



**PROSES ATRIBUSI PUBLIK TERHADAP KRISIS
PT KARUNIA MULTITRADEA PASCAKEBAKARAN PABRIK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun oleh

Nama : Taufiqah Nur Hidayah

NIM : 1306015105

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

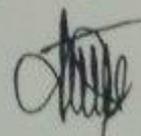
Nama : Taufiqah Nur Hidayah
NIM : 1306015105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Proses Atribusi Publik terhadap Krisis PT Karunia
Multitradea Pascakebakaran Pabrik

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya,

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 Agustus 2017

Yang Menyatakan



Tanda Tangan

Taufiqah Nur Hidayah

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Proses Atribusi Publik terhadap Krisis PT Karunia Multitradea
Pascakebakaran Pabrik
Nama : Taufiqah Nur Hidayah
NIM : 1306015105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

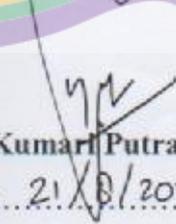
Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Sri Mustika, M.Si

Tanggal: 21/8/17


Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom

Tanggal: 21/8/2017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

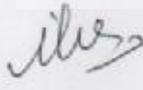
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

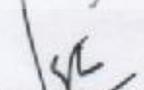
Judul Skripsi : Proses Atribusi Publik terhadap Krisis PT Karunia Multitradea
Pascakebakaran Pabrik
Nama : Taufiqah Nur Hidayah
NIM : 1306015105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Rabu, tanggal 30 Agustus 2017, dan
dinyatakan LULUS.


Said Ramadhan S.Sos, M.Si
Penguji I
Tanggal: 28/9/17.....


Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si
Penguji II
Tanggal: 28/9/17.....


Dr. Sri Mustika, M.Si
Pembimbing I
Tanggal: 28/9/17.....


Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom
Pembimbing II
Tanggal: 28/9/17.....

Mengetahui,
Dekan

Said Ramadhan, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Judul : Proses Atribusi Publik terhadap Krisis PT Karunia Multitradea
 Pascakebakaran Pabrik
 Nama : Taufiqah Nur Hidayah
 NIM : 1306015105
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Peminatan : Hubungan Masyarakat
 Halaman : 102+xi halaman+4 tabel+ 7 gambar+ 17 lampiran+ 20 bibliografi.
 Kata Kunci : Atribusi, Publik, Krisis, PT Karunia Multitradea

Krisis adalah segala sesuatu yang mengancam keberlangsungan dan persepsi tentang suatu organisasi. Penanganan krisis akan menentukan keberadaan organisasi selanjutnya. Ketika krisis terjadi, publik akan mencari penyebab terjadinya krisis. Proses ini disebut atribusi. Publik dapat mengetahui penyebab krisis salah satunya melalui media dan informasi yang didapat langsung. Atribusi yang dilakukan oleh publik dapat menentukan bagaimana penilaian publik terhadap penanggung jawab krisis dan manajemen krisis kemudian memengaruhi citra organisasi. Penelitian ini mengkaji bagaimana proses atribusi publik terhadap krisis PT Karunia Multitradea Pascakebakaran Pabrik.

Paradigma penelitian adalah konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah Teori Atribusi untuk mengetahui proses terbentuknya atribusi publik mengenai penyebab krisis. Pengetahuan publik tentang penyebab krisis menentukan penilaian publik terhadap manajemen krisis. Selanjutnya, maka akan memengaruhi citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deksriptif. metodenya studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses atribusi public diketahui melalui pencarian dan sumber informasi mengenai penyebab dan penanggung jawab krisis pascakebakaran pabrik PT Karunia Multitradea. Publik membuat atribusi internal yakni penyebab terjadinya kebakaran pabrik adalah kelalaian karyawan. Atribusi publik terhadap penanggung jawab krisis adalah pihak perusahaan. Berdasarkan atribusi publik mengenai penyebab krisis, maka krisis ini masuk dalam kategori krisis tanpa kesengajaan (*accidental cluster*). Manajemen krisis yang dilakukan sejauh ini cukup baik. Hal ini dilihat dari terjalannya kembali kerjasama dan hubungan baik antara keduanya. Kontribusi penelitian yang dihasilkan antara lain kontribusi akademis, metodologis, praktis, dan sosial.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala Karunia, Rahmat, kekuatan, dan dukungan yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik.

