Qur'an Surat Al – Baqarah ayat 286 yang berbunyi :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا  
اَكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ كُنَّا غَافِينَ أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ  
عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا  
مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا  
فَاَنْصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Yang artinya :

Allah tidak membebani seseorang kecuali sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapatkan (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau melakukan kesalahan. Ya Tuhan kami janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebani kepada orang – orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah engkau pikulkan apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami, maka tolonglah kami menghadapi orang – orang kafir”.

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT tidak akan membebani seseorang melebihi kesanggupannya, dan hal ini dibuktikan dengan hasil dari sebuah permasalahan yaitu, sebuah pemecahan.

#### **d. Tahap Krisis**

Renald Kasali (2008 : 227 – 229) dalam bukunya yang berjudul “*Manajemen Public Relations (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*” menyebutkan bahwa seorang konsultan krisis terkemuka dari Amerika Serikat bernama Steven Fink mengembangkan model anatomi krisis. Fink membagi krisis menjadi 4 tahapan yaitu :

##### **1) Tahap Prodomal**

Krisis pada tahap ini sering dilupakan orang karena perusahaan masih bisa bergerak lincah. Tahap ini juga sering disebut dengan *warning stage* karena tahap ini memberi peringatan terhadap datang krisis yang biasanya menjadi bahaya bagi sebuah perusahaan.

Tahap prodomal muncul biasanya dalam 3 bentuk, yaitu :

- a) Jelas sekali. Di mana dalam tahap bentuk ini krisis muncul dengan jelas.
- b) Samar – samar. Susah menduga luasnya sebuah kejadian dalam bentuk ini.
- c) Sama sekali tidak kelihatan. Perusahaan biasana tidak menyadari datangnya krisis, karena semua terlihat baik – baik saja.

## 2) Tahap Akut

Tahap akut adalah tahap selanjutnya pada anatomi krisis yang disebutkan oleh Steven Fink. Dalam tahap ini kebanyakan perusahaan baru menyadari bahwa telah terjadi krisis pada perusahaannya. Hal ini dikarenakan adanya bentuk – bentuk samar dan tidak terlihat pada tahap krisis sebelumnya yaitu tahap prodomal.

Dalam banyak hal, krisis yang akut sering disebut sebagai *the point of no return*. Artinya, sekali sinyal – sinyal yang muncul pada tahap peringatan (*prodomal stage*) tidak digubris, ia akan masuk ke tahap akut dan tidak dapat kembali lagi. Tahap akut sendiri merupakan tahap yang relatif paling pendek jika dibandingkan dengan tahap – tahap yang lainnya.

## 3) Tahap Kronik

Tahap yang sering disebut *the post mortem* atau *the clean up phase*. Tahap ini adalah tahap yang menentukan di mana sebuah perusahaan dapat berjalan terus dan naik atau justru turun dan harus gulung tikar. Seorang manajer krisis yang baik dapat mempersingkat tahap ini karena keadaan sudah mulai letih. Mereka mulai bosan menunggu perkembangan lebih lanjut dari kasus – kasus yang ada.

#### 4) Tahap Resolusi (penyembuhan)

Tahap akhir ini merupakan tahap penyembuhan. Namun walaupun dikatakan bahwa ini merupakan tahap akhir seorang PR ataupun manajer krisis harus tetap waspada dan berhati – hati karena bisa saja siklus pembentukan krisis sedang membentuk kembali.

Kunci manajemen krisis adalah mengantisipasi kemungkinan petaka dan merancang cara untuk mengatasi berita buruk dan semua hal yang mempengaruhi publik. Rencana manajemen krisis yang efektif dapat menolong untuk menghindari krisis dan meringankan kerugian yang mungkin timbul. Rencana menjelaskan siapa – siapa yang mengontak *stakeholders* yang mungkin terkena dampak (karyawan, pelanggan, pemasok, warga sipil, pimpinan komunitas, agen pemerintah), siapa yang akan berbicara ke media, dan siapa yang akan mendirikan dan mengelola pusat manajemen bencana *Lokasi*. Perusahaan juga mesti melakukan *training* krisis, dimana setiap staf harus mengikuti simulasi krisis. (Moriarty dkk, 2011 : 623 - 624).

