

**PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN
TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media
Online)**



SKRIPSI

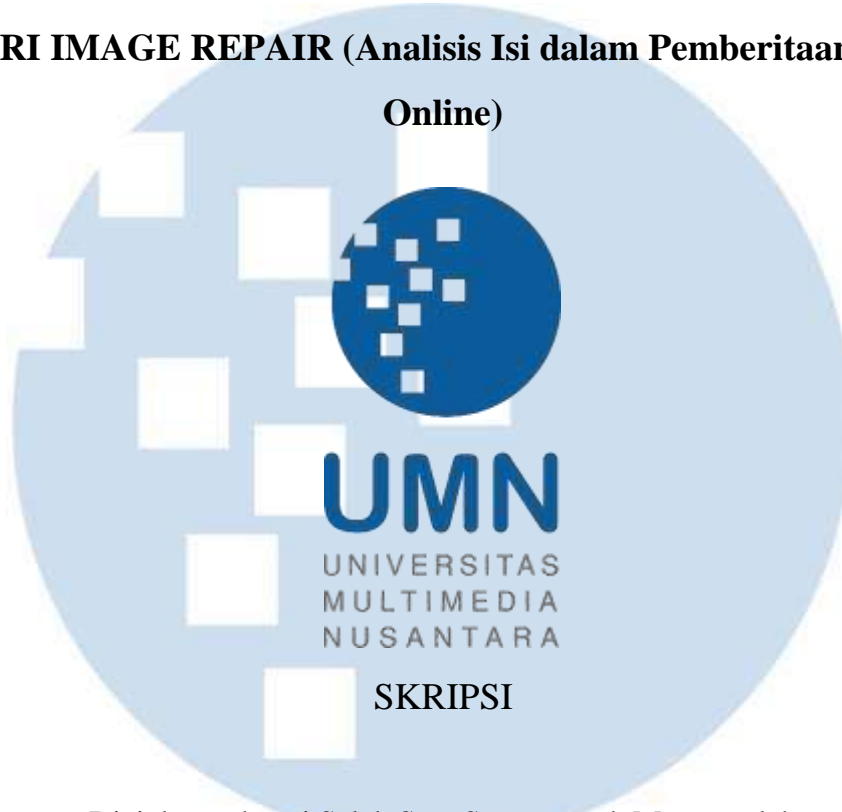
ANGGITA AULIA RAHMI

00000033170

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

**PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN
TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media
Online)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ANGGITA AULIA RAHMI

0000033170

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Anggita Aulia Rahmi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033170

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media Online)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 02 Januari 2023



(Anggita Aulia Rahmi)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media Online)

Oleh:

Nama : Anggita Aulia Rahmi
NIM : 00000033170
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

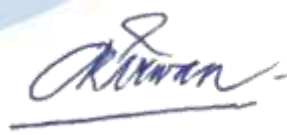
Telah diujikan pada hari Rabu, 11 Januari 2023
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Indriawan Seto Wahnuwibowo, M.Si
NIDN 0308036601


Dr. Irwan Julianto, MPH.
NIDN 8814320016

Pembimbing


Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2023.01.26
10:32:02 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggita Aulia Rahmi

NIM : 00000033170

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN
TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media
Online)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 2 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Anggita Aulia Rahmi)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media Online)”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Ayah dan ibu saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Saudara kandung saya Fani, Tya dan Didit yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
8. Natasya, Shifa, dan Fenny teman seperjuangan yang selalu membantu, menghibur, dan mendukung satu sama lain untuk menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik
9. Teman-teman satu bimbingan yang sudah berjuang bersama dan saling mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini

10. Devi dan Felia selaku teman SMA terbaik yang selalu mendukung dan mendukung sama lain dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Falih, Asmi, dan Asia yang merupakan teman satu angkatan yang sudah baik hati mendengarkan keluh kesah dan saling mendukung untuk menyelesaikan skripsi.
12. Faturahman Hidayat selaku teman terbaik yang selalu mendukung dalam mendukung menyelesaikan skripsi ini.
13. Nedal Hammud yang selalu memberikan dukungan dalam menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Januari 2023



(Anggita Aulia Rahmi)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PROPORSI RESPONS KRISIS HOLYWINGS BERDASARKAN
TEORI IMAGE REPAIR (Analisis Isi dalam Pemberitaan Media
Online)**

