

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Manajemen krisis adalah tindakan utama yang perlu dilakukan perusahaan saat dilanda oleh sebuah krisis, hal tersebut dilakukan agar perusahaan dapat menanggulangi krisis secara optimal sehingga perusahaan dapat bangkit kembali pasca krisis. Manajemen krisis berfungsi untuk mencegah terjadinya sebuah krisis dalam perusahaan, seperti halnya perencanaan krisis yang sangat penting dirancang agar perusahaan mempunyai *action plan* dan memahami tahapan yang perlu dilakukan ketika menghadapi krisis. Nova (2009:130) memaparkan bahwa manajemen krisis umumnya didasari oleh *crisis bargaining and negotiation* atau bagaimana perusahaan dalam menghadapi krisis, *crisis decision making* atau pembuatan keputusan pada saat krisis dan *crisis dynamics* yaitu pemantauan perkembangan krisis.

Peranan seorang *Public Relations* adalah menciptakan situasi dan kondisi secara kondusif pasca perusahaan atau lembaga mengalami krisis serta mengelola krisis dengan baik. Keberhasilan juga kegagalan sebuah perusahaan dalam menghadapi krisis ditentukan oleh bagaimana seorang *Public Relations* menghadapi sebuah krisis. Nova (2009:43) dalam bukunya menyebutkan bahwa H. Fayol mengategorikan bahwa sasaran kegiatan *Public Relations* salah satunya adalah menghadapi krisis (*facing of crisis*) dalam hal ini seorang *Public Relations* perlu mempunyai keahlian dalam menangani *complaint* serta menghadapi krisis yang

sedang terjadi dengan membuat sebuah manajemen krisis dan *Public Relations recovery of image* yang bertujuan untuk memperbaiki *lost of image and damage*.

Kesuksesan sebuah perusahaan juga dapat terlihat dari bagaimana perusahaan tersebut dapat bangkit dari sebuah keterpurukan ataupun krisis. Ganiem dan Kurnia (2019:220) mengatakan bahwa setiap perusahaan tidak dapat memungkiri adanya keberadaan krisis. Tidak ada perusahaan yang kebal akan krisis, krisis dapat muncul dari dalam perusahaan, misalnya seperti mogoknya para karyawan, pimpinan yang salah mengeluarkan *statement* di hadapan publik maupun media, seperti halnya penutupan paksa perusahaan oleh masyarakat, hilangnya konsumen akibat kampanye negatif maupun kecelakaan.

Krisis dalam sebuah perusahaan dapat muncul secara perlahan bahkan secara mendadak, tidak melihat besar kecilnya suatu perusahaan, bersamaan dengan hal itu sudah seharusnya seorang *Public Relations* mempunyai kemampuan yang tanggap dalam menghadapi krisis. Krisis berasal dari Bahasa Yunani yang artinya “keputusan” namun, dalam Bahasa China Krisis dikenal dengan sebutan “wei-ji” yang dimaknai dengan dua arti yaitu “bahaya” dan “peluang” Nova (2009:54) menyatakan bahwa krisis *Public Relations* adalah rumor, informasi, ataupun suatu kejadian yang berdampak buruk bagi citra, reputasi, dan kredibilitas perusahaan.

Sebuah krisis dapat terjadi secara alami maupun sengaja dibentuk oleh kelalaian manusia, adanya unsur kesengajaan ataupun kesalahan pihak manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan. Nova (2009:55) mengatakan bahwa krisis juga bisa diakui sebagai titik balik dalam sebuah kehidupan yang

pengaruhnya dapat memberikan sebuah perubahan yang signifikan, baik ke arah positif maupun negatif atau bisa dikatakan sebagai “*turning point in history life*” hal itu tergantung dari persepsi dan reaksi yang ditampilkan oleh tiap individu, dan khalayak lainnya.

*Public Relations* merupakan salah satu bagian terpenting yang berperan dalam menentukan kesuksesan suatu lembaga atau perusahaan. Kesuksesan tersebut tidak terlepas dari adanya citra positif yang terbentuk oleh perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations*. Kegiatan tersebut sukses membentuk sebuah citra positif karena adanya pembinaan hubungan yang baik dengan publik internal maupun eksternal. Pembinaan hubungan tersebut dilakukan oleh seorang *Public Relations* tidak semata mata untuk membentuk serta menjaga citra dan reputasi perusahaan saja, namun dilakukan juga untuk menjaga perusahaan agar terus tumbuh dan berkembang oleh karena itu peranan seorang *Public Relations* tentunya sangat dibutuhkan dalam kegiatan manajemen krisis.