Dari segi agama, dalam sendiri Alquran dijelaskan pula mengenai bagaimana seseorang atau suatu badan harus berusaha memperjuangkan untuk menanggulangi suatu krisis, karena seperti ayat yang tercantum dalam Qur'an Surat AR – Ra'd (13) ayat 11 yang berbunyi :

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ  
 اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ  
 سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١٦﴾

Yang artinya :

Baginya (manusia) ada malaikat – malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan merubah suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Jika sebuah perusahaan tidak melakukan penanggulangan apapun atas krisis yang sedang dihadapinya, maka Allah SWT juga tidak akan merubah keadaan dari perusahaan tersebut. Untuk itulah, sebuah perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk menanggulangi sebuah krisis.

### 3. Peran Humas dalam Manajemen Krisis Guna Mengembalikan Citra

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra memiliki pengertian sebagai (1) kata benda : gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi. Bill Canton dalam Sukatendel dalam Soemirat dan Ardianto (2008 : 112) mengatakan bahwa citra adalah :

*“the impression, the feeling, the conception which the public has of a company ; a consciously created created impression of an object, person or organization”*

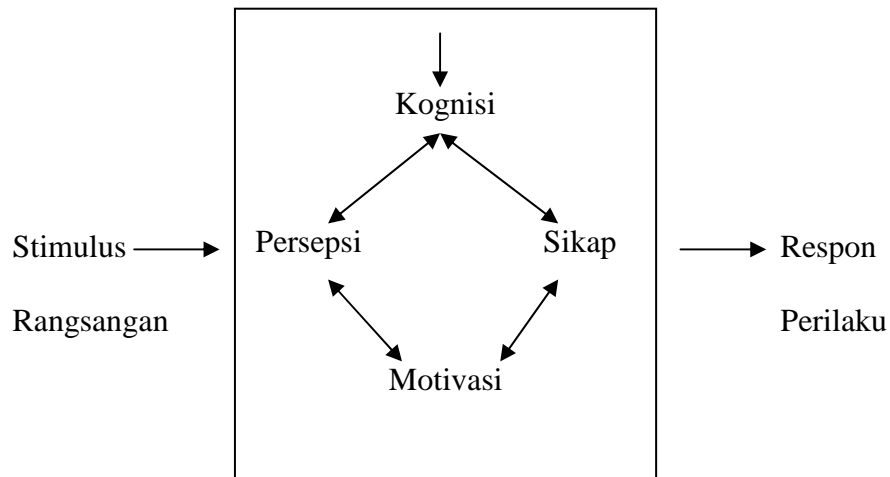
Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan ; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

**a. Proses Pembentukan Citra**

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta – fakta atau kenyataan. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi – informasi yang diterima seseorang. Danasputra dalam Soemirat dan Ardianto juga menjelaskan bahwa komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi citra kita tentang lingkungan. (Soemirat dkk, 2008 : 114)

Gambar 1

Model Pembentukan Citra



Sumber : Soemirat dan Ardianto, 2008 : 115)

Citra digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Soemirat dan Ardianto (2008 : 115) dalam bukunya yang berjudul “*Dasar – Dasar Public Relations*” menjelaskan bahwa model pembentukan citra yang dijelaskan oleh John S.Nimpoeno dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen dan dikutip oleh Danasputra ini menunjukkan bagaimana stimulus atau rangsangan yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus itu sendiri dapat ditolak dan dapat diterima. Namun jika rangsangan ditolak maka proses ini tidak akan berjalan. Sebaliknya jika rangsangan diterima, maka seorang individu akan berusaha mengerti tentang rangsangan tersebut.

