

MANAJEMEN KRISIS CANDI BOROBUDUR

**(Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Taman Wisata Candi
Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko dalam Pelestarian
World Heritage Pasca Erupsi Merapi)**



PROPOSAL

**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 :
RINI SUGIARTI

08730010

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

2012

SURAT PERNYATAAN

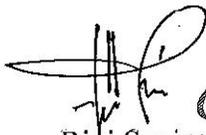
Yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama Mahasiswa : Rini Sugiarti
Nomor Induk : 08730010
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 atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

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

Yogyakarta, 2 Oktober 2012


METERAI
TEMPEL
SIKSA MEMBANGUN BANGSA
1945
56F21ABF091278015
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DUP

Rini Sugiarti
NIM: 08730010



HALAMAN 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 : Rini Sugiarti

NIM : 0730010

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul skripsi : “Manajemen Krisis Candi Borobudur (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam Pelestarian *World Heritage* Pasca Erupsi Merapi)”.

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 mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 20 Oktober 2012
Pembimbing

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



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/1472.9/2012

Skrripsi/Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KRISIS CANDI BOROBUDUR (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko dalam Pelestarian World Heritage Pasca Erupsi Merapi)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rini Sugiarti
NIM : 08730010

Telah dimunaqosyahkan pada : Selasa, tanggal: 09 Oktober 2012
dengan nilai : 87 (A/B)

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

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

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

Penguji I

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

Penguji II

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

Yogyakarta, 29 - 10 - 2012

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Djudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 19630306 198903 1 010

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ۝ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ۝ مَلِكِ يَوْمِ الدِّينِ ۝
إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ ۝ أَهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ۝ صِرَاطَ الَّذِينَ
أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ۝

”Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Yang menguasai di hari Pembalasan. Hanya Engkaulah yang kami sembah, dan Hanya kepada Engkaulah kami meminta pertolongan. Tunjukilah kami jalan yang lurus (yaitu) jalan orang-orang yang Telah Engkau beri nikmat kepada mereka; bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan (pula jalan) mereka yang sesat.”

(Q.S Al Fatihah, ayat 1-7)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan

Kepada:

Almamaterku Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

ULN Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Robb semesta alam, tempat kami meminta pertolongan dan ampunan. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi dan Rosul yang paling mulia, serta kepada segenap keluarga dan para sahabat beliau semua.

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, sang Maha Pengasih dan Penyayang. Allah Maha Besar dengan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul ” Manajemen Krisis Candi Borobudur (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko)” penulis susun tidak semata sebagai syarat memperoleh gelar sarjana saja namun lebih dari itu, penulis ingin menjadi bagian dari penerus bangsa yang peduli akan kelestarian *World Heritage Site* yang dilindungi keberadaannya. Candi Borobudur merupakan situs yang rentan mengalami krisis oleh beberapa faktor yaitu bencana alam, cuaca dan manusia. Oleh karena itu perlu adanya manajemen krisis bagi pihak pengelola.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini telah melibatkan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moral, material, sarana dan prasarana serta yang terpenting doa yang ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. **DR. Dudung Abdurrahman, M. Hum** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. **Drs. Bono Setyo, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. **Dra. Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si** selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik dan penuh kesabaran mencurahkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan memberikan petunjuk dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
4. **Seluruh dosen Ilmu Komunikasi** terimakasih untuk ilmu komunikasinya yang bermanfaat saat penyusunan skripsi dan semoga hingga nanti.
5. **Pimpinan dan seluruh staf karyawan** PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko atas segala bantuan dan kerjasamanya selama saya melaksanakan penelitian disana.
6. **Kedua orang tua saya** Bp. Muhammad Yusuf dan Ibu Umi Yati tercinta. Terimakasih untuk segalanya..cinta, doa, kasih sayang yang tulus serta dukungannya.
7. **Kakak, Saudara kembaran dan adik saya** (Mz Rizal Arifandi, Mb Siti Nurhasana, Rina Tiningsih, Muhammad Saefudin, Rosdiana Setiani) dan

keponakan ku yang lucu (Muhammad Gufron Hanan Pradana), aku bangga dan bahagia menjadi bagian dari keluarga ini. Rasa sayangku pada kalian semoga tidak akan berubah dimakan waktu.

8. **Teman-teman Ilmu Komunikasi '08** terkhusus Karlita Darmastuti, Yunita Angraini, Murti Candra Dewi, Dyah Sari Uswatunhasanah, Nayiroton Najihah, Dewi Fatihatuszahro dan Kania Dewi Utami.
9. **Keluarga Besar UKM KSR PMI Unit VII UIN Sunan Kalijaga** trimakasih untuk segalanya, karena banyak hal yang saya dapat, terlebih untuk pengalaman organisasinya.
10. **Keluarga kos "Gala"** love you all.....

Dan untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, tapi pasti kalianlah yang mampu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terimakasih buat semuanya... Semoga kita semua selalu dalam lindungan-Nya. Amin!!

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Telaah Pustaka	5
E. Landasan Teori	10
1. Definisi <i>Public Relations</i>	10
2. Krisis	15
3. Anatomi Krisis.....	17
4. Manajemen Krisi	22
F. Metode Penelitian	26
1. Jenis Penelitian	26
2. Subjek dan Objek Penelitian	26
3. Metode Pengumpulan Data	27
4. Jenis Data	28
5. Metode Analisis Data.....	29
6. Metode Keabsahan Data	30

BAB II	GAMBARAN UMUM PT. TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN RATU BOKO	
A.	Profil PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.....	31
	1. Sejarah Singkat.....	31
	2. Visi dan Misi.....	33
	3. Tujuan Perusahaan.....	33
	4. Logo Perusahaan.....	34
	5. Struktur Organisasi.....	35
	6. Budaya Perusahaan.....	35
	7. Kegiatan Usaha.....	36
	8. Penghargaan- Penghargaan.....	37
	9. Lingkup Kegiatan.....	38
	10. Produk.....	43
	11. Kinerja Oprasional.....	44
	12. Tanggungjawab Sosial.....	44
	13. Tantangan Kedepan.....	47
B.	Deskripsi Taman Wisata Candi Borobudur.....	48
	1. Zonasi.....	48
	2. Candi Borobudur.....	50
BAB III	PEMBAHASAN	
A.	Peran dan Fungsi Humas dalam Manajemen Krisis.....	53
B.	Manajemen Krisis PT. TWC BPRB.....	59
C.	Pelestarian <i>World Heritage</i> Candi Borobudur.....	88
BAB IV	PENUTUP	
A.	Kesimpulan.....	95
B.	Saran.....	96
	DAFTAR PUSTAKA.....	97
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	CURICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peran- peran Public Relations	13
Gambar 2. Anatomi Krisis	18
Gambar 3. Siklus Krisis Ideal	21
Gambar 4. Tahapan Manajemen Krisis	23
Gambar 5. Logo PT. TWC BPRB	34
Gambar 6. Struktur Organisasi PT, TWC BPRB	35
Gambar 7. Posisi Humas dan Protokoler PT. TWC BPRB	54
Gambar 8. Pembersihan Abu Vulkanik di Zona 2	80
Gambar 9. Pembersihan Abu Vulkanik di Zona 1	81
Gambar 10. Pembersihan Zona 1 dengan Facumsleaner	81
Gambar 11. Pembersihan Abu Vulkanik dengan air	82
Gambar 12. Pembersihan lanjutan.....	82
Gambar 13. Sarungisasi pada Wisatawan Candi Borobudur	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung Candi Borobudur Tahun 2009- 2011.....	62
Tabel 2. Data Pengunjung Candi Borobudur Tahun 2010- 2011.....	63

ABSTRACT

Borobudur Tempel as one of Indonesian cultural heritage which is registered in UNESCO world heritage site of culture with no 592 on December 13th, 1991 after having 3 qualifications in outstanding universal value. As a world heritage, Borobudur Tempel which is managed by PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko in tourism activities become a tourism attraction with a large number of visitors both domestic and foreign countries.

Basically, every company can't avoid crisis. A company that is aware to the negative effect of crisis will prepare management crisis as a prevention. The company even has a chance to change the crisis to be a chance to get sympathy from the public. Eruption of Merapi mountain on October 26th, 2010 gave an extraordinary effect to the tourism activity in Yogyakarta, belong to Borobudur which is located about 17 miles from Merapi cauldron is affected by volcanic dust, about 3 cm thick. Therefore, this research was done to know about Management Crisis of PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko in conserving of Borobudur Tempel as World Heritage.

The aim of this research is to know the management crisis of PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko in conserving world heritage after Merapi eruption happened on October 26th, 2010. The research method which is used by the writer in this writing is qualitative by the descriptive type, a research to make a description as a systematic, factual and accurate about facts and characters of certain object. To support the method, the technique of collecting data which is used is literature and observation, to get primary data that is interview, document and observation.

The result of research shows that crisis which is happened in PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko as sudden crisis caused by the eruption of Merapi. Crisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko is in an acute level destroyed Borobudur Tempel by volcanic dust, management activity of Taman Wisata Candi Borobudur stopped, and also stopped the economic activity of people around Borobudur. Management crisis which done by PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko post eruption start from pre crisis, job description although it hasn't been from of management crisis team yet, prepare a spokesperson and manage crisis. Crisis response which is done when the eruption happened is quick response that take an action of closing and cleaning soon. And post crisis, where the company get a crisis experience so it is need to have a mitigation of disaster.