Pada permulaan tahun 2020 dunia telah digegerkan oleh sebuah virus jenis baru bernama COVID-19 atau virus corona (Sars CoV-2), hingga saat ini dunia masih dalam keadaan darurat penyakit menular yang mana virus tersebut sudah tersebar sampai ke Indonesia, hingga akhirnya WHO telah menetapkan wabah virus corona ini sebagai pandemi global. Hal ini tentunya menjadi sebuah keresahan bagi Indonesia, terbukti terdapat ratusan ribu orang positif terdampak penyakit COVID-19, yang mana angka penyebarannya terus meningkat setiap harinya hingga menelan jutaan korban jiwa. Tidak hanya meresahkan, pandemi ini pun berdampak

buruk bagi berbagai sektor mulai dari sektor perekonomian, pariwisata, hingga pendidikan.

Adapun salah satu sektor yang mengalami dampak terbesar adalah sektor pariwisata. Seperti yang dikatakan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian dan Pariwisata Airlangga Hartanto dalam [antara.news.com](https://antara.news.com) bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang paling parah terdampak COVID-19 dengan persentase lebih dari 40 persen dengan tingkat kerugian mencapai sekitar 70 persen.<sup>1</sup>

Berkaca pada kasus tersebut, tidak heran jika Saung Angklung Udjo pun dilanda krisis serta terancam bangkrut akibat pandemi COVID 19. PT. Saung Angklung Udjo adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang seni pertunjukan, pembuatan dan penjualan angklung terbesar di Indonesia. Berlokasi di Jl.Padasuka nomor 118 Pasirlayung, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. Saung Angklung Udjo merupakan sentra wisata yang sudah banyak dikunjungi oleh berbagai wisatawan mancanegara, hal itu sesuai dengan salah satu visinya yang bertujuan untuk menduniakan angklung. Dalam rangka mencapai visi tersebut, Saung Angklung Udjo telah meraih beberapa pencapaian seperti pemecahan rekor dunia atas permainan angklung terbanyak di Bandung, Washington DC, dan Beijing China, maka tidak heran jika Saung Angklung Udjo sudah banyak dikenal oleh berbagai masyarakat di berbagai mancanegara.

Saung Angklung Udjo juga memiliki visi untuk memberdayakan masyarakat sekitar, maka dari itu mulai dari menanam bambu, pengrajin angklung, pemain

---

<sup>1</sup> Sofia H, “Sektor Pariwisata Dinilai Paling Parah Terdampak COVID-19”, diakses dari <https://megapolitan.antaranews.com> pada 29 Januari 2021 pukul 10.00 WIB.

angklong dan karyawan pun merupakan masyarakat sekitar di daerah Saung Angklung Udjo. Namun semenjak pandemi melanda sebagian besar masyarakat ikut terdampak dan terancam harus mencari pekerjaan lain. seperti yang dilansir pada berita di liputan6.com berikut ini:

Sabtu (23/1/2021) Destinasi wisata budaya berbasis edukasi Saung Angklung Udjo (SAU) terancam tutup akibat pandemi COVID-19. Saat ini Saung Angklung Udjo tidak lagi banyak dikunjungi oleh tamu dari berbagai mancanegara. Hal ini diakui oleh Taufik Hidayat Udjo, Direktur Utama PT.SAU (Saung Angklung Udjo) bahwa kurang lebih 10 bulan lamanya pemberlakuan pembatasan masyarakat yang dirancang oleh pemerintah terpaksa menutup kegiatan pertunjukan maupun produksi angklung. Sebelum pandemi berlangsung, Saung Angklung Udjo dapat menerima 2000 tamu per hari, namun setelah pandemi angka kunjungan menurun drastis. “Pengunjung yang dikatakan bisa 2000 orang per hari, 20 orang per hari saja sudah sulit sekarang” ujarnya.<sup>2</sup>

Selain turun nya tingkat kunjungan para wisatawan yang sangat signifikan, PT. Saung Angklung Udjo pun terpaksa harus memutus hubungan kepada lebih dari 90 persen pekerjanya. Dilansir pada Tempo.co Taufik Hidayat Udjo memaparkan bahwa dari 600 pegawai sebelum pandemi, kini hanya tersisa 40 pekerja saja.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil data pra penelitian yang peneliti kutip dari berita *online* diatas, kasus yang dialami PT. Saung Angklung Udjo tidak hanya berdampak pada sektor pendapatan dan karyawan saja, namun membuat perusahaan terancam bangkrut dan tidak dapat beroperasi kembali. Tentunya hal ini pun membuat PT. Saung Angklung Udjo mengalami kerugian yang sangat besar akibat pandemi. Situasi yang dialami Saung Angklung Udjo dapat dikatakan sebagai krisis berdasarkan penyebabnya. Ganiem dan Kurnia (2019:223) menyebutkan bahwa salah satu penyebab krisis