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Kemampuan dalam pemaknaan tersebutlah yang akan melanjutkan proses pembentukan citra. Kognisi diartikan sebagai sebuah keyakinan diri dari individu terhadap rangsangan. Setelah seseorang mengerti terhadap sebuah rangsangan maka akan timbul sebuah keyakinan sehingga individu harus diberikan informasi – informasi yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Motif adalah keadaan yang ada dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Sedangkan sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap sendiri merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu. Sikap memiliki daya dorong atau motivasi, sikaplah yang menentukan seseorang akan menuju jalan pro atau justru berbalik ke arah kontra.

Hasil dari proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui sebuah citra perusahaan dimata masyarakat maka dibutuhkan sebuah penelitian sehingga perusahaan tersebut dapat lebih mengetahui secara pasti sikap masyarakat terhadap perusahaannya.



## **b. Citra Perusahaan**

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan hanya sekedar citra produk dan pelayanannya (Jefkins, 2004 : 22). Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti :

- a) Sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang.
- b) Keberhasilan dan stabilitas dibidang keuangan.
- c) Kualitas produk.
- d) Keberhasilan ekspor.
- e) Hubungan industri yang baik.
- f) Reputasi sebagai pencipta lapangan kerja.
- g) Kesiediaan turut memikul tanggung jawab sosial.
- h) Komitmen mengadakan riset.

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2008 : 113) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau aktivitas. Setiap perusahaan memiliki citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

**c. Peran Humas dalam Manajemen Krisis**

Hamdan Adnan dan Hafied Cangara (1996 : 20) dalam bukunya yang berjudul “*Prinsip – Prinsip Hubungan Masyarakat*” menjelaskan bahwa dalam menjalankan kegiatannya, PR atau Humas berperan dalam :

- 1) Membantu penyelenggaraan hal – hal yang berhubungan dengan pendapat umum dan bagaimana cara mengendalikannya.
- 2) Membantu terjalinnya hubungan baik antar individu dalam organisasi.
- 3) Membantu penyelenggaraan hal – hal yang berkaitan dengan publik sasaran.
- 4) Membantu pelaksanaan hal – hal yang sewaktu – waktu diperlukan.
- 5) Meneliti apakah kegiatan yang dilaksanakan itu berlangsung secara efektif dan diterima oleh masyarakat.

Dengan peran – peran yang telah dijelaskan tersebut maka jelas bahwa kegiatan – kegiatan humas banyak menyentuh aspek kemasyarakatan guna menciptakan dan memelihara citra positif organisasi yang diwakilinya.

Dijelaskan lebih lanjut oleh Lattimore dkk (2010 : 62) dalam “*Public Relations Profesi dan Praktik Edisi 3*” bahwa dalam riset tentang aktivitas PR atau Humas, ada dua peran besar yang

secara konsisten muncul dalam kegiatan PR . Peran sebagai teknisi dan manajer.

Peran sebagai teknisi mewakili sisi seni dari PR seperti menulis, mengedit, mengambil foto, menangani produksi komunikasi, membuat *event* spesial, melakukan kontak telepon dengan media. Kegiatan ini menitik beratkan pada implementasi strategi komunikasi menyeluruh manajemen.

Peran sebagai manajer berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait PR. Pada perjalanannya Manajer PR memberi saran kepada manajer senior tentang kebutuhan komunikasi dan bertanggung jawab dengan pencapaian organisasi dalam skala luas. Manajer PR melaksanakan tiga peran sebagai pemberi penjelasan, sebagai fasilitator komunikasi, dan sebagai fasilitator pemecahan masalah atau manajemen krisis.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian menggunakan deskriptif kualitatif, di mana peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam.

Format deskriptif kualitatif umumnya dilakukan pada penelitian studi kasus. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri

seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. (Bungin, 2007 : 68)

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah Humas *Gembira Loka Zoo*. Selanjutnya peneliti akan bertanya kepada Humas *Gembira Loka Zoo* mengenai orang lain yang berkompeten dalam pemulihan krisis yang terjadi di perusahaan tersebut.

### **b. Objek Penelitian**

Sedangkan objeknya adalah manajemen krisis dari *Gembira Loka Zoo* dan bagaimana mereka mengembalikan citra guna meningkatkan pengunjung sehingga krisis dapat tertanggulangi.