Key World : Management crisis, Borobudur Tempel, Conserving, World Heritage, Merapi Eruption

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sumber daya alam hayati yang melimpah ruah dan keanekaragaman budaya, ras, suku bangsa, bahasa serta agama, yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Ada beberapa kekayaan alam serta budaya masuk dalam daftar *UNESCO's World Heritage Sites*. UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Culture Organization*) merupakan suatu lembaga di bawah PBB yang menangani Situs Warisan Dunia (*World Heritage Site*). Sebagai warisan dunia, situs akan dilindungi dan dimanfaatkan keberadaannya dalam suatu negara sebagai objek wisata.

Kebanggaan luar biasa bagi Negara Indonesia memiliki banyak tempat yang masuk dalam daftar UNESCO's *World Heritage Sites*. Sebagai warisan dunia tentu tidak lagi menjadi milik Indonesia saja akan tetapi menjadi milik dunia. Suatu tempat menjadi warisan dunia diberikan kepada generasi saat ini dan generasi yang akan datang. Oleh karena itu keberadaannya harus dilindungi dan dilestarikan. Sebagaimana prinsip pelestarian sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya menjelaskan bahwa pelestarian adalah upaya dinamis untuk mempertahankan keberadaan cagar budaya dan nilainya dengan cara melindungi, mengembangkan dan memanfaatkannya. (Kementrian

Kebudayaan dan Pariwisata Balai Konservasi Peninggalan Borobudur, 2011:

10)

Candi Borobudur merupakan salah satu cagar budaya Indonesia yang terdaftar dalam *UNESCO's World Heritage Site of Culture* dengan No 592 pada 13 Desember tahun 1991 setelah memenuhi 3 kriteria yang terdapat dalam *out standing universal value*. Sebagai warisan dunia, Candi Borobudur yang dikelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam kegiatan kepariwisataannya menjadi objek wisata yang ramai dikunjungi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Lebih kurang dua juta orang pertahun datang ke Taman Wisata Candi Borobudur. Hal ini memberi pengaruh luar biasa bagi kemajuan sektor pariwisata Indonesia.

Bencana alam dua tahun lalu masih menyisakan luka yang dalam. Tepatnya pada 26 Oktober 2010 terjadi erupsi Gunung Merapi yang menyebabkan banyak korban jiwa, hilangnya harta benda serta melumpuhkan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Magelang dan sekitarnya. Luar biasa dahsyat erupsi Merapi menyebabkan Candi Borobudur yang terletak 28 kilometer (17 mil) arah barat daya dari kawah Merapi terkena dampak abu vulkanik setebal 3 centimeter. Hal ini sangat mengkhawatirkan mengingat abu vulkanik secara kimia bersifat asam dapat merusak batuan bangunan candi Borobudur.

Bencana Erupsi Merapi tidak hanya memberi dampak pada fisik bangunan Candi Borobudur beserta kawasannya namun berdampak pula pada penurunan jumlah pengunjung. Data pengunjung Taman Wisata Candi

Borobudur tahun 2010 menunjukkan penurunan jumlah pengunjung secara signifikan pada bulan November 2010. Pada bulan Oktober jumlah pengunjung sebanyak 129.299 wisatawan dan pada bulan November pengunjung sebanyak 11.799 wisatawan. (Dokumen. PT. TWC Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko) keadaan ini diperparah dengan terputusnya akses jalan menuju lokasi wisata diakibatkan oleh banjir lahar dingin Merapi.

Krisis Candi Borobudur bisa muncul sebagai akibat dari sebuah permasalahan yang tak terduga ataupun akumulasi dari permasalahan-permasalahan yang tidak segera ditangani. Dua permasalahan yang dapat diidentifikasi akibat bencana erupsi Merapi bagi perusahaan adalah kekhawatiran pelapukan batuan candi dan penurunan jumlah pengunjung.

Allah pun memerintahkan kepada umatnya untuk segera menyelesaikan permasalahan dalam diri, mengembalikan keadaan seperti sedia kala yaitu bersih. Seperti diterangkan dalam QS. Al Muddassir 74:4

وَتِيَابَكَ فَطَهِّرْ

Artinya: “Dan bersihkanlah pakaianmu”.

Ayat ini menerangkan bahwa pakaian merupakan sesuatu yang kita sandang atau yang kita kenakan kemudian diperintahkan untuk segera membersihkannya dari kotoran, najis serta noda yang dapat merusak pakaian itu sendiri. Disinilah praktisi *Public Relations/PR* perusahaan harus dapat menyelesaikan permasalahan yang ada dalam diri perusahaan dan mengembalikan keadaan seperti sedia kala. Candi Borobudur sebagai *World Heritage Site* merupakan kekayaan budaya Indonesia yang harus dijaga

kelestariannya. Pihak pengelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko harus dapat mengembalikan Candi Borobudur sebagai tempat wisata yang menjadi kebanggaan dari kekayaan Indonesia sebagai *UNESCO's World Heritage Site*.

Oleh karena itu penting dilakukan penelitian tentang manajemen krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage* pasca erupsi Merapi 26 Oktober 2010.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam Pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage* Pasca Erupsi Merapi 26 Oktober 2010?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mengetahui manajemen krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis:

Meningkatkan dan memperkaya penelitian manajemen krisis perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata. Memberi kontribusi

secara menyeluruh dalam pendalaman studi *public relations*, khususnya mengenai manajemen krisis.

b. Manfaat Praktis:

- 1) Membantu memperjelas pendekatan akademis dan praktis Manajemen Krisis bagi masyarakat dan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.
- 2) Penelitian ini dapat digunakan oleh pihak pengelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko untuk melakukan evaluasi terhadap pengelolaan Taman Wisata tersebut.
- 3) Memberi masukan pengetahuan kepada masyarakat bagaimana manajemen krisis di PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage*.

D. Telaah Pustaka

Mulai banyak penelitian tentang manajemen krisis serta luasnya ruang lingkup manajemen krisis sehingga penelitian dilakukan dengan cakupan yang berbeda-beda, maka peneliti telah meninjau beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian manajemen krisis.

Penelitian pertama dilakukan oleh Mahendra Gunawan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta tahun 2006. Judul penelitian yang dilakukan Mahendra Gunawan adalah “Strategi PR dalam

Mengatasi Krisis Kepercayaan Masyarakat Kalimantan Kepada Pemerintah ”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi PR Pemerintah Kalimantan dalam mengatasi krisis kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah Kalimantan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data, observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini dapat menjelaskan bahwa PR Pemerintah Kalimantan dapat kembali meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui beberapa strategi yang digunakannya yaitu memberikan pelayanan yang sesuai dengan keperluan masyarakat, mensejahterakan masyarakat, selalu menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Mahendra Gunawan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan memiliki kesamaan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif serta kesamaan dalam metode pengumpulan data. Adapun perbedaan terletak pada fokus penelitian yaitu penelitian yang dilakukan Mahendra Gunawan lebih difokuskan pada strategi PR dalam krisis kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sedangkan fokus penelitian yang peneliti akan lakukan yaitu manajemen krisis PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage* pasca erupsi merapi 26 Oktober 2010.

Penelitian kedua dengan judul “Manajemen Krisis dalam Program *Recovery* Bali (Study Deskriptif tentang Manajemen Krisis dalam Memulihkan Citra Pariwisata Bali Pasca Bom Bali 2005)”. Disusun oleh

A.A.Sri Mas Hendrani mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas ATMAJAYA Yogyakarta tahun 2008.

Penelitian dilakukan pada Bali Tourism Board (Jalan Raya Renon, Denpasar Bali (0361) 229500, dengan objek penelitian yaitu Manajemen krisis pada Program *Recovery* Bali yang dilaksanakan oleh Bali Tourism Board dalam memulihkan citra pariwisata Bali pasca bom 2005. Hasil penelitian yang dilakukan A.A.Sri Mas Hendrani menjelaskan bahwa peristiwa bom Bali 2005 yang terjadi pada 1 Oktober 2005 di Kuta dan Jimbaran, merupakan peristiwa yang tidak terduga. Peristiwa tersebut menimbulkan *multiple effect*. Sesuai dengan konsep Bali Tourism Board (BTB) dalam memandang krisis, kondisi pasca peristiwa bom Bali II dapat dikatakan bahwa industri pariwisata Bali telah mengalami Krisis. Krisis yang muncul dalam industri pariwisata Bali berada pada level krisis akut di mana krisis yang terjadi menimbulkan kerugian bagi industri pariwisata Bali baik berupa korban jiwa, materi dan citra Bali.

Terdapat kesamaan dalam penelitian yang dilakukan A.A.Sri Mas Hendrani dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti manajemen krisis dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Namun demikian subjek penelitian dalam penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian akan dilakukan pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Sedangkan

penelitian sebelumnya dilakukan pada Bali Tourism Board sehingga tidak terdapat penjiplakan dari penelitian sebelumnya.

Penelitian ketiga dengan judul “Peran dan Fungsi *Public relations* dalam Menangani Krisis di Perusahaan Tambang (Kasus Penanganan Krisis Mengenai Dampak Aktifitas Pertambangan PT. Kalitim Prima Coal Terhadap Masyarakat Sekitar Area Tambang tahun 2008)”. Penelitian ketiga ini diajukan oleh Nova Indah Paramita (05 09 02711/KOM). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atmajaya Yogyakarta 2010.