<sup>2</sup> Simbolon. H, “*Saung Angklung Udjo Terancam Tutup, Pemilik Ungkap Alasannya*” diakses dari <https://liputan6.com> pada 29 Januari 2021 pukul 13.17 WIB.

<sup>3</sup> Antara, “*Pandemi Covid19, Saung Angklung Udjo Bandung Terancam Bangkrut*” diakses dari <https://bisnitempo.co> pada 29 Januari 2021 pukul 11.00 WIB.

adalah karena terjadinya sebuah bencana yang mengakibatkan ambuknya perekonomian perusahaan yang disebabkan *multiplier effect* dari bencana seperti halnya pandemi global ini, oleh karena itu sangat disayangkan sekali jika PT. Saung Angklung Udjo yang banyak memperkenalkan kebudayaan angklung ke berbagai mancanegara ini harus tutup dan terpuruk akibat krisis yang dilanda saat pandemi ini.

Menyadari akan pentingnya peranan manajemen krisis dalam problematika yang dialami PT. Saung Angklung Udjo ini tentunya penulis menganggap bahwa penelitian ini sangat layak untuk diteliti, karena pada dasarnya keberhasilan maupun kegagalan PT. Saung Angklung Udjo dari krisis dampak pandemi COVID-19 tentunya tidak akan terlepas dari peran seorang *Public Relations* karena *Public Relations* merupakan bagian dari pihak manajemen yang mempunyai posisi penting dalam manajemen perusahaan. Setiap *Public Relations* dituntut untuk mempunyai keahlian dalam menjelaskan harapan dan kebijakan perusahaan kepada publik. *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo diharapkan akan menghadapi krisis melalui pengelolaan manajemen krisis yang baik sesuai fungsi dan perannya. Hal ini terlihat dari bagaimana keberhasilan PT. Saung Angklung Udjo untuk bangkit memperbaiki dan mempertahankan Saung Angklung Udjo sebagai warisan budaya dan destinasi wisata angklung terbesar di Indonesia.

Adapun alasan ketertarikan peneliti dalam memilih PT. Saung Angklung Udjo sebagai objek penelitian karena permasalahan krisis yang dialami PT. Saung Angklung Udjo merupakan permasalahan yang cukup serius, dan sangat berdampak buruk bagi pihak internal perusahaan mengingat PT. Saung Angklung Udjo ini

sudah banyak berperan dalam membantu melestarikan kebudayaan alat musik angklung di Indonesia ke berbagai penjuru dunia. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk membedah persoalan ini agar dapat mengetahui lebih dalam lagi persoalan krisis yang dialami oleh PT. Saung Angklung Udjo. Adapun maksud dari peneliti menjadikan kasus Saung Angklung Udjo sebagai bahan objek penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Manajemen Krisis PT. Saung Angklung Udjo Dalam Menghadapi Krisis Akibat Pandemi COVID-19. Berdasarkan uraian yang disampaikan peneliti dalam latar belakang penelitian, penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan penjabaran yang telah peneliti dipaparkan dalam latar belakang, serta agar tercapainya tujuan dari penelitian ini, maka peneliti akan membatasi wilayah penelitian ini dengan mengambil rumusan masalah yaitu “Manajemen Krisis PT. Saung Angklung Udjo Dalam Menghadapi Krisis Akibat Pandemi Covid-19” (Studi Deskriptif Pada Humas PT. Saung Angklung Udjo) yang difokuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses identifikasi krisis yang terjadi pada PT.Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana proses isolasi krisis yang terjadi pada PT.Saung Angklung Udjo?
3. Bagaimana proses pemulihan krisis yang terjadi pada PT.Saung Angklung Udjo?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data kualitatif yang diperoleh melalui studi kasus dalam meneliti Manajemen Krisis PT. Saung Angklung Udjo Dalam Menghadapi Krisis Akibat Pandemi Covid-19 (Studi Deskriptif Pada Humas PT. Saung Angklung Udjo). Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses identifikasi krisis yang terjadi pada PT.Saung Angklung Udjo
2. Mengetahui proses isolasi krisis yang terjadi pada PT.Saung Angklung Udjo
3. Mengetahui proses pemulihan krisis yang terjadi pada PT.Saung Angklung Udjo