## **3. Metode Pengumpulan Data**

### **a. Jenis Data**

#### **1) Data Primer**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan *depth interview* atau wawancara sebagai metode pengumpulan data primer. *Depth interview* atau wawancara merupakan data yang langsung diperoleh dari narasumber.

Sugiyono dalam Andi Prastowo menjelaskan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Prastowo, 2011 : 212).

## **2) Data Sekunder**

Penelitian ini akan menggunakan metode observasi dan dokumentasi sebagai pelengkap dalam metode pengumpulan datanya.

### **a) Observasi**

Selain menggunakan wawancara, penelitian ini juga menggunakan metode observasi. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatan melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu panca indra lainnya. (Bungin, 2007 : 115)

### **b) Teknik dokumentasi**

Teknik Dokumentasi dilakukan untuk mencapai beberapa kegunaan. Seperti yang dipaparkan Sugiyono dalam Andy Prastowo, kegunaan teknik dokumentasi adalah untuk :

- a) Sebagai pelengkap dari penggunaan metode pengamatan dan wawancara.

- b) Menjadikan hasil penelitian dari pengamatan atau wawancara lebih kredibel (dapat dipercaya) dengan dukungan sejarah pribadi kehidupan masa kecil, disekolah, ditempat kerja, di masyarakat dan autobiografi. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto – foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.
- c) Dokumen dapat digunakan sebagai data penelitian (Prastowo, 2011 : 227).

#### **4. Metode Analisis Data**

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan dan penyusunan data, kemudian data tersebut dideskripsikan dan dianalisis sehingga diperoleh data yang jelas.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian *grounded* atau model Miles dan Huberman. Analisis data penelitian kualitatif meliputi tiga alur yaitu :

- a. Reduksi data, yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dapat dilakukan dengan merangkum kegiatan –

kegiatan yang dilakukan *PR* atau Humas dalam melakukan aktivitas – aktivitas yang berpengaruh dalam pemulihan krisis yang berdampak pada citra perusahaan.

- b. Penyajian data, yaitu menyajikan data – data yang diperoleh dari lapangan dan disusun secara sistematis sehingga tersusun gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian yang dilakukan. Penyajian data dapat berupa hasil wawancara dan dokumentasi sehingga nantinya dapat dianalisa dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.
- c. Penarikan kesimpulan, yaitu kegiatan penggambaran yang utuh dari objek yang diteliti. Pada alur ini terjadi proses penarikan kesimpulan yang didasarkan pada penggabungan informasi yang disusun secara tepat dalam penyajian data. Penarikan kesimpulan ini sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam benak peneliti selama menulis serta merupakan suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan.

## **5. Uji Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode triangulasi untuk menguji keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi metode yaitu peneliti membandingkan temuan data yang diperoleh dengan

menggunakan suatu metode tertentu yaitu data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil perolehan dari metode lain yaitu wawancara (*in-depht interview*) (Pawito, 2007 : 99). Triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Sedangkan triangulasi teori dapat dilaksanakan dan hal itu dimanakan dengan penjelasan banding atau *rival explanation*. (Patton dikutip dalam Moleong 2010 : 330 - 331) Triangulasi dapat dicapai dengan melakukan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan perilaku seseorang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan tahap – tahap yang cukup panjang, yang dimulai dari penyusunan judul, penyusunan desain penelitian, pengambilan data di lapangan lalu mengolah datanya hingga menganalisis data yang diperoleh, maka sampailah pada bab IV. Bab IV sendiri berisi kesimpulan, kritik dan saran. Pada bab ini juga akan disimpulkan jawaban atas rumusan masalah yang telah diajukan pada bab I.

Penelitian yang berjudul “Peran Humas dalam Mengelola Manajemen krisis Guna Mengembalikan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Gembira Loka Zoo* dalam Meningkatkan pengunjung Pasca Erupsi Merapi 2010) ” ini bertujuan untuk mengetahui peran Humas *Gembira Loka Zoo* dalam mengelola manajemen krisis guna mengembalikan citra perusahaan dalam meningkatkan pengunjung pasca erupsi merapi tahun 2010.