Lokasi penelitian Nova Indah dilakukan di PT. Kalitim Prima Coal (KPC) Jl. Dr. Soetomo Swarga Bara Sengata, Kalimantan Timur di bagian External Relation. Objek penelitian ini adalah peran dan fungsi *Public Relations/PR* yang dijalankan oleh *External Affairs and Sustainable Development Division* (ESD) dalam menangani krisis di perusahaan tambang (kasus dampak langsung aktifitas pertambangan PT. Kalimantan Prima Coal terhadap masyarakat sekitar area tambang tahun 2008). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nova Indah menjelaskan bahwa krisis atau yang disebut konflik oleh PT. Kalimantan Prima Coal merupakan suatu hal yang dapat terjadi akibat adanya keluhan masyarakat sekitar area perusahaan mengenai dampak aktifitas pertambangan. *Image* perusahaan akan menjadi semakin dekat dengan perusahaan jika konflik atau krisis tidak ditangani dengan cepat dan tepat. Tidak hanya berpengaruh pada

citra, konflik atau izin usaha PT. Kalimantan Prima Coal yang seharusnya berlaku hingga tahun 2021 terancam dicabut apabila tidak ada tindakan serta tanggapan PT. Kalimantan Prima Coal yang membawa perubahan keadaan lingkungan dan masyarakat yang lebih baik. Tercatat 17 kasus yang menjadi sumber konflik antara masyarakat dan PT. Kalimantan Prima Coal di tahun 2008 serta pemberitaan negatif di sejumlah media lokal dan nasional. Konflik tersebut dapat diatasi dengan baik sehingga tidak menyebar dan berlarut-larut. Penanganan lingkungan dan keresahan masyarakat atas dampak kegiatan tambang PT. Kalimantan Prima Coal juga berhasil diselesaikan dengan status *closed* atau kasus ditutup (selesai).

Peran PR dapat dilihat dari ESD yang dalam pengerjaannya melakukan aktifitas, tugas, serta peran PR. Peran PR sebagai teknis komunikasi yang menentukan keputusan strategi dan mengkomunikasikannya kepada para pengimplementasi program agar krisis dapat ditangani dengan berbagai strategi melalui program yang mendukung disesuaikan dengan tujuan program unggul ESD PT. Kalimantan Prima Coal yang sudah ditetapkan. PR sebagai fasilitator komunikasi antara masyarakat dengan manajemen PT. Kalimantan Prima Coal. Fungsi PR yang terlihat dari ESD yakni sebagai fungsi komunikasi di mana ESD menjembatani perusahaan dengan masyarakat untuk menyampaikan pesan masing-masing baik berupa keluhan dan saran dari kedua belah pihak.

Sebagaimana penelitian sebelumnya, kesamaan penelitian Nova Indah dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada metode penelitian yaitu

deskriptif kualitatif. Dan perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian di mana penelitian Novita Indah berfokus pada peran dan fungsi PR yang dilakukan *External Affairs and Sustainable Development Division* dalam menghadapi krisis sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada manajemen krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam pelestarian *world heritage* pasca erupsi Merapi 26 Oktober 2010.

Keunggulan penelitian dengan judul “ Manajemen Krisis Candi Borobudur (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam pelestarian *World Heritage* pasca erupsi merapi 26 Oktober 2010) adalah menggunakan teori manajemen krisis W. Timothy Cooms yaitu teori manajemen krisis yang memiliki tiga tahapan yaitu pra krisis, respon krisis dan pasca krisis.

E. Landasan Teori

1. *Public Relations/ PR*

a. Pengertian *Public Relations/ PR*

Public relations/ PR saat ini menjadi sebuah profesi yang berkembang pesat di Indonesia. Tidak sedikit praktisi dan akademisi dari seluruh dunia mendefinisikan *public relations* dari sudut pandang mereka. *Public Relations* merupakan fungsi manajemen perusahaan, berperan sebagai penghubung antara pihak perusahaan dengan publik internal dan eksternal. Penghubung tidak hanya sebatas menyampaikan informasi akan tetapi menciptakan saling pengertian serta

keterlibatannya dalam memberikan bimbingan kepada manajemen mengenai sikap, penghargaan, perhatian, dan kebutuhan publik. Pengertian tersebut tercerminkan dari definisi *public relations* oleh *Institute of Public relations (IPR)* dan *Public Relations Society of Australia (PRSA)*. *Public Relations* merupakan upaya yang diniatkan, terencana dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publiknya. (Prayudi, 2012:4)

The International Public Relations Association (IPRA) mendefinisikan *public relations* adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka, untuk mengkorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien. (Effendy, 2000:21)

Definisi yang jamak dikembangkan oleh Rex F. Harlow yang mengidentifikasi 500 definisi *public relations*:

“*Public Relations* merupakan fungsi manajemen khusus yang membantu mengembangkan dan memelihara jalur komunikasi saling menguntungkan, pengertian, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dan publiknya: meliputi manajemen masalah dan isu; membantu manajemen tetap terinformasikan dan menanggapi opini publik; mendefinisikan dan menekankan

tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi perubahan; dan menggunakan riset serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama” (Cutlip, 2000:4).

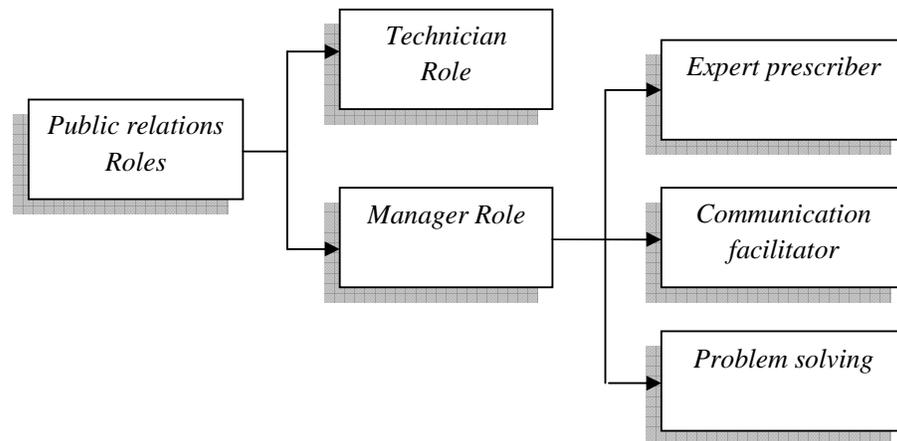
Definisi *Public Relations* tersebut dapat dijelaskan bahwa *public relations* pada prinsipnya merupakan fungsi manajemen organisasi dalam rangka menjalankan aktivitas membangun, memelihara dan meningkatkan hubungan organisasi dengan berbagai publiknya (*stakeholder*) untuk tujuan mencapai pengertian bersama (*mutual understanding*), meningkatkan pemahaman, membangun ketertarikan dan menumbuhkan simpati publik. Selain itu, praktisi *public relations* juga harus memiliki keahlian analisis, teknis, dan manajerial dalam rangka menunjang profesionalitas pekerjaannya (Prayudi, 2012: 5).

b. Peran dan Fungsi *Public Relations*

Public Relations memiliki peran penting dalam perusahaan. Peran *public relations* secara garis besar dapat diklasifikasikan kedalam dua jenis peran, teknisi dan manajerial sebagaimana dijelaskan berikut:

Gambar: 1

Peran-peran *public relations*



Sumber : Prayudi, 2012: 54.

1) *Communication Technician Role* (Peran Teknisi Komunikasi)

Praktisi *Public Relations* memiliki keahlian di bidang komunikasi dan jurnalistik-menulis, pageditan, produksi audio visual, grafis dan produksi pesan yang dibutuhkan untuk melaksanakan program *public relations*. Peran ini mengutamakan model *public relations* informasi publik atau keagenan pers di mana *public relations* membuat *release* kepada media mengenai organisasi.

2) *Communication Manager Role* (Peran Manajer Komunikasi)

Praktisi *Public Relations* secara sistematis merencanakan dan mengatur program *public relations* sebuah organisasi, memberi masukan kepada manajemen perusahaan, dan membuat kebijakan komunikasi. *Communication manager role* terdiri atas tiga sub peran:

a) *Expert prescriber*

Manajer *Public Relations* berperan sebagai ‘seorang ahli’ dan mendefinisikan masalah *public relations*, membuat program dan bertanggung jawab atas pelaksanaan program.

b) *Communication fasilitator*

Praktisi *Public Relations* berperan sebagai ‘perantara’ yang menjaga kualitas dan kuantitas alur komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. *Public Relations* berfungsi sebagai *liaison*, *interpreter*, dan *mediator* yang berusaha menghilangkan hambatan komunikasi.

c) *Problem solving process fasilitator*

Praktisi *Public Relations* membantu pihak manajemen organisasi untuk mencari solusi dari masalah komunikasi dan relasi organisasi.

Dari dua jenis peran *public relations* tersebut memiliki pengertian bahwa PR sebagai *Communication Technician Role* merupakan sub sistem perusahaan yang menjalankan teknis komunikasi

dari hasil kebijakan manajem perusahaan. *Public Relations* tidak terlibat dalam pembuatan keputusan dan cenderung lebih pasif. Sedangkan PR sebagai *Communication Manager Role* merupakan sub sistem perusahaan yang memiliki keterlibatan secara langsung dan aktif dalam pembuatan kebijakan komunikasi perusahaan.