Skripsi dengan judul **“PROSES ATRIBUSI PUBLIK TERHADAP KRISIS PT KARUNIA MULTITRADEA PASCAKEBAKARAN PABRIK”** ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana

Dalam menyusun skripsi ini, penulis dapat menyelesaikan dengan baik berkat bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta, Ayahanda Edi Supriono dan Ibunda Dra. Sri Agustini, serta kakak Atiqah Anas Taqiyyah S.P yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan FISIP UHAMKA, Said Ramadhan, S.Sos, M.Si.
3. Wakil Dekan FISIP UHAMKA, sekaligus Dosen Pembimbing I, Dr. Sri Mustika, M.Si., atas bantuan dan bimbingannya kepada penulis dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.kom.
5. Dosen Pembimbing II, Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom atas bantuan dan bimbingannya kepada penulis dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Direktur Utama sekaligus *Vice PR* PT. Karunia Multitradea, Rheza Sulaiman, S.M. yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan observasi dan memberikan informasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Luky Juniansyah, yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan perhatian kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat sahabat Dianita Eka Putri, Amalia Widyasari, Yuliana Puspitasari, Dena, Rahmannisa, Nada,dll yang selalu memberi semangat dan mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat sahabat saya Ismi Azizah, Shabrina Ramadhanti, Erlina, Dina, Diana, Mawaddah, dan Member of KMG dan Angkatan 2013 FISIP yang memberi masukan, motivasi, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
10. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah saling mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan di masa yang akan datang.

Jakarta, 21 Agustus 2017

Peneliti,

Taufiqah Nur Hidayah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kontribusi Penelitian.....	14
1.5.1 Kontribusi Akademis	14
1.5.2 Kontribusi Metodologis.....	14
1.5.3 Kontribusi Praktis	14
1.5.4 Kontribusi Sosial	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
 BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	
2.1 Paradigma Konstruktivisme	17
2.2 Hakekat Komunikasi.....	19
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	19

2.2.2	Unsur Komunikasi	21
2.2.3	Fungsi Komunikasi.....	22
2.2.4	Konteks Komunikasi	23
2.2.5	Model Komunikasi.....	26
2.3	<i>Public Relations</i>	29
2.3.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	29
2.3.2	Aktivitas <i>Public Relations</i>	32
2.3.3	Fungsi <i>Public Relations</i>	33
2.3.4	Peran <i>Public Relations</i>	35
2.3.5	Humas pada Organisasi Profit.....	36
2.4	Komunikasi Organisasi	38
2.4.1	Pengertian Komunikasi Organisasi	38
2.4.2	Unsur Komunikasi Organisasi	39
2.4.3	Fungsi Komunikasi Organisasi.....	41
2.4.4	Proses Aktivitas Komunikasi dalam Organisasi.....	43
2.5	Teori Atribusi.....	44
2.5.1	Pengertian Atribusi	44
2.5.2	Teori Atribusi dalam Situasi Krisis.....	45
2.6	<i>Situational Crisis Communication Theory</i>	47
2.6.1	Variabel – Variabel dalam <i>SCCT</i>	49
2.6.2	Klaster Krisis.....	50
2.7	Publik.....	51
2.7.1	Pengertian Publik.....	51
2.7.2	Tipe-Tipe Publik	52
2.8	Krisis.....	54
2.8.1	Pengertian Krisis	54