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan sumbang asih penelitian dan pemikiran baru sebagai penunjang untuk mempelajari serta memahami ilmu komunikasi, terkhusus dalam bidang hubungan masyarakat pada pemahaman yang dideskripsikan dalam manajemen krisis PT. Saung Angklung Udjo dalam menghadapi krisis akibat pandemi COVID-19. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperbanyak studi tentang Manajemen Krisis melalui metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

- a) Kegunaan Penelitian Bagi Institusi Pendidikan



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam hal pemahaman dan pengertian baru kepada sektor keilmuan mengenai urgensi penerapan Manajemen Krisis dalam sebuah perusahaan ketika menghadapi sebuah krisis, serta untuk mengetahui bagaimana penerapan Manajemen Krisis yang diterapkan oleh perusahaan.

b) Kegunaan Penelitian Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat mengenal, memahami serta mengaplikasikan teori dan konsep *Public Relations* terkhusus pada penerapan Manajemen Krisis sehingga dapat menerapkannya secara aplikatif.

c) Kegunaan Penelitian Bagi Penulis

Melalui penelitian ini Penulis akan mempunyai pemahaman secara langsung mengenai peran *Public Relations* dalam menangani krisis serta dapat mencermati kesesuaian antara teori dan praktik dalam penerapan pengelolaan manajemen krisis di lapangan.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait peran *Public Relations* dalam menangani sebuah krisis dengan mengimplementasikan Manajemen Krisis terkhusus pada studi deskriptif PT. Saung Angklung Udjo serta diharapkan dapat dijadikan acuan dalam perancangan program kerja Humas yang disesuaikan dengan kepentingan perusahaan sehingga dapat mengetahui tantangan serta peluang Humas PT. Saung Angklung Udjo dalam

menghadapi Manajemen Krisis yang dijadikan sebagai acuan dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

a) Kegunaan Praktis Bagi Lembaga

Hasil dari implementasi Manajemen Krisis di PT. Saung Angklung Udjo diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan urgensi peran *Public Relations* dalam mengelola krisis di sebuah perusahaan

b) Kegunaan Praktis Bagi Pimpinan dan Karyawan

Melalui penerapan Manajemen Krisis pimpinan dan karyawan diharapkan akan lebih memahami langkah apa saja yang baik dilakukan dan dipersiapkan dalam mengelola krisis agar perusahaan terus berkembang.

c) Kegunaan Praktis Bagi Pembaca atau Masyarakat Luas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru kepada pembaca terkait penerapan manajemen krisis dalam mempertahankan reputasi sebuah perusahaan melalui konsep manajemen krisis.

### 1.5. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran merupakan sebuah acuan ataupun pedoman yang akan peneliti gunakan dalam penelitian yang berisikan konsep, teori, serta penelitian terdahulu. Landasan pemikiran ini pun memiliki tujuan untuk mendeskripsikan teori maupun konsep yang relevan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti.

### 1.5.1 Penelitian Terdahulu

**Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Ririn Riyani Triastuti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2018) dengan judul penelitian Peran Manajemen Krisis Sebagai Upaya Mempertahankan Citra. Studi kasus pada Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero). Penelitian ini menggunakan konsep manajemen krisis Rosady Ruslan yang menekankan penanganan krisis pada 3p yaitu perencanaan, persiapan dan penanggulangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus.

Hasil penelitian ini merumuskan bahwa proses pengidentifikasian krisis dilakukan dengan pencarian akar masalah yang berlangsung di perusahaan sehingga menyebabkan perusahaan menjadi krisis, tahapan pengisolasian krisis dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada pihak internal dan eksternal terkait kondisi perusahaan saat itu, dengan tujuan untuk menyelesaikan krisis. Tahapan terakhir yaitu pengendalian krisis dilakukan dengan mempertahankan kerjasama dengan para *stakeholder* sehingga perusahaan tetap dikenal dan terus berkembang, krisis pun diharapkan tidak terulang kembali.

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian Ririn dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada metode penelitian yang mana ririn menggunakan metode studi kasus, sedangkan peneliti menggunakan metode studi deskriptif. Begitu pula dengan objek penelitian yang digunakan, ririn adalah PT. Dirgantara Indonesia (Persero) sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian di PT. Saung Angklung Udjo.