2. Krisis

Menurut Laurence Barton, krisis merupakan suatu kejadian besar dan tidak terduga yang memiliki potensi untuk berdampak negatif. Kejadian ini bisa saja menghancurkan organisasi dan karyawan, produk, jasa, kondisi keuangan dan reputasi (Prayudi, 2012:241). Krisis dapat dipahami sebagai suatu yang tidak diinginkan perusahaan dan suatu yang merugikan perusahaan baik kerugian material maupun penurunan citra. Krisis dapat berdampak negatif bagi perusahaan. Namun demikian krisis bisa membawa dampak positif bagi perusahaan tergantung manajemen *public relations* dalam mengelola krisis.

Menurut Steve Fink, krisis merupakan keadaan yang tidak stabil di mana perubahan yang cukup menentukan mengancam, baik perubahan yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan akan memberikan hasil yang lebih baik (Prayudi, 2012: 242). Definisi tersebut dapat dipahami bahwa perusahaan yang sadar akan dampak negatif krisis akan mempersiapkan diri sebelum krisis itu terjadi. Bahkan perusahaan memiliki peluang untuk merubah krisis menjadi suatu kesempatan memperoleh dukungan publik.

Krisis adalah sebuah malapetaka yang dapat muncul secara alamiah atau sebagai hasil dari kesalahan, intervensi, atau bahkan niat jahat manusia. Krisis dapat meliputi kehancuran nyata, seperti hilangnya kredibilitas atau kerusakan reputasi dari suatu organisasi. Akibat-akibat yang terakhir mungkin merupakan hasil dari respon manajemen atas kehancuran nyata atau hasil dari kesalahan manusia.

Ray O'Rourke menjelaskan empat karakteristik krisis yaitu :
(Argenti, 2010: 122)

- a. Elemen kejutan:
- b. Tidak cukup informasi: perusahaan tidak langsung memiliki semua fakta, tetapi dengan cepat berada di suatu posisi di mana mereka harus melakukan banyak penjelasan.
- c. Langkah kejadian yang cepat: hal-hal menanjak dengan sangat cepat.
- d. Pemeriksaan intens: jajaran eksekutif sering tidak siap untuk sorotan media, yang begitu seketika, karena jawaban-jawaban dan hasil-hasil biasanya butuh waktu.

Setiap perusahaan dapat terancam oleh krisis dengan faktor penyebab krisis yang berbeda-beda, berikut penyebab krisis menurut Philip Lesly dalam bukunya *Everything You Wanted To Know About Public Relations* :

- a. Bencana seperti kebakaran, gempa bumi, akan berpengaruh terhadap orang-orang dalam dan publik luar perusahaan seperti pelanggan, agen, investor, komunitas suatu perusahaan.

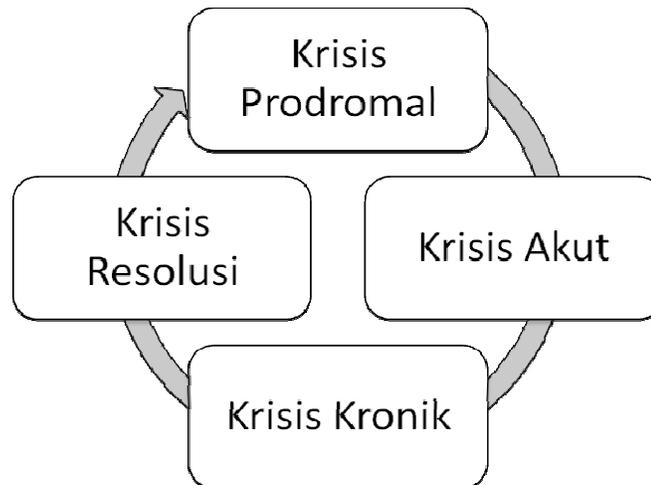
- b. Kondisi darurat yang datang secara tiba-tiba atau suatu perkembangan kondisi darurat ini seperti sabotase produk, perusahaan atau produk yang mengandung racun.
- c. Penanaman bom dapat menimbulkan kepanikan dan kerusakan atau suatu pemogokan karyawan perusahaan.
- d. Rumor yang jelek tentang perusahaan atau produk.
- e. Adanya letupan seperti boikot dari berbagai aktivis (semacam LSM), permintaan pemerintah penarikan produk. (Soemirat-Ardianto, 2008: 182)

3. Anatomi Krisis

Steve Fink mengidentikkan krisis dengan penyakit yang menyerang manusia. Oleh karenanya Steve Fink membagi tahapan yang dilalui suatu krisis dengan menggunakan terminology kedokteran yang biasa dipakai untuk melihat stadium suatu penyakit yang menyerang manusia. Tahap-tahap krisis menurut Steve Fink sebagai berikut:

Gambar : 2

Anatomi Krisis



Sumber: Prayudi, 2012:244.

Masing-masing tahap saling berhubungan dan membentuk siklus. Lamanya masing-masing tahap sangat tergantung pada sejumlah variabel, seperti jenis bahaya, usia perusahaan, kondisi perusahaan, ketrampilan para manajer, dan komunikasi di dalam perusahaan itu sendiri.

a. Krisis Prodromal

Krisis pada tahap ini sering dilupakan orang karena perusahaan masih bisa bergerak dengan lincah. Padahal pada tahap ini, bukan pada tahap krisis sudah kronis (meledak), krisis sudah mulai muncul. Tahap prodromal sering disebut pula *warning stage* karena ia memberikan sirene tanda bahaya mengenai simtom-simtom yang harus segera diatasi. Tahap ini juga merupakan bagian dari *turning point*. Bila manajemen gagal mengartikan atau menangkap sinyal ini, krisis akan bergeser ke tahap yang lebih serius: tahap akut.

Tahap prodromal biasanya muncul dalam salah satu dari tiga bentuk ini:

1) Jelas sekali

Gejala-gejala awal kelihatan jelas sekali. Misalnya muncul selebaran gelap di masyarakat, ketika karyawan datang pada manajemen meminta kenaikan upah, atau ketika pihak manajemen berbeda pendapat secara tegas.

2) Samar-samar

Gejala yang muncul tampak samar-samar karena sulit menginterpretasikan dan menduga luasnya suatu kejadian. Misalnya, peraturan pemerintah (*deregulasi*), munculnya pesaing baru atau tindakan (ucapan) pemimpin opini. Semua terjadi secara samar-samar, ini artinya perusahaan atau organisasi memerlukan bantuan para analisis untuk menganalisis hal-hal yang samar-samar itu sebelum tergulung oleh ombak krisis.

3) Sama sekali tidak kelihatan

Gejala-gejala krisis bisa tidak terlihat sama sekali. Perusahaan tidak dapat membaca gejala ini karena kelihatannya segalanya tampak baik-baik saja. Untuk itu perusahaan perlu melakukan *general check-up* secara rutin, misalnya 3 atau 6 bulan sekali, dengan memanggil konsultan. Metode yang biasa dipakai adalah manajemen audit yang menyangkut segala aspek di perusahaan.

b. Krisis Akut

Meski bukan di sini awal munculnya krisis, orang menganggap suatu krisis dimulai dari sini karena gejala yang samar-samar atau sama sekali tidak jelas itu mulai kelihatan jelas. Dalam banyak hal, krisis yang akut sering disebut sebagai *the point of no return*. Artinya, sekali sinyal-sinyal yang muncul pada tahap peringatan (prodromal) tidak digubris, ia akan masuk ke tahap akut dan tidak bisa kembali lagi. Kerusakan sudah mulai bermunculan, reaksi mulai berdatangan, isu menyebar luas. Namun, berapa besar kerugian lain yang akan muncul amat tergantung dari para actor yang mengendalikan krisis.

Salah satu kesulitan besar dalam menghadapi krisis pada tahap akut adalah intensitas dan kecepatan serangan yang datang dari berbagai pihak yang menyertai tahap ini. Kecepatan ditentukan oleh jenis krisis yang menimpa perusahaan, sedangkan intensitas ditentukan oleh kompleksnya permasalahan.

c. Krisis Kronis

Organisasi masih merasakan dampak dari krisis yang terjadi dan terkadang dampak ini bisa lebih lama dari krisis itu sendiri. Tahap ini disebut tahap *recovery* atau *self analysis*. Di dalam perusahaan, tahap ini ditandai dengan perubahan structural. Berakhirnya tahap akut dinyatakan dengan langkah-langkah pembersihan.

d. Krisis Resolusi

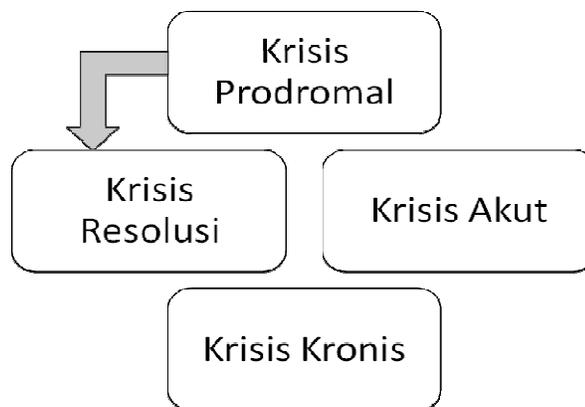
Tahap ini adalah tahap penyembuhan (pemulihan kembali) dan tahap terakhir dari empat tahap krisis. Meski bencana besar dianggap

sudah berlalu, tetap perlu berhati-hati, karena riset dalam kasus-kasus krisis menunjukkan bahwa krisis tidak akan berhenti begitu saja pada tahap ini. Krisis umumnya berbentuk siklus yang akan membawa kembali pada keadaan semula (prodromal).