2.8.2	Karakteristik Krisis.....	55
2.8.3	Sumber dan Jenis Krisis.....	57
2.8.4	Tahapan Krisis	59
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Pendekatan Penelitian	60
3.1.1	Jenis Penelitian	61
3.1.2	Metode Penelitian	62
3.2	Penentuan Informan.....	63
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	66
3.3.1	Wawancara Mendalam.....	66
3.3.2	Observasi	67
3.3.3	Dokumentasi.....	68
3.4	Metode Analisis Data.....	69
3.5	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	71
3.5.1	Lokasi Penelitian	71
3.5.2	Jadwal Penelitian	71
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Subek Penelitian.....	72
4.1.1	Visi dan Misi PT Karunia Multitradea.....	73
4.1.2	Logo <i>Akasaka Outdoor Sandals</i>	73
4.1.3	Profil Informan Kunci	74
4.1.4	Profil Informan Pendukung.....	75
4.2	Hasil Penelitian.....	77
4.2.1	Proses Atribusi Publik terhadap Krisis PT Karunia Multitradea Pascakebakaran Pabrik	77
4.2.1.1	Atribusi Publik terhadap Penyebab Krisis	78

4.2.1.2 Atribusi Publik terhadap Penanggung Jawab Krisis.....	80
4.2.1.3 Atribusi Publik terhadap Manajemen Krisis	83
4.3 Pembahasan.....	86
4.3.1 Atribusi Publik terhadap Penyebab dan Penanggungjawab krisis	89
4.3.2 Atribusi Publik terhadap Manajemen Krisis PT Karunia Multitradea Pascakebakaran Pabrik	95
BAB V PENUTUP	98
5.1 Simpulan.....	98
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis.....	100
5.2.2 Saran Metodologis.....	100
5.2.3 Saran Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

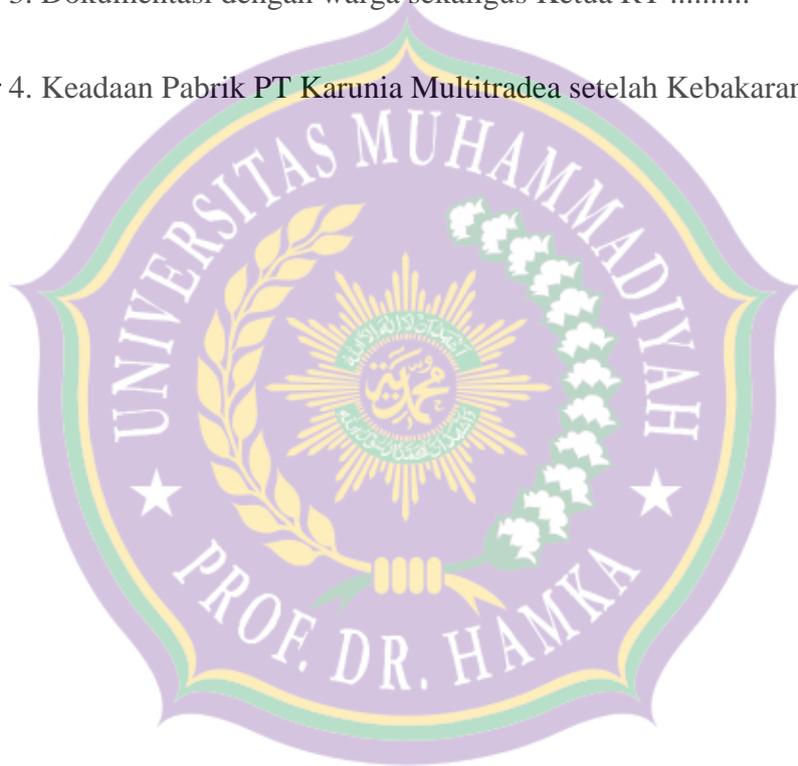
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	71
Tabel 4.1.6 Deskripsi Informan	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Berlo	29
Gambar 4.1.3 Logo <i>Akasaka Outdoor Sandals</i>	74
Gambar 1. Dokumentasi dengan <i>Vice PR</i> PT Karunia Multitradea.	xv
Gambar 2. Dokumentasi dengan publik eksternal Distributor	xv
Gambar 3. Dokumentasi dengan warga sekaligus Ketua RT	xvi
Gambar 4. Keadaan Pabrik PT Karunia Multitradea setelah Kebakaran	xvi



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia di dunia. Komunikasi merupakan salah satu proses sosial yang penting, karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Manusia adalah makhluk sosial, mereka berkomunikasi guna memenuhi kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya dan kebutuhan untuk menyempurnakan pengetahuan yang dimiliki untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya.