**Kedua**, penelitian yang dilakukan oleh Galang Putra, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2021) dengan judul *Manajemen Krisis Public Relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan teori dan konsep manajemen krisis yang dikemukakan oleh Rhenald Rosadi yang menekankan penanggulangan krisis pada beberapa tahapan. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini merumuskan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat telah melakukan manajemen krisis saat menghadapi pandemi covid 19 melalui beberapa tahapan seperti pertama, tahap tanggap darurat untuk mengidentifikasi krisis. Kedua, tahap pemulihan melalui diskusi dan koordinasi. Serta ketiga, tahap normalisasi melalui promosi, publikasi serta melakukan beberapa penyelenggaraan acara dan dukungan kepada destinasi.

Perbedaan yang terdapat antara penelitian galang dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada konsep dan objek penelitian yang digunakan. Galang memakai konsep dan teori manajemen krisis dari Rhenald rosadi yang mengemukakan beberapa tahapan-tahapan krisis seperti tahap prodromal, tahap akut, tahap kronik, dan tahap resolusi. Sedangkan peneliti menggunakan konsep manajemen krisis yang dikemukakan oleh firsan nova yang menekankan pada peramalan, pencegahan, dan intervensi. Adapun objek penelitian galang dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, sedangkan objek penelitian peneliti dilakukan di PT. Saung Angklung Udjo.

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh Rohayati, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. (Jurnal 2018) dengan judul Strategi dan Tahapan Manajemen Krisis dalam Kajian *Public Relations* : Sebuah Tinjauan dalam Perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan konsep dan teori manajemen krisis yang dikemukakan oleh Rhenald Kasali yang memetakan manajemen krisis kepada beberapa tahapan, adapun metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Hasil penelitian ini merumuskan bahwa strategi dan tahapan manajemen krisis yang dilakukan oleh PT.Nippon Indosari Corpindo (sari roti) pasca kasus protes pernyataan yang dikeluarkan sari roti terkait foto viral dalam aksi 212 adalah pertama, pengkomunikasian terhadap para pihak internal perusahaan, kedua dengan *rebranding* kemasan produk, dan yang terakhir dengan melakukan kegiatan sosial dalam rangka sosialisasi gizi dengan harapan citra baik perusahaan akan kembali pulih.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian rohayati dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada teori, konsep dan metode yang digunakan. Rohayati menggunakan teori dan konsep manajemen krisis yang dikemukakan oleh Rhenald kasali sedangkan peneliti menggunakan konsep manajemen krisis yang dikemukakan oleh firsan nova. Adapun metode penelitian yang digunakan oleh Rohayati adalah metode studi kasus sedangkan peneliti menggunakan metode studi deskriptif.

**Keempat**, penelitian yang dilakukan oleh Safitri, Kemala dan Aslati mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. (Jurnal 2019) dengan judul Manajemen Krisis *Public Relations* PT.Indah Kiat PULP and Paper Tbk (IKPP)

Berawang terhadap berkembangnya Isu Pencemaran Lingkungan. Konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi manajemen krisis yang dikemukakan oleh kriyantono yang menggambarkan manajemen krisis dalam bauran strategi dan penanggulangan, adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

Hasil penelitian ini merumuskan bahwa langkah yang diambil oleh perusahaan adalah pertama, melakukan identifikasi krisis bersama para ahli yang berkompeten di bidang lingkungan, kedua dengan menganalisis krisis melalui dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Ketiga melalui pengisolasian krisis melalui pendekatan dengan memberikan pengertian dan penjelasan terhadap pihak yang berkaitan dengan krisis termasuk media. Keempat, melalui pembentukan strategi yang terdiri dari *Mapping* dan Pembangunan *Link* potensi krisis, klarifikasi, menunda *hearing* dan mengambil peluang krisis.

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Safitri dkk dengan penelitian yang penulis lakukan terdapat pada konsep dan objek yang digunakan. Safitri dkk menggunakan konsep strategi manajemen krisis yang dikemukakan oleh kriyantono sedangkan peneliti menggunakan konsep manajemen krisis dari firsan nova. Adapun objek penelitian yang dilakukan oleh Safitri dkk adalah *Relations* PT. Indah Kiat PULP and Paper Tbk (IKPP) Berawang sedangkan peneliti melakukan objek penelitian pada PT. Saung Angklung Udjo.