Tahapan-tahapan terjadinya krisis tidak selalu berurutan dari tahap krisis prodromal, tahap krisis akut, tahap krisis kronis kemudian tahap krisis resolusi. Akan tetapi, apabila isu yang menjadi gejala awal krisis bisa ditangani dengan baik, maka siklus krisis ideal yang dihadapi organisasi akan berubah sebagai berikut:

Gambar : 3

Siklus Krisis Ideal



Sumber: Prayudi, 2012:248)

Dengan demikian tahapan krisis tidak selalu berurutan tergantung pada kesadaran pihak perusahaan akan adanya krisis dan manajemen PR dalam mengelola krisis yang terjadi. Perusahaan yang sadar akan krisis bisa mengantisipasi kedatangan krisis dan perusahaan yang kurang peka terhadap krisis membawa krisis naik ketahapan yang lebih tinggi.

4. Manajemen Krisis

Manajemen krisis merupakan proses perencanaan strategi terhadap krisis atau titik balik negatif, sebuah proses yang mengubah beberapa resiko dan ketidakpastian dari keadaan negatif dan berusaha agar organisasi dapat mengendalikan sendiri aktifitasnya (Fearn Banks, 1996:2). Manajemen krisis yang efektif tidak hanya meredakan atau mengakhiri krisis tetapi juga ada kalanya dapat memberikan organisasi reputasi yang lebih positif dari sebelum krisis.

Sebagaimana dijelaskan dalam surat Alam Nasyrah 94:6

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya: “*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*”

Krisis dipandang sebagai suatu cobaan, masalah atau masa yang sulit bagi perusahaan namun demikian keadaan itu haru dihadapi. Praktisi *Public Relations* dalam menjalankan fungsi manajemen krisis harus membuat strategi-strategi krisis agar krisis dapat diatasi. Selalu ada jalan keluar dari setiap cobaan yang dialami perusahaan.

Praktisi *Public Relations* memandang krisis tidak selalu sebagai sebuah ancaman, namun krisis bisa dijadikan peluang atau kesempatan untuk membangun citra secara cepat. Hal ini tergantung dengan strategi manajemen krisis yang digunakan. Strategi manajemen krisis merupakan proses yang dirancang untuk mencegah atau mengurangi dampak sebuah krisis terhadap perusahaan dan publiknya. Pada prinsipnya, strategi

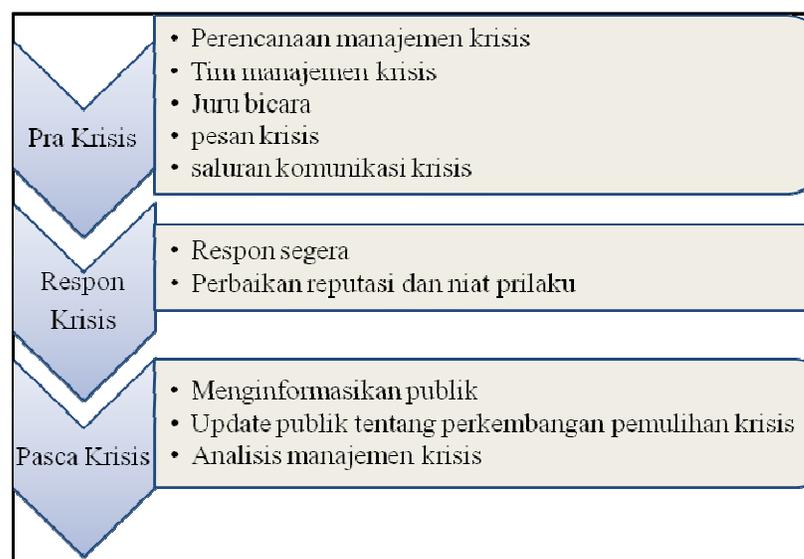
manajemen krisis merupakan cara atau langkah-langkah yang ditempuh dalam mengatasi sebuah krisis dalam perusahaan.

Sebagai sebuah proses, manajemen krisis dapat dibagi kedalam tiga tahapan : (1) pra krisis, (2) respon krisis, dan (3) pasca krisis. Tahap pra krisis fokus pada pencegahan dan persiapan. Tahap respon krisis adalah ketika manajemen harus mengatasi krisis yang muncul. Sedangkan pasca krisis merupakan tahapan di mana evaluasi dilakukan untuk mencari cara lebih baik dalam menghadapi krisis dimasa datang dan memenuhi komitmen yang dilakukan selama masa krisis, termasuk menindaklanjuti informasi.

Menurut W. Timothy Coombs manajemen krisis yang dapat dilakukan perusahaan sebagai berikut:

Gambar : 4

Tahapan Manajemen Krisis



Sumber : Prayudi, 2012: 258.

a. Tahap Pra Krisis

Pencegahan berupaya mengurangi resiko yang diketahui yang mengarah pada sebuah krisis. Menurut Barton dan Coombs langkah-langkah yang dilakukan dalam persiapan krisis:

- 1) Memiliki rencana manajemen krisis yang diperbaharui setahun sekali.
- 2) Memiliki tim manajemen krisis yang dilatih dengan baik.
- 3) Menguji rencana dan tim manajemen krisis setidaknya setahun sekali.
- 4) Menyiapkan beberapa pesan manajemen krisis termasuk untuk media *online* dan cetak biru untuk pernyataan krisis. Meminta departemen legal untuk *me-review* dan menyetujui pesan-pesan ini.

b. Respon Krisis

Respon krisis merupakan tahapan yang menjelaskan apa yang dilakukan manajemen. Praktisi *Public Relations* memainkan peran kritis pada tahan respon ini dengan mengembangkan pesan yang dikirim ke beragam publik. Langkah-langkah respon krisis sebagai berikut:

- 1) Segera dan memberikan respon pada satu jam pertama.
- 2) Menjaga akurasi dengan mengecek semua fakta.
- 3) Konsisten dengan memastikan juru bicara terinformasikan peristiwa krisis dan poin-poin pesan utama.
- 4) Memastikan keselamatan publik sebagai prioritas nomor satu.

- 5) Menggunakan semua saluran komunikasi yang ada termasuk internet dan sistem notifikasi massa.
- 6) Menunjukkan perhatian atau simpati pada korban.
- 7) Libatkan karyawan dalam respon segera.
- 8) Menyediakan konsultan stress dan trauma bagi korban krisis.

c. Pasca Krisis

Pada tahapan ini organisasi kembali menjalankan operasi seperti biasanya. Krisis bukan lagi menjadi perhatian utama manajemen, namun masih membutuhkan perhatian. Perbaikan reputasi bisa saja berlanjut pada tahapan ini.

Ada komunikasi lanjut yang dibutuhkan. Pertama, manajer krisis berjanji menyediakan informasi tambahan selama tahap krisis. Manajer krisis harus memenuhi janji tersebut atau beresiko kehilangan kepercayaan publik. Kedua, organisasi perlu mengeluarkan informasi terbaru mengenai proses pemulihan, aksi perbaikan, dan atau penyelidikan krisis.

Manajer krisis sepakat bahwa krisis merupakan pengalaman pembelajaran. Upaya manajemen krisis harus dievaluasi untuk melihat apa yang berjalan atau apa yang memerlukan perbaikan. Organisasi harus mengembangkan upaya pencegahan, persiapan dan respon.

Langkah-langkah yang dilakukan pasca krisis:

- 1) Memenuhi janji kepada publik.

- 2) Publik terinformasikan perkembangan upaya pemulihan dan perkembangan penyelidikan.
- 3) Analisa upaya manajemen krisis untuk pembelajaran dan menyatukan pembelajaran dalam sistem manajemen krisis.
(Prayudi, 2012: 275).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi deskriptif yang merupakan tipe metode penelitian kualitatif (*Qualitative Research*), studi deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan pemaparan suatu situasi atau peristiwa (Ruslan, 2006:71-72). Di sini, penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rahmat, 2008:24)

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ditentukan berdasarkan *purposive sampling* (sampel purposif), yakni metode yang menggunakan teknik seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Dari sini subjek akan dipilih secara purposif sesuai dengan keperluan karena yang diinginkan dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi, bukan kuantitas responden. Subjek merupakan pihak yang terlibat dalam manajemen krisis Borobudur yaitu pimpinan, PR serta tim

manajemen krisis perusahaan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko yang notabeneanya adalah orang-orang kaya informasi berkenaan dengan krisis perusahaan yang diteliti.

Subjek penelitian ini adalah Direktur Utama, Kepala Unit serta Humas PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Sedangkan objek penelitian ini adalah manajemen krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam Pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage* pasca erupsi Merapi.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data Metode pengumpulan data merupakan cara atau teknik bagaimana data itu bisa ditemukan, digali, dikumpulkan, dikategorikan dan dianalisis.

a. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat. Dokumen public misalnya: laporan polisi, berita-berita surat kabar, transkrip acara TV. Dokumen privat misalnya: surat-surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu, tulisan atau gambar.

b. Wawancara

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data dan informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan

agar mendapat data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2007: 100).

Wawancara dilakukan dengan frekuensi tinggi secara intensif.