Menurut Schramm (dalam Suprpto, 2006: 2-3), komunikasi sebagai suatu proses berbagi (*sharing process*). Komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila seseorang berkomunikasi, sebenarnya mereka sedang berusaha menumbuhkan kebersamaan (*commonness*) dengan seseorang yaitu dengan berbagi informasi, ide, atau sikap. Hakikat komunikasi adalah usaha untuk membuat penerima dan pemberi komunikasi memiliki pengertian atau pemahaman yang sama terhadap pesan tertentu.

Menurut Zimmerman (dalam Mulyana, 2007: 4), tujuan komunikasi dapat dibagi menjadi dua kategori besar. Pertama, berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan individu. Kedua, berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang diperlukan individu, dan fungsi hubungan yang

melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan individu dengan orang lain.

Komunikasi memiliki beragam fungsi. Menurut Verderber (dalam Mulyana, 2007: 5), pertama fungsi sosial yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Salah satu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah konteks komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, baik yang formal maupun informal dan berlangsung dalam lingkup yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. (Mulyana, 2007: 83).

Setiap organisasi dapat mengalami sebuah krisis dalam operasionalnya sehari-hari. Krisis tersebut harus dikelola dengan baik, karena jika tidak akan berdampak buruk bagi citra atau reputasi perusahaan. Setiap krisis mempunyai potensi memengaruhi citra organisasi, khususnya jika krisis tersebut berkembang menjadi bencana yang mempunyai dampak luas bagi masyarakat.

Krisis adalah segala sesuatu yang mengancam keberlangsungan dan persepsi tentang suatu organisasi. Perusahaan atau organisasi yang sedang berada dalam masa krisis perlu mengambil tindakan yang menunjukkan kepedulian atau empati terhadap masyarakat. Karena itu, jika suatu organisasi mengalami situasi krisis, maka

organisasi harus segera melakukan pencegahan atau penanganan untuk mengantisipasinya. Penanganan krisis akan menentukan keberadaan organisasi selanjutnya. Penanganan yang baik dapat mengembalikan reputasi organisasi, sebaliknya penanganan yang buruk dapat menurunkan reputasi organisasi.

Upaya organisasi untuk mengatasi krisis disebut sebagai manajemen krisis. Devlin (dalam Kriyantono, 2012: 180), mengatakan manajemen krisis adalah upaya mengatasi krisis yang pada dasarnya merupakan proses bertahap dan melalui rangkaian aktivitas. Tujuan dari manajemen krisis adalah untuk menghentikan dampak negatif dari suatu peristiwa melalui upaya persiapan dan penerapan beberapa strategi dan taktik.

Manajemen krisis yang baik akan meningkatkan citra atau reputasi organisasi yang baik di mata publik. Sebaliknya apabila krisis tidak dapat ditangani dengan baik, maka citra atau reputasi organisasi dapat menurun dan membuat organisasi menjadi objek kritikan dan cemoohan publik.

Penelitian komunikasi krisis juga dapat dilakukan pada studi komunikasi dan Humas (*public relations*). Untuk mengatasi krisis suatu organisasi, diperlukan adanya peran Humas. Humas bertanggung jawab membantu mengatasi krisis dengan cara menjamin bahwa publik dilayani dengan baik oleh organisasi. Humas harus menerapkan strategi komunikasi yang memungkinkan organisasi beradaptasi dengan situasi di lingkungannya. (Kriyantono, 2012a: 223).

Dalam teori *situational crisis communication (SCC)* yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs (1995), menekankan pentingnya menempatkan publik sebagai prioritas utama dalam manajemen krisis. Teori ini merepresentasikan hubungan tiga variabel yang dapat menjadi ancaman bagi reputasi organisasi selama krisis, yaitu seberapa besar kepercayaan publik bahwa krisis terjadi karena perilaku organisasi

(*initial crisis responsibility*), apakah organisasi pernah mengalami krisis yang sama atau tidak di masa lalu (*crisis history*), dan persepsi publik tentang reputasi organisasi sebelumnya (*prior relational reputation*) (Kriyantono, 2012: 365).