Setelah melakukan penelitian maka didapatkan bahwa Humas *Gembira Loka Zoo* sangat berpengaruh pada setiap pengambilan keputusan dalam upayanya manajemen krisis yang terjadi di *Gembira Loka Zoo* pasca Erupsi Merapi tahun 2010. Humas *Gembira Loka Zoo* juga menjalankan perannya sebagai teknisi maupun perannya sebagai manajer.

Sebagai teknisi, Humas *Gembira Loka Zoo* selalu melakukan kontak dengan media massa guna memberikan informasi mengenai *Gembira Loka*

*Zoo* dengan tujuan publikasi agar krisis yang terjadi cepat terselesaikan. Selain itu Humas *Gembira Loka Zoo* juga melakukan *event-event* spesial seperti mengundang anak – anak korban bencana alam Erupsi Gunung Merapi untuk berkunjung ke *Gembira Loka Zoo*.

Sebagai manajer, Humas *Gembira Loka Zoo* juga membantu kegiatan – kegiatan organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah. Mengenai hsl ini, Humas *Gembira Loka Zoo* ikut menentukan media mana yang efektif dalam mempublikasikan *Gembira Loka Zoo* sehingga krisis yang disebabkan erupsi merapi tahun 2010 cepat diselesaikan. Seluruh kegiatan yang dilakukan Humas *Gembira Loka Zoo* bertujuan untuk mengembalikan citra *Gembira Loka Zoo* sehingga meningkatkan jumlah pengunjung.

Jika ditilik dari teori yang diambil peneliti dalam menganalisis peran humas dalam mengembalikan citra perusahaan, dengan menggunakan prinsip – prinsip yang disebutkan oleh Hamdan Adnan dan Hafied Cangara (1996 : 20), Humas *Gembira Loka Zoo* telah melakukan semua prinsip tersebut dalam upayanya mengembalikan krisis.

Berhubungan dengan citra perusahaan *Gembira Loka Zoo*, peneliti menganalisis dari teori yang disebutkan oleh Frank Jefkins (2004 : 22). Dalam teori tersebut dijelaskan terdapat delapan item pembentuk citra dan *Gembira Loka Zoo* memiliki enam diantaranya. Ditilik dari krisis yang terjadi pada tahun 2010. Penyebab utama dari krisis tersebut adalah menurunnya jumlah pengunjung yang diakibatkan bencana alam yaitu erupsi Gunung

Merapi. Humas *Gembira Loka Zoo* mampu untuk menangani krisis tersebut. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah pengunjung. Bahkan terus meningkat dari tahun ke tahun.

Untuk terus meningkatkan kualitas *Gembira Loka Zoo*, Humas *Gembira Loka* bekerja sama dengan pihak – pihak terkait selalu melakukan pembenahan dan peningkatan fasilitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Humas *Gembira Loka Zoo* telah mampu mengembalikan citra perusahaan. Upaya – upaya yang dilakukan oleh Humas *Gembira Loka Zoo* untuk mengembalikan citra perusahaan dinilai berhasil, hal ini dibuktikan dengan bertambahnya angka pengunjung, yang merupakan tolak ukur pengembalian citra perusahaan.

## **B. Saran**

*Gembira Loka Zoo* saat ini memang telah melewati masa krisis sehingga mampu meningkatkan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun. Namun entah disadari atau tidak oleh Humas *Gembira Loka Zoo*, terdapat sebagian area di *Gembira Loka Zoo* yang memprihatinkan. Seperti beberapa area yang terlihat masih terlihat kotor dan beberapa kandang binatang yang memprihatinkan. Hal ini merupakan sedikit cela dalam gemilangnya *Gembira Loka Zoo* mempertahankan citra.