Anggita Aulia Rahmi

ABSTRAK

Holywings mengalami krisis yang dipicu oleh adanya promosi miras Muhammad dan Maria. Promosi ini membuat kegaduhan karena mengandung unsur SARA. Promosi miras Muhammad dan Maria membuat Holywings dilaporkan oleh banyak pihak dan menghantarkan pada penutupan Holywings. Lantas permasalahan ini kemudian mendorong Holywings untuk melakukan respons krisis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proporsi respons krisis Holywings berdasarkan teori *Image Repair* dalam pemberitaan media *online*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Image Repair* yang di dalamnya terdapat 14 strategi yang digunakan untuk merespons krisis dan memulihkan citra. Metode penelitian dalam skripsi ini adalah analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang paling banyak digunakan adalah *Mortification* yaitu sebanyak 165 kali atau 31,49%. Kemudian *Corrective Action* sebanyak 158 kali atau 30,15%. Ketiga *Simple Denial* sebanyak 58 kali atau 11,07%. *Defeasibility* sebanyak 53 kali atau 10,11%. *Shift Blame* sebanyak 25 kali atau 4,77%. *Bolstering* sebanyak 21 kali atau 4,01%. *Good Intentions* sebanyak 16 kali atau 3,05%. *Accident* sebanyak 13 kali atau 2,48%. *Differentiation* sebanyak 8 kali atau 1,53%. *Minimization* sebanyak 7 kali atau 1,34%. Holywings tidak menggunakan strategi *Provocation*, *Trancendence*, *Attack Accuser*, dan *Compensation*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh Holywings sesuai dengan serangan yang diberikan oleh publik. Promosi ini membuat Holywings melakukan *rebranding* dan setiap gerai sekarang memiliki nama yang berbeda-beda.

Kata kunci: Holywings, *Image Repair*, Krisis, dan Promosi Miras.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***PROPORTION OF HOLYWINGS CRISIS RESPONSE BASED
ON IMAGE REPAIR THEORY (Content Analysis in Online Media
Reporting)***

Anggita Aulia Rahmi

ABSTRACT

Holywings experienced a crisis triggered by the promotion of Muhammad and Maria's alcohol. This promotion is causing uproar because it contains elements of SARA. The promotion of Muhammad and Maria's alcohol made Holywings reported by many and led to the closure of Holywings. Then this problem then prompted Holywings to carry out a crisis response. The purpose of this study is to determine the proportion of Holywings crisis response based on Image Repair in online media reporting theory. The theory used in this study is the Image Repair theory in which there are 14 strategies used to respond to crises and restore images. The research method in this thesis is quantitative content analysis. The results showed that the most widely used strategy was Mortification, which was 165 times or 31.49%. Then Corrective Action 158 times or 30.15%. The three Simple Denials were 58 times or 11.07%. Defeasibility as much as 53 times or 10.11%. Shift Blame 25 times or 4.77%. Bolstering 21 times or 4.01%. Good Intentions 16 times or 3.05%. Accident as much as 13 times or 2.48%. Differentiation as much as 8 times or 1.53%. Minimization 7 times or 1.34%. Holywings does not use the Provocation, Transcendence, Attack Accuser and Compensation strategies. The conclusion of this study is that the strategy used by Holywings is in accordance with the attacks given by the public. This promotion made Holywings rebrand and each outlet now has a different name.

Keywords: *Cricis, Holywings, Image Repair, and Liquor Promotion.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori/Konsep (disesuaikan dengan tema dan variabel penelitian)	14
2.2.1 Komunikasi Krisis	14
2.2.2 Tipe Krisis	15
2.2.3 Tahapan Krisis	18

2.3	Alur Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	29
3.2	Metode Penelitian	29
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel	33
3.4	Operasionalisasi	35
3.5	Prosedur Koding	39
3.6	Teknik Pengukuran Data	42
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Objek Penelitian	52
4.2	Hasil Penelitian	54
4.3	Pembahasan	78
BAB V SIMPULAN		87
5.1	Simpulan	87
5.2	Saran	88
5.2.1	Saran Akademis	88
5.2.2	Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.	12
2.2 Image Repair Strategies.	21
2.3 Alur Penelitian.	27
3.3 Populasi Penelitian.	32
3.3.2 Sampel Penelitian.	33
3.4 Operasionalisasi.	34
3.5 Lembar Coding.	38
3.6.1 Uji Reabilitas.	43
4.2 Hasil Penelitian.	54

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promosi Miras Muhammad & Maria	2
Gambar 3.3.1 Daftar Peringkat Media	32
Gambar 4.1 Logo Holywings	52
Gambar 4.2 Presentase Hasil Penelitian.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran	96
Lampiran Brief Coder.	120
Lampiran Lembar Coding	122
Lampiran Turnitin.	126
Lampiran Formulir Konsultasi Skripsi.....	127
Lampiran CV.....	129