Teori *Situational Crisis Communication* menekankan bahwa krisis merupakan kejadian yang negatif dan tak terduga, sehingga *stakeholder* akan membuat atribusi mengenai tanggung jawab krisis, kemudian atribusi tersebut akan mempengaruhi bagaimana *stakeholder* berinteraksi dengan organisasi dalam situasi krisis. Teori ini juga menunjukkan pentingnya mengatur strategi pesan (*message re-engineering*) agar dapat memengaruhi *frame media* dan publik sehingga cenderung positif terhadap organisasi. (Kriyantono, 2012: 366).

Teori atribusi dijadikan sebagai dasar merumuskan teori *Situational Crisis Communication*, atas dasar penelitiannya bagaimana atribusi publik terhadap organisasi disaat krisis dan bagaimana dampaknya terhadap reputasi. (Coombs, 2010: 39).

Seperti krisis yang dialami oleh PT Karunia Multitradea, salah satu perusahaan lokal Indonesia yang bergerak di bidang industri sandal dan sepatu *outdoor*. PT Karunia Multitradea berdiri sejak tahun 1995 dengan memproduksi sandal *fashion* atau sandal *casual*. Kemudian, pada 2007 PT Karunia Multitradea memfokuskan untuk memproduksi sandal dan sepatu *outdoor* dan secara resmi meluncurkan merk nya yang bernama *Akasaka*.

PT Karunia Multitradea mengalami krisis pada 13 Mei 2010. Pabrik utamanya yang berlokasi di Perumahan Poncol Baru, Jakasampurna, Bekasi Barat mengalami kebakaran. Kebakaran tersebut mengakibatkan hangusnya pabrik PT Karunia Multitradea.

Akibat kebakaran tersebut, PT Karunia Multitradea mengalami berbagai macam krisis. Mulai dari pemberhentian produksi, dikarenakan semua bahan baku dan pabrik habis terbakar, tidak terpenuhinya kebutuhan para distributor, agen, dan *re-seller* karena produksi kosong (nol). Hal ini menyebabkan tertunggaknya semua pembayaran, mulai dari pembayaran gaji karyawan hingga pembayaran tagihan. Akibat dari serangkaian krisis diatas, PT. Karunia Multitradea mengalami kebangkrutan dan menurunnya kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Lokasi dan keberadaan pabrik yang berada disekitar pemukiman warga yaitu di Perumahan Poncol Baru, Jakasampurna, Bekasi Barat, membuat warga dan masyarakat sekitar menjadi panik karena adanya kebakaran pabrik tersebut. Hal ini menyebabkan munculnya ketidakpercayaan publik terhadap perusahaan untuk kembali mendirikan pabrik di lingkungan warga. Pemberitaan negatif pun berkembang dari mulut ke mulut dan dapat menurunkan reputasi PT Karunia Multitradea dimata publik. Hal ini tentunya dapat menimbulkan kerugian yang akan dialami oleh perusahaan jika tidak segera ditangani dengan cepat dan tanggap.

Selanjutnya, menurut (Coombs, 2010 dan Devlin, 2007) krisis berkembang melalui tiga tahap, yaitu *Pre Crisis*, *Acute Crisis*, dan *Post-Crisis*. Sesuai dengan tahapan krisis diatas, maka jenis krisis yang dialami PT Karunia Multitradea untuk saat ini merupakan tahap pascakrisis (*post-crisis*). Pada tahap ini krisis sudah terakumulasi dan perusahaan berupaya mempertahankan citranya. Masa ini perusahaan berupaya memperbaiki segala akibat yang ditimbulkan krisis (*recovery*). Berbagai upaya di masa ini menentukan gagal tidaknya manajemen mengatasi krisis.

Berdasarkan penjelasan sumber-sumber krisis menurut Kriyantono, krisis yang dialami oleh PT. Karunia Multitradea merupakan sumber krisis teknologi yaitu krisis yang disebabkan oleh kesalahan penggunaan teknologi tertentu dalam operasional

organisasi. Penyebab kebakaran pabrik diduga karena kesalahan penggunaan teknologi.