Wawancara adalah percakapan antara periset yang berharap mendapatkan informasi, dan informan diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek (Berger dalam Kriyantono, 2007: 96). Informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah Direktur Utama, Kepala Unit, Humas dan Protokoler serta pihak terkait lainnya dari PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.

c. Observasi Nonpartisipan

Observasi nonpartisipan adalah peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas orang-orang yang sedang diteliti namun hanya sebagai pengamat independen.

4. Jenis Data

Menurut cara perolehannya, data dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Data Primer (primary data)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Direktur Utama, Kepala Unit, serta Humas dan Protokoler PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Data berupa catatan hasil wawancara.

b. Data Sekunder (secondary data)

Memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal. Data sekunder berupa dokumentasi kegiatan yang dilakukan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko, *pres release* dan *annual report* berkaitan dengan Krisis Candi Borobudur.

5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan tiga jenis analisis data menurut Milis dan Huberman (1994) dalam (Pawito, 2007:104) dengan istilah *interactive model*. Teknik ini terdiri dari tiga komponen yakni:

- a. Reduksi Data (*data reduction*). Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan (Ardianto, 2010: 223).

Reduksi data mempunyai tiga tahap, yakni tahap pertama: editing, pengelompokan dan meringkas data. Tahap kedua: peneliti menyusun catatan atau memo yang berkenaan dengan proses penelitian sehingga peneliti dapat menemukan tema, kelompok, dan pola-pola data. Tahap ketiga: peneliti menyusun rancangan konsep-konsep (mengupayakan konseptualisasi) serta penjelasan berkenaan dengan tema, pola atau kelompok-kelompok data yang bersangkutan.

- b. Penyajian Data (*data display*), melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu

dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data benar-benar dilibatkan.

- c. Pengujian Kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*), pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada. Jadi peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan skripsi.

6. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi data atau sumber yaitu upaya untuk mengakses sumber- sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama, menguji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Dari sini peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan: data yang diperoleh konsisten, tidak konsisten atau berlawanan. (Pawito, 2007:99)

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Manajemen Krisis Candi Borobudur (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dalam Pelestarian World Heritage pasca Erupsi Merapi 26 Oktober 2010) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Krisis yang dialami PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko merupakan *sudden crisis* yang disebabkan oleh bencana alam yaitu Erupsi Merapi.
2. Krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko berada pada level akut di mana krisis berdampak pada kerusakan kawasan Candi Borobudur oleh abu vulkanik, terhentinya aktifitas manajemen Taman Wisata Candi Borobudur, terhentinya aktifitas wisatawan di Candi Borobudur, mematikan kegiatan ekonomi masyarakat Borobudur yang sebagian besar menggantungkan hidupnya sebagai pedagang di kawasan Candi Borobudur.
3. PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko sudah memiliki manajemen krisis meski sederhana. Mulai dari pra krisis, sudah ada pembagian tugas meski belum dibentuk tim manajemen krisis, menyiapkan juru bicara dan pesan krisis. Respon krisis yang dilakukan saat terjadi erupsi merapi adalah respon segera yaitu segera mengambil tindakan penutupan dan pembersihan. Serta pasca krisis, di mana perusahaan mendapat pelajaran krisis yaitu perlu adanya mitigasi bencana.

4. Program dari manajemen krisis dalam pelestarian Candi Borobudur sebagai *World Heritage* adalah pembersihan abu vulkanik, sarungisasi dan paket wisata tilik ndeso. Orientasi kegiatan wisatawan tidak hanya di candi Borobudur, PT. TWC BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN RATU BOKO menawarkan sesuatu yang baru sehingga wisatawan dapat berlama-lama di Candi Borobudur namun aman bagi fisik candi.

B. Saran

Dengan berakhirnya penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran yang bersifat membangun bagi pihak PT. TWC BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN RATU BOKO sebagai berikut:

1. Membuat *crisis managemen team* yang akan merumuskan *crisis managemen plan* sebagai tindakan preventif apabila kembali terjadi krisis pada Candi Borobudur. Hal ini mengingat Candi Borobudur rentan terhadap kerusakan baik disebabkan oleh manusia, cuaca maupun bencana alam.
2. Membuat suatu *Crisis Center*, sehingga ketika terjadi krisis maka tim krisis mempunyai tempat untuk bertemu dan merumuskan langkah-langkah yang bisa diambil saat krisis. Serta sebagai pusat informasi saat terjadi krisis.
3. Mengefektifkan fungsi *web site*. Sebagai sumber informasi dan promosi.
4. Dibentuknya satu badan yang dapat mengelola Candi Borobudur beserta kawasannya secara keseluruhan sehingga pelestarian Candi Borobudur beserta kawasannya dapat dilakukan secara utuh oleh satu badan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Quran Terjemah. 2002. *Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Quran Departemen Agama RI*. Jakarta: Al Huda.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Effendi, Onong U. 1986. *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- K. Yin. 2005. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations dan Konsep Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta :Kencana Prenada Media Group.
- Nawawi dan Martini. 1992. *Instrumen penelitian bidang social*. Yogyakarta: UGM Press.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Pawito. 2007. *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LkiS
- Prayudi. 2012. *Public relations Stratejik*. Yogyakarta: Komunikasi UPN Press.
- Rahmat, Jalaludin. 2001. *Metode penelitian komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sanityastuti, Sri dkk. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Yogyakarta : Ilmu Komunikasi Uin Sunan Kalijaga.

- Soemirat, Soleh. Ardianto, Elvinaro. 2008. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- Wasesa, Silih Agung. Macnamara, Jim. 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi

- Gunawan, Mahendra. 2006. *Strategi Public Relations dalam Mengatasi Krisis Kepercayaan Masyarakat Kalimantan Kepada Pemerintah*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran.
- Hendra. 2008. *Manajemen Krisis dalam Program Recovery Bali (Study Deskriptif tentang Manajemen Krisis dalam Memulihkan Citra Pariwisata Bali Pasca Bom Bali 2005)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Pramita, Indah. 2010. *Peran dan Fungsi Public Relations dalam Menangani Krisis di Perusahaan Tambang (Kasus penanganan Krisis Mengenai Dampak Aktifitas Pertambangan PT Kaltim Prima Coal Terhadap Masyarakat Sekitar Area Tambang Tahun 2008)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Internet

- UNESCO World Heritage Convention.2008. *The Criteria for Selection*. <http://whc.unesco.org/en/criteria> diunduh pada tanggal 8 Mei 2012 jam 13.00 WIB.
- Erin De Santiago.2009. Warisan Dunia UNESCO Kriteria Seleksi. <http://translate.google.co.id> diunduh pada tanggal 8 Mei 2012 jam 13.15 WIB.

Lampiran : 1

CURRICULUM VITAE

Nama : Rini Sugiarti
NIM : 08730010
Tempat/Tanggal Lahir : Purworejo, 04 April 1989
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asal : Brondong RT 02/ RW 03 Bruno, Purworejo
Alamat Jogja : Jl. Kusuma GK 4, Gendeng 878 Timoho,
Yogyakarta
Nama Ayah : Muhammad Yusuf
Nama Ibu : Umi Yati
Pendidikan Formal :
1996-2002 : SD N 1 Bruno
2002-2005 : SMP N 21 Purworejo
2005-2008 : SMA N 4 Purworejo
2008-sekarang : Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UINSunan Kalijaga Yogyakarta

Lampiran : 2

Interview Guide 1

Pra Krisis

1. Sudah adakah rencana manajemen krisis PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko?
2. Kapan rencana manajemen krisis diperbaharui?
3. Adakah tim manajemen krisis khusus yang dibentuk pihak manajemen?
4. Seberapa tingkat kematangan rencana dan tim manajemen krisis?
5. Apa cetak biru atau pesan- pesan krisis yang disiapkan pihak manajemen?

Respon Krisis

6. Kapan pihak manajemen menyadari adanya krisis?
7. Langkah awal yang dilakukan saat menyadari adanya krisis?
8. Siapa yang ditunjuk sebagai juru bicara dalam masa krisis?
9. Informasi apa saja yang diberikan atau disampaikan kepada publik?
10. Berapakah frekuensi penyampaian informasi kepada publik?
11. Saluran media apa saja yang digunakan dalam menginformasikan perkembangan krisis kepada publik?
 - a. Surat Kabar?
 - b. Radio?
 - c. Televisi?
 - d. Internet?
12. Apa saja yang dilakukan saat krisis benar- benar terjadi?
13. Siapa ahli khusus yang digandeng selama penyelesaian krisis?
14. Program apa saja yang disiapkan untuk menghadapi krisis?
 - a. Program rekonstruksi?

- b. Adakah kerjasama yang dilakukan dengan pihak tertentu dalam melaksanakan program dimasa krisis?

15. Bagaimana implementasi program dimasa krisis?

Pasca Krisis

16. Kegiatan apa saja yang dilakukan pasca krisis?
17. Apakah publik masih mendapat informasi perkembangan pemulihan krisis?
18. Informasi apa saja yang diberikan kepada publik pasca krisis?
19. Apa hasil evaluasi penanganan krisis selama masa krisis?
20. Apa kelebihan dan kekurangan manajemen krisis perusahaan?
21. Nilai apa yang dapat diambil selama masa krisis untuk kemajuan perusahaan?