Area yang kotor dan beberapa kandang yang memprihatinkan merupakan cela dalam kualitas produk *Gembira Loka* yang selalu dikembangkan dari waktu ke waktu

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi *Gembira Loka Zoo* untuk melakukan pembagian – pembagian tugas atau pengelompokan – pengelompokan divisi penanganan krisis darurat. Agar krisis lebih efektif lagi tertanggulangi dan lebih cepat pulih
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dilakukan penelitian pada obyek yang sama namun dengan menggunakan kasus – kasus yang lainnya sehingga dapat digunakan untuk studi – studi kehumasan berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemahannya. 2009. Diterjemahkan oleh Lajnah Pentasih Mushaf Al – Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung : Syaamil Al – Qur'an.
- Adnan, Hamdan dan Hafied Cangara. 1996. *Prinsip – Prinsip Hubungan Masyarakat*. Surabaya : Usaha Nasional
- Afdhal, Ahmad Fuad. 2008. *Tips & Trik Public Relations*. Jakarta : Gramedia
- Bungin, M Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Jefkins, Frank. 1998. *Public Relations (Disempurnakan oleh Daniel Yadin)*. Jakarta : Erlangga.
- , 2004. *Public Relations (Disempurnakan oleh Daniel Yadin)*. Jakarta : Erlangga
- Kasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Public Relation (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Lattimore, Dan dkk. 2010. *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta : Salemba Humanika
- Moriaty, Sandra dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Newsom dkk. 2010. *This Is PR (The Realities of Public Relations)*. Canada : Nelson Education Ltd.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Pawito, Ph.D. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : Lkis
- Prastowo, Andy. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Ar-Ruz Media.
- Soemirat, Soleh dkk. 2008. *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Wasesa, Silih Agung dkk. 2010. *Strategi Public Relation*. Jakarta : Gramedia.

**Sumber Skripsi :**

Skripsi Nur Aini Wisudani tahun 2009. *Management Krisis Public Relations PT Pertamina (PERSERO) Unit Pengolahan IV Cilacap (Studi Kasus tentang Management Krisis oleh Hupmas PT Pertamina (Persero) UP IV Cilacap Pasca Perolehan Per kredit Hitam dalam Program Audit "PROPER" Periode Tahun 2002 – 2003*. Universitas Airlangga Surabaya.

Skripsi Uspal Jandevi tahun 2010. *Manajemen Krisis dan Pemulihan Citra PT Pertamina Persero (Studi Kasus Fungsi Public Relations Pasca Krisis Pencemaran Lingkungan Dalam Pemulihan Citra PT. Pertamina Balongan Indramayu Tahun 2008-2010)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Skripsi Fika Suci Windriati tahun 2011. *Analisa Manajemen Krisis PT. Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) Cabang Pontianak dalam Peristiwa Tenggelamnya Kapal di Alur Pelayaran Pelabuhan*. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.

**Sumber Internet :**

<http://megapolitan.kompas.com/read/2010/11/09/15573541/Erupsi.Merapi.2010.Lebih.Besar.dari.1872>. Diunduh Selasa 19 Juni 2012 pukul 11:34 WIB

## INTERVIEW GUIDE

1. Selain berkurangnya pengunjung saat adanya bencana merapi, kerugian apa lagi yang dialami Gembira Loka Zoo?
2. Bagaimana peran Humas *Gembira Loka Zoo* dalam mengelola manajemen krisis?
3. Apakah ada langkah atau strategi khusus dalam upaya penanggulangan krisis?
4. Pada saat terjadinya bencana, apakah ada kejadian atau tidak terprediksi ?
5. Bagaimana *Gembira Loka Zoo* menanggulangnya?
6. Bagaimana strategi Humas *Gembira Loka Zoo* untuk meningkatkan citra sehingga tingkat kunjungan pengunjung semakin bertambah dari tahun ke tahun?
7. Secara internal, apa yang dilakukan Humas *Gembira Loka Zoo* untuk memulihkan citra pasca bencana Gunung Merapi?
8. Secara eksternal, langkah apa yang dilakukan Humas *Gembira Loka Zoo* dalam upaya pengembalian citra?