Peristiwa kebakaran pabrik yang dialami oleh PT Karunia Multitradea ini, kemudian menimbulkan atribusi publik sekitar. Maka dari itu, peneliti dalam penelitian ini memilih berfokus pada atribusi publik.

Menurut Heider dalam (Sarwono & Meiarno, 2009: 32), atribusi adalah proses mengenali penyebab dari tingkah laku orang lain serta sekaligus memperoleh pengetahuan tentang sifat-sifat dan disposisi-disposisi yang menetap pada orang lain.

Dalam krisis, atribusi terhadap peristiwa sangatlah penting. Atribusi adalah bagaimana individu mempersepsi sumber krisis. Atribusi menciptakan makna untuk menjustifikasi perilaku-perilaku tertentu yang memengaruhi reputasi perusahaan. Atribusi dapat dikatakan sebagai produk strategi *framing*. Melalui *framing*, peristiwa ini dikonstruksi dan disimplifikasi agar dapat memengaruhi persepsi terhadap realitas. (Kriyantono, 2012: 292).

Karakteristik kunci dari Teori Atribusi yang dijelaskan oleh Bernard Weiner adalah kebutuhan seseorang untuk mencari penyebab suatu peristiwa. Berdasarkan teori atribusi, manusia berusaha mencari pemahaman sumber utama dari motivasi manusia, motivator tindakan, pemahaman terhadap penyebab sesuatu adalah faktor utama yang berpengaruh atas tingkah laku. Teori atribusi merupakan teori pada bidang psikologi, namun kemudian teori ini dijadikan panduan dalam penelitian komunikasi krisis, karena teori ini berusaha mencari tahu penyebab dari suatu peristiwa, dan krisis merupakan suatu peristiwa tak terduga dan cenderung bersifat negatif. (Coombs, 2010: 42).

Dari kasus dan paparan di atas, maka peneliti memilih fokus pada kajian atribusi publik. Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana proses atribusi publik terhadap

krisis yang dihadapi oleh PT Karunia Multitradea. Krisis yang dipilih adalah krisis kebakaran pabrik yang dihadapi PT. Karunia Multitradea pada 2010. Krisis tersebut dipilih karena sesuai dengan tahapan krisis, yang merupakan kategori pasca krisis (*post-crisis*), yakni terjadi ketika krisis sudah terakumulasi dan organisasi berupaya mempertahankan citra nya atau kehilangan citra tersebut. Masa ini, organisasi berupaya untuk memperbaiki segala akibat yang ditimbulkan dari krisis (*recovery*), fase ini juga dapat digunakan untuk refleksi diri agar situasi yang sama tidak terulang.

Penelitian ini mengaplikasikan Teori Atribusi sebagai dasar untuk mengetahui dan menilai proses atribusi publik terhadap krisis yang dihadapi oleh PT Karunia Multitradea yang meliputi beberapa hal yaitu apa penyebab terjadinya krisis dan faktor-faktor apa yang memengaruhi proses atribusi publik terhadap krisis tersebut.

Penelitian ini berfokus pada kajian atribusi publik, maka publik yang dipilih oleh peneliti adalah publik yang masuk dalam kategori publik teridentifikasi (*aware public*), yaitu publik yang menyadari dan dapat mengidentifikasi adanya suatu krisis, namun hanya pada batas mencari informasi. Pada tahap ini kecenderungan untuk *complain*, protes, atau mendukung sudah mulai muncul (Coombs, 2006: 136). Maka dari itu, peneliti memilih beberapa publik yaitu publik internal yakni karyawan PT Karunia Multitradea, serta publik eksternal yaitu konsumen atau pengguna produk *Akasaka* dan masyarakat yang rumahnya berlokasi di sekitar pabrik, mereka masuk dalam kategori *aware public* karena menyadari dan dapat mengidentifikasi adanya krisis namun hanya pada tahap mencari informasi dan men-*scan* lingkungan agar memahami apa yang terjadi.