Interview Guide 2

Krisis

1. Apakah peristiwa Erupsi Merapi dapat dikatakan sebagai sebuah krisis bagi perusahaan. Jika Iya,
 - a. Di definisikan sebagai apakah peristiwa itu terhadap pariwisata Candi Borobudur?
 - b. Mengapa?
2. Apa pengertian krisis menurut TWCB sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata?
3. Factor apa saja yang dapat dikategorikan krisis?
4. Apakah peristiwa tersebut membawa dampak terhadap unit lain?
5. Apakah ada suatu pedoman penanganan krisis yang baku dalam TWCB, mengingat Candi Borobudur sangat rentan mengalami krisis? Jika iya
 - a. Apa saja pedoman tersebut?
 - b. Bagaimana proses penyusunan pedoman krisis tersebut?

Identifikasi krisis

1. Bagaimana keadaan aktifitas manajemen TWCB sebelum, sesudah dan pasca terjadinya erupsi merapi?
2. Seberapa besarkah dampak terjadinya Erupsi Merapi terhadap TWCB (ditinjau dari tingkat kunjungan dan pemberitaan di media massa)?
3. Bagaimana pemberitaan mengenai keadaan Candi Borobudur di media massa pasca Erupsi merapi (baik media dalam negri maupun luar negri)?

Analisis krisis

1. Mengapa Erupsi Merapi menjadi penyebab terjadinya krisis Perusahaan (Penurunan jumlah pengunjung)?
2. Seberapa besar ancaman yang diakibatkan oleh krisis pasca Erupsi Merapi, terhadap sector pariwisata?
3. Siapa yang mempunyai wewenang untuk mengatasi krisis? Apa perlu tim untuk menanggulangi krisis?

Strategi

1. Adakah strategi yang direncanakan dlm penanganan krisis?
 - a. Apa strategi yang ditempuh?
 - b. Apa alasan memilih strategi itu?
 - c. Apakah factor eksternal turut mempengaruhi pemilihan strategi itu?
 - d. Siapa saja yang terlibat dalam pengambilan strategi?

Program

1. Apa TWCB memiliki Program yang ditujukan untuk memulihkan TWCB pasca Erupsi Merapi?
2. Program apa saja?
3. Apa yang menjadi tujuan dari program tersebut?

4. Apa isi pesan yang ingin disampaikan dari program tersebut?
5. Kepada siapa program itu ditujukan?
6. Adakah program jangka pendek dan jangka panjang?
7. Media apa saja yang digunakan dalam mendukung program tersebut?
8. Berapa anggaran dana untuk program tersebut?
9. Apa yang dijadikan tolok ukur untuk mengukur tingkat efektifitas keberhasilan pelaksanaan program?
10. Langkah apa yang ditempuh dalam pengevaluasian program?

Program Recovery Candi Borobudur

1. Apa saja yang sudah dilaksanakan pasca Erupsi Merapi?
2. Aktifitas apa saja yang ditetapkan dlm program recovery Candi Borobudur?
3. Apa yg menjadi tujuan utama dalam recovery Candi Borobudur?

Interview Guide 3

World Heritage

1. Makna *World Heritage* Candi Borobudur bagi perusahaan?
2. Bagaimana Strategi perusahaan dalam mempertahankan Candi Borobudur sebagai *World Heritage*?

Narasumber

1. Aryono selaku Kabag Humas dan Protokoler PT. TWC Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.
2. Bambang Iriyanto selaku Kepala Unit Candi Borobudur.
3. Nahar C selaku Koordinator Kelompok Kerja Pemeliharaan Balai Konservasi Peninggalan Borobudur.

Lampiran : 3

Data Pengunjung

Tabel : 1

Data Pengunjung Candi Borobudur Tahun 2009 – 2011

No	Wisatawan	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
1	Wisatawan Mancanegara	153. 248	154. 126	166. 528
2	Wisatawan Nusantara	2. 381. 070	2. 282. 691	1. 494. 592
	Jumlah	3. 534. 318	2. 436. 817	2. 116. 116

(Sumber : dokumen PT. TWCBPRB tahun 2011)

Tabel: 2**Data Pengunjung Candi Borobudur Tahun 2010- 2011**

No	Bulan	Tahun 2010			Tahun 2011		
		Wisnus	Wisman	Jumlah	Wisnus	Wisman	Jumlah
1.	Januari	253,783	9,432	263,215	125,376	8,431	133,807
2.	Februari	132,285	10,050	142,335	83,582	9,997	93,579
3.	Maret	102,454	11,262	113,716	85,013	12,322	97,335
4.	April	175,652	11,365	187,017	73,437	11,769	85,206
5.	Mei	302,269	14,302	316,571	223,424	13,273	236,697
6.	Juni	385,674	13,365	399,039	289,167	12,524	301,691
7.	Juli	304,045	23,004	327,049	186,007	23,404	209,411
8.	Agustus	62,931	22,732	85,663	62,208	19,859	82,067
9.	September	266,693	14,863	281,556	240,306	16,765	257,071
10.	Oktober	114,021	15,278	129,299	125,943	15,273	141,216
11.	November	9,250	2,549	11,799	97,148	11,880	109,028
12.	Desember	173,634	5,924	179,558	357,981	11,027	369,008
Jumlah		2,282,691	154,126	2,436,817	1,949,592	166,524	2,116,116

(Sumber: Dokumen TWCB tahun 2011)

Lampiran : 4

Draft Press Release

Jalur Utama Yogyakarta – Magelang Putus

TWCB Sediakan Shuttle Bagi Pengunjung

Bencana banjir lahar dingin yang terjadi 30 Maret 2011 lalu, yang mengakibatkan jembatan Pabelan putus, menimbulkan dampak yang sangat besar terhadap akses pengguna jalan dari arah Yogyakarta menuju Magelang. Demikian halnya dengan Taman Wisata Candi Borobudur, dimana akses jalur menuju Candi Borobudur dari arah Yogyakarta mengalami hambatan. Jembatan Pabelan merupakan jembatan utama penghubung Yogyakarta dan Magelang. Sedangkan Jembatan Pabelan yang menghubungkan Magelang dengan Yogyakarta, saat ini masih bisa dilalui namun hanya bagi kendaraan roda dua. Untuk kendaraan bis dan roda empat harus melalui jalur alternative via Purworejo.

Dengan kondisi yang demikian, dipastikan akan mengganggu akses kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur. Menanggapi keadaan darurat seperti ini, pihak manajemen Taman Wisata Candi Borobudur memberlakukan sistem pelayanan angkutan jemputan (shuttle) Pabelan – Borobudur PP, dengan fasilitas bis dan mobil. Taman Wisata Candi Borobudur mengerahkan 2 buah bis yang berkapasitas masing-masing 40 seat dan 18 seat, serta 5 unit mobil berkapasitas masing-masing 6-7 seat. Pelayanan transport shuttle ini mulai diberlakukan hari ini, Jumat 1 April 2011, dioperasikan mulai pukul 07.00 – 16.00 WIB.

Secara teknis, kendaraan bis dari travel agent yang membawa rombongan wisatawan dari arah Yogyakarta akan berhenti sebelum jembatan Pabelan yang putus, kendaraan bis travel agent diarahkan untuk parkir disekitar Prumpung. Rombongan wisatawan diharuskan untuk berjalan kaki hanya sebatas jembatan untuk selanjutnya akan melanjutkan perjalanan ke Candi Borobudur dengan pelayanan transport shuttle yang sudah disediakan Taman Wisata Candi Borobudur. Sementara ini baru wisatawan mancanegara dibawah travel agent yang kami layani dengan pelayanan transport shuttle. Sedangkan untuk wisatawan nusantara, pihak manajemen Taman Wisata Candi Borobudur akan segera memberlakukan sistem serupa, namun masih dalam tahap *brain storming*.

Pelayanan transport shuttle ini diberlakukan dengan tujuan untuk tetap memberikan pelayanan kepada wisatawan. Seperti yang diungkapkan Kepala Unit Taman Wisata Candi Borobudur, Pujo Suwarno, “ Hal ini kami lakukan untuk tetap memberikan kenyamanan dan kecepatan pelayanan bagi wisatawan yang memiliki waktu kunjungan terbatas ke Candi Borobudur”, kata Pujo. “Sebelumnya kami sudah melakukan koordinasi dengan ASITA (*Association of The Indonesian Tours & Travel Agencies*) yang membawahi beberapa agen-agen travel, yang membawa tamu wisatawan berkunjung ke Candi Borobudur”, tambah Pujo.

Untuk rombongan Wisatawan Nusantara dari arah utara dan barat (Jakarta, Jawa Barat dan pesisir utara) disarankan untuk melakukan kunjungan ke Borobudur terlebih dahulu sebelum berkunjung ke Yogyakarta. Sedangkan untuk rombongan wisatawan dari arah selatan dan timur (one day tour) disarankan untuk memilih salah satu paket kunjungan, yaitu ke Candi Borobudur atau ke Yogyakarta saja. Diharapkan dengan adanya sistem pelayanan transport shuttle Pabelan Borobudur ini akan dapat memperlancar arus kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur.

Untuk kendaraan roda empat bisa melalui jalur alternatif Pasar Tempel – Minggir/Seyegan – Dekso – Jagalan – Borobudur atau dari Pertigaan Semen – Kenteng – Jagalan – Borobudur. Sedangkan untuk kendaraan bis harus memutar melalui jalur Purworejo yaitu Jombor – Gamping – Sentolo – Wates – Purworejo – Salaman – Borobudur.