Pemilihan atribusi publik dalam penelitian sehingga menggunakan pendekatan kualitatif yang berpusat pada proses pendekatan publik. Tahapan riset berisi upaya dialektikal dan partisipatif antara periset dan realitas untuk merekonstruksi realitas

yang diteliti, melalui metode pengumpulan data yang memungkinkan data lebih mendalam (Kriyantono, 2012: 46).

Teori Atribusi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan proses berpikir publik dalam memahami krisis yang dihadapi PT Karunia Multitradea. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Proses Atribusi Publik Terhadap Krisis PT Karunia Multitradea Pascakebakaran Pabrik”.

Penelitian ini mengacu pada penelitian – penelitian terdahulu yang menjadi pembanding dengan penelitian ini, yang kurang lebih memiliki kajian yang sama, antara lain:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Skripsi	Pendekatan dan Metode	Hasil Penelitian
1.	Dwi Indah Lestari, S1 Universitas Airlangga, tahun 2013, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Penerapan Strategi Komunikasi Krisis terhadap Krisis Akibat Pemberitaan Media tentang Kasus Korupsi Pengadaan Pupuk pada PT Perkebunan Nusantara XII (Persero) Surabaya	Kualitatif dan Studi Kasus	Strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PTPN XII salah satunya adalah pemanfaatan <i>media relations</i> dan dengan menerapkan strategi komunikasi krisis yang tepat, pemberitaan di media yang awalnya menyudutkan PTPN

				XII akhirnya memberitakan PTPN XII bernada netral dan positif.
2.	Muh. Ridwan S. Indra, S1 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar tahun 2016, Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Atribusi Siswa SMAN 8 Makassar dalam Media Sosial Instagram	Kualitatif dan Analisis data	Atribusi Siswa SMAN 8 Makassar dalam media sosial Instagram adalah penyebab situasional (orang dipengaruhi oleh lingkungannya) dan adanya pengaruh personal, dan memiliki keinginan melakukan sesuatu.
3.	Ocha Witnesteka Miela Putra, S1 Univesitas Indonesia, tahun 2012 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Manajemen Krisis PT Lion Mentari Airlines dalam Menangani Berita Negatif di Media Massa (Studi Kasus: Maskapai <i>Delayed</i> dan Pilot Sabu)	Kualitatif dan Studi Kasus	Menunjukkan bahwa terdapat dua pemahaman mengenai krisis yang dialami oleh PT Lion Mentari Airlines dan Humas Lion Air belum sepenuhnya melaksanakan konsep – konsep teoritis dalam

				melakukan pengelolaan krisis.
4.	Taufiqah Nur Hidayah, S1 Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, tahun 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Proses Atribusi Publik Terhadap Krisis PT Karunia Multitradea Pascakebakaran Pabrik	Kualitatif dan Studi Kasus	Publik membuat atribusi internal bahwa krisis kebakaran pabrik terjadi karena kelalaian karyawan dalam memadamkan api saat membakar sampah karet dan atribusi publik terhadap perusahaan merupakan penanggung jawab atas terjadinya krisis berada dalam kategori rendah sesuai dengan jenis krisis berdasarkan teori SCCT, krisis ini masuk dalam kategori krisis kecelakaan (<i>accidental cluster</i>). Manajemen krisis yang dilakukan sudah cukup efektif. Publik menunjukkan sikap positif terhadap

				perusahaan, dilihat dari terjalannya kembali kerjasama dan hubungan baik antara keduanya.
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada subjek penelitian, sebab peneliti memilih krisis kebakaran pabrik yang terjadi di PT. Karunia Multitradea. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, dengan menggunakan teori utama yaitu Teori Atribusi, dan teori pendukung yaitu *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*. Pada penelitian ini peneliti fokus pada bagaimana proses atribusi publik pasca krisis kebakaran pabrik PT Karunia Multitradea.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian “Proses Atribusi Publik Terhadap Krisis PT. Karunia Multitradea Pascakebakaran Pabrik”

1. Bagaimana proses atribusi publik mengenai penyebab dan penanggungjawab atas krisis PT Karunia Multitradea pascakebakaran pabrik?
2. Bagaimana atribusi publik mengenai manajemen krisis PT Karunia Multitradea pascakebakaran pabrik?

1.3. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian, maka pembatasan masalah penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini meneliti bagaimana proses atribusi publik mengenai penyebab dan penanggungjawab krisis PT Karunia Multitradea pascakebakaran pabrik, serta atribusi publik mengenai manajemen krisis.
2. Penelitian ini meneliti krisis pascakebakaran pabrik PT. Karunia Multitradea yang terjadi pada tahun 2010.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berkaitan dengan perumusan masalah karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab perumusan masalah, yakni untuk mengetahui dan memahami bagaimana proses atribusi publik mengenai penyebab dan penanggungjawab krisis pascakebakaran pabrik PT Karunia Multitradea dan untuk mengetahui penilaian publik mengenai manajemen krisis.

1.5. Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian merupakan implikasi dari tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dari penelitian yang dilakukannya, ada tiga kontribusi yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi organisasi. Penerapan teori atribusi dalam penelitian ini diharapkan dapat memudahkan pembaca untuk memahami mengenai teori tersebut. kaitannya dengan krisis yang dialami sebuah perusahaan.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, terutama ketika diterapkan untuk mengetahui proses yang berhubungan dengan atribusi publik mengenai penyebab, dan penanggungjawab krisis yang dialami suatu perusahaan.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian mengenai penyebab dan penanggungjawab krisis ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi yang mampu membantu perusahaan dalam menyusun manajemen krisis yang lebih baik untuk keberlangsungan citra positif PT Karunia Multitradea.

1.5.4 Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengetahui informasi mengenai kondisi publik terkait krisis peristiwa kebakaran pabrik PT Karunia Multitradea.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai keseluruhan isi penelitian, maka penulis menyusun skripsi ini secara sistematis yang terdiri dari lima bab, yaitu Pendahuluan, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan, dan Penutup.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Paradigma konstruktivis, Hakekat komunikasi (definisi komunikasi, model komunikasi, fungsi komunikasi, unsur komunikasi, dan konteks komunikasi), Komunikasi Organisasi (definisi komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi, jenis komunikasi organisasi), Humas (definisi humas, fungsi humas, tujuan kegiatan humas, humas pemerintah, humas non profit, humas eksternal), Krisis (definisi krisis, karakteristik krisis, tahapan krisis), Manajemen Krisis, Publik, Atribusi, Teori Atribusi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penentuan informan, metode pengumpulan data, metode analisis data, waktu penelitian, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang simpulan dan saran/rekomendari dari segi akademis, metodologis, dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baskin, Otis. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Coombs, W. T dan Holladay S. J. 2001. *An Extended Examination of The Crisis Situation: a fusion of the relational management and symbolic approaches*. Journal of Public Relations Research.
- Coombs, W. Timothy. 2006. *Attribution Theory as a Guide for Post-Crisis Communication Research*. Public Relations Review.
- Devlin, E.S. 2007. *The Crisis Management Planning and Execution*. New York: Auerbach Publication.
- Firsan, Nova. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Grasindo.
- Ikhsan, Arfan dan Ishak, Muhammad. 2005. *Akuntansi Keperilakuan Teori Atribusi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor : PT. Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Management Crisis dan Public Relations Studi Etnografi*. Jakarta: Kencana.
- Masmuh, Abdulah. 2008. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Malang.

Mahmudah, Siti. 2011. *Psikologi Sosial: Teori dan Model Penelitian*. UIN Maliki Press.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rahman, Gazali. 2000. *Teori Organisasi dan Komunikasi*. Universitas Hasanuddin, Makassar.

Rumanti, M. A. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grasindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sarlito W. Sarwono dan Eko A. Meiarno. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Humanika Salemba.

Sarlito, Wirawan. 2010. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Grafindo Persada.

Sulaksana, Uyung. 2005. *Integrated Marketing Communications: Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Internet:

www.Crisiscommunication.uga.edu/The-Handbook-of-Crisis-Communications.pdf
(diakses pada 18 September 2017 pukul 20.57)