Tentang PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko

PT. (Persero) TWC. Borobudur, Prambanan & Ratu Boko adalah melakukan, pengelolaan, pemanfaatan dan pemeliharaan ketertiban serta kebersihan kawasan beserta candinya sebagai obyek dan daya tarik wisata berdasarkan petunjuk teknis Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

PT.(Pesero) TWC.Borobudur,Prambanan & Ratu Boko merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN, yaitu pengelola profesional Candi Borobudur,Candi Prambanan dan ratu Boko yang mempunyai Misi Menjadikan taman Wisata sebagai “World class tourist destination”, serta Visi memberikan pelayanan yang melebihi harapan wisatawan.

Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam usaha pengelolaan obyek wisata candi,

berdiri pada tanggal 15 Juli 1980 berdasarkan akte Notaris Soeleman Ardjasmita, SH Nomor : 19 dengan perubahan terakhir berdasarkan Akta Notaris Yulida Des Martiny, SH Nomor : 11 Tanggal 8 Agustus 2008.

Candi Borobudur sebagai UNESCO world culture heritage merupakan “*the world largest Buddhist temple in the world*”. **Candi Prambanan** sebagai UNESCO world culture heritage merupakan “*the tallest and most beautiful Hindu temple in the world*”. Ratu Boko yang merupakan “*the lost masterpiece palace complex, the only Hindu and Buddhist mixed-architectural archeological*” terletak +/- 3 km dari selatan komplek Candi Prambanan.

Informasi lebih lanjut Hubungi
Pujo Suwarno / Kepala Unit Borobudur
Telp: +62 293 788 266
Fax : +62 293 788 132
Website : www.borobudurpark.co.id
E-mail: borobudur@borobudurpark.co.id



www.borobudurpark.co.id

Borobudur

The magnificent world cultural heritage site, the largest Buddhist temple in the world, the biggest ancient monument in the Southern Hemisphere and the oldest in South East Asia, 41 km northwest of Yogyakarta and 7 km south of Magelang, Central Java.

Prambanan

The most beautiful Hindu temple in the world, the biggest temple complex in Java with 224 temple in the area, about 15 km from Yogyakarta.

Ratu Boko

The lost masterpiece palace complex from the 8th century, the only Hindu and Buddhist mixed-architectural archaeological site, about 3 km to the south of Prambanan Temple.

Nomor : 1441/LB.003/VII/2012

Yogyakarta, 23 Juli 2012

Klasf. : --

Lamp. : --

Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada
Yth. Dekan
Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Jl. Marsda Adisucipto
Fax. (0274) 519571
di
YOGYAKARTA

1. Menunjuk surat Saudara Nomor : UIN.02/TU.SH/TL.00/950/2012 tanggal 9 Juli 2012, perihal tersebut pada pokok surat, dengan hormat disampaikan bahwa perusahaan kami dapat menerima mahasiswi :

Nama : Rini Sugiarti
No. Induk : 08730010
Prodi : Ilmu Komunikasi

Untuk mengadakan penelitian dan pengumpulan data di Unit Taman Wisata Candi Borobudur untuk menyusun Skripsi dengan judul : **"Manajemen Krisis Candi Borobudur"** (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko Dalam Mempertahankan World Heritage).

2. Sehubungan dengan hal tersebut untuk kelancaran pelaksanaannya agar mahasiswa ybs menghubungi, Kepala Unit Taman Wisata Candi Borobudur, Sdr. Bambang Irianto, telp. (0293) 788266.
3. Setelah selesai menyelesaikan Skripsi diharap menyerahkan 1 (satu) copy hasil kegiatan tersebut kepada perusahaan kami.
4. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Tembusan kepada Yth:

1. Direktur Operasi
2. Ka. Unit TWC Borobudur
3. Mahasiswa ybs

A.n.DIREKSI,
KANTOR USAHA
ACHMAD MUCHLIS
Sekretaris Perusahaan

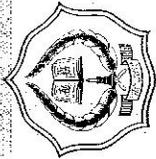
PT.(Persero) TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN & RATU BOKO

Head Office : Jl. Raya Yogya-Solo KM.16, Prambanan, Yogyakarta 55571, Indonesia, Tel. +62 274 496 402, 496 406, Fax. +62 274 496 404

Representative Office : Menara Batavia, 25th floor, Jl.K.H. Mas Mansyur Kav.126, Jakarta 10220, Indonesia, Tel. +62 21 579 303 31 Fax. +62 21 579 303 30

e-mail : jakarta@borobudurpark.co.id

Nomor: UIN.02/R.Km/PP.00.9/1921/2008



**DEPARTEMEN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

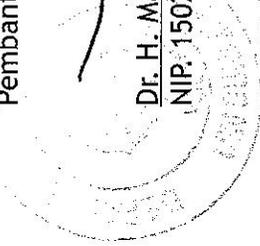
diberikan kepada:

**NAMA : RINI SUGIARTI
NIM : 08730010
FAKULTAS : Ilmu Sosial dan Humaniora**

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas workshop
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2008/2009
Tanggal 28 s.d. 30 Agustus 2008 (24 jam pelajaran) sebagai:

P E S E R T A

Yogyakarta, 2 September 2008
a.n. Rektor
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan



Dr. H. Marabustam Siregar, M.A.
NIP. 150232846



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

BISMILLAHIRRAHMANIRROHIIM

SERTIFIKAT

No. : UIN.2/L.2/PP.06/0128/2011

Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
memberikan sertifikat kepada :

N a m a : Rini Sugiarti
Tempat & Tgl. Lahir : Purworejo, 04 April 1989
NIM / Fakultas : 08730010 / Soshum.

Yang telah menjadi relawan UIN Sunan Kalijaga, dalam rangka membantu Korban Letusan Gunung Merapi di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah, dari tanggal 13 November s.d. 12 Desember 2010, dengan nilai 96,5 (A).

Sertifikat ini diberikan sebagai bukti bahwa yang bersangkutan, telah melaksanakan kegiatan relawan yang disetarakan dengan Kuliah Kerja Nyata (KKN), dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti Ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 14 Februari 2011

Ketua,

Dr. H. Mardjoko Idris, MA.
NIP. 19590105 198703 1 003



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No : UIN.02/L.5/PP.00.9/2977.c/2012

Herewith the undersigned certifies that:

Name : Rini Sugiarti
Date of Birth : April 4, 1989
Sex : Female

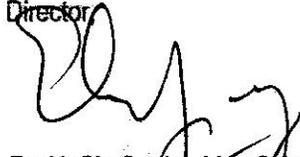
took TOEC (Test of English Competence) held on September 14, 2012 by Center for Language, Culture and Religion of Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	34
Structure & Written Expression	31
Reading Comprehension	42
Total Score	357

*Validity : 2 years



Director


Dr. H. Shofiyullah Mz., S.Ag., M.Ag.
NIP. 197105282000031001

شهادة

الرقم: UIN.02/L.0/PP.000.9/2977.b/2012

تشهد إدارة مركز اللغات والثقافات والأديان بأن :

الاسم : Rini Sugiarti

تاريخ الميلاد : ٤ ابريل ١٩٨٩

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٣ سبتمبر ٢٠١٢،
وحصلت على درجة :

٦	فهم المسموع
٩	التركيب النحوية والتعبيرات الكتابية
٧,٧	فهم المقروء
٢٣	مجموع الدرجات

*هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

المدير


الدكتور الحاج صفى الله الماجستير

رقم التوظيف: ٩٧١٠٥٢٨٢٠٠٠٠٣١٠٠١



SERTIFIKAT

No. UIN-02/L.3/PP.009/CS/2009

PELATIHAN ICT
(INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY)

diberikan kepada

RINI SUGIARTI

dengan hasil

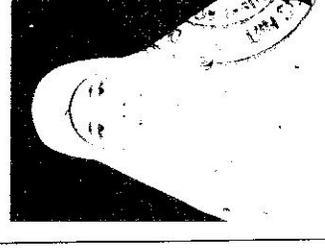
Memuaskan



UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PKSI

Pusat Komputer & Sistem Informasi



Yogyakarta, 2 November 2009

Kepala PKSI

Sumarsono, M.Kom

NIP. 19710209 200501 1 003

DAFTAR NILAI

Nama : **RINI SUGIARTI**
NIM : 8730010
Fakultas : Soshum
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	85	B
2	Microsoft Excel	75	B
3	Microsoft Power Point	60	C
4	Internet	75	B
Total Nilai		73,75	B

Standar Nilai :

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
70 - 85	B	Memuaskan
55 - 69	C	Cukup
40 - 54	D	Kurang
0 - 39	E	Sangat Kurang

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571



SERTIFIKAT

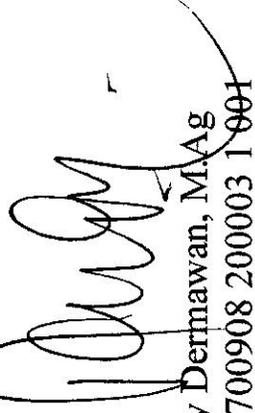
No.: UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/782/2012

Diberikan Kepada:
RINI SUGIARTI

NIM : 08730010
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran
dengan Predikat :
Baik (B)

Yogyakarta, 4 Juni 2012
a.n.Dekan
Pembantu Dekan Bid. Kemahasiswaan


H. Andy Dermawan, MAg
NIP. 19700908 200003 1 001