**Kelima**, penelitian yang dilakukan oleh Mauliah, Paramita dan Sahidu mahasiswa Universitas Mataram. (Jurnal 2019) dengan judul Manajemen Krisis

*Public Relations* Transmart Mataram untuk Meningkatkan Penjualan Pasca Gempa Lombok. Penelitian ini menggunakan konsep dan teori manajemen krisis yang dikemukakan oleh Coombs yang memetakan tahapan krisis pada model manajemen krisis dan model komunikasi krisis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, adapun hasil dari penelitian ini merumuskan bahwa *Public Relations* Transmart Mataram berhasil menerapkan Manajemen Krisis pasca gempa Lombok melalui tahapan perencanaan, penyidikan, pengidentifikasian gejala krisis, koordinasi dan pengendalian serta menjaga hubungan yang harmonis dengan para publik internal dan eksternal. Sehingga dapat meningkatkan sektor penjualan sekitar 15% pasca gempa Lombok.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Mauliah dkk dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada objek dan konsep teori yang digunakan. Mauliah menggunakan konsep manajemen krisis yang dikemukakan oleh Coombs, sedangkan peneliti menggunakan konsep manajemen krisis firsan nova. Adapun objek penelitian yang dilakukan mauliah terletak di Transmart Mataram sedangkan, peneliti di PT. Saung Angklung Udjo.

**Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Ririn Riyani Triastuti – UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Peran Manajemen Krisis Sebagai Upaya Mempertahankan	Studi kasus kualitatif	Proses pengidentifikasian krisis dilakukan dengan pencarian akar masalah yang berlangsung di perusahaan sehingga	Metode dan Objek penelitian yang

	Skripsi (2018)	Citra. Studi kasus pada Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero)		menyebabkan perusahaan menjadi krisis, tahapan pengisolasian krisis dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada pihak internal dan eksternal terkait kondisi perusahaan saat itu, dengan tujuan untuk menyelesaikan krisis. Tahapan terakhir yaitu pengendalian krisis dilakukan dengan mempertahankan kerjasama dengan para stakeholder sehingga perusahaan tetap dikenal dan terus berkembang, krisis pun diharapkan tidak terulang kembali.	digunakan berbeda.
2	Galang Putra – UIN Sunan Gunung Djati Bandung Skripsi (2021)	Manajemen Krisis <i>Public Relations</i> Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19	Deskriptif Kualitatif	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat telah melakukan manajemen krisis saat menghadapi pandemi covid 19 melalui beberapa tahapan seperti pertama, tahap tanggap darurat untuk mengidentifikasi krisis. Kedua, tahap pemulihan melalui diskusi dan koordinasi. Serta ketiga, tahap normalisasi melalui promosi, publikasi serta melakukan beberapa penyelenggaraan acara dan dukungan kepada destinasi.	Konsep, teori dan objek penelitian yang digunakan berbeda
3	Rohayati - Universitas Islam Negeri Sultan Syarif	Strategi dan Tahapan Manajemen Krisis dalam Kajian <i>Public</i>	Kualitatif studi kasus	Strategi dan tahapan manajemen krisis yang dilakukan oleh PT.Nippon Indosari Corpindo (sari roti) pasca	Teori, konsep dan metode penelitian yang



	Kasim Riau. (Jurnal 2018)	<i>Relations:</i> Sebuah Tinjauan dalam Perspektif Islam		kasus protes pernyataan yang dikeluarkan sari roti terkait foto viral dalam aksi 212 adalah pertama, pengkomunikasian terhadap para pihak internal perusahaan, kedua dengan rebranding kemasan produk, dan yang terakhir dengan melakukan kegiatan sosial dalam rangka sosialisasi gizi dengan harapan citra baik perusahaan akan kembali pulih.	digunakan berbeda
4	Safitri dkk Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. (Jurnal 2019)	Manajemen Krisis <i>Public Relations</i> PT.Indah Kiat PULP and Paper Tbk (IKPP) Berawang terhadap berkembangnya Isu Pencemaran Lingkungan	Kualitatif Deskriptif	langkah yang diambil oleh perusahaan adalah pertama, melakukan identifikasi krisis bersama para ahli yang berkompeten di bidang lingkungan, kedua dengan menganalisis krisis melalui dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Ketiga melalui pengisolasian krisis melalui pendekatan dengan memberikan pengertian dan penjelasan terhadap pihak yang berkaitan dengan krisis termasuk media. Keempat, melalui pembentukan strategi yang terdiri dari <i>Mapping</i> dan Pembangunan <i>Link</i> potensi krisis, klarifikasi, menunda <i>hearing</i> dan mengambil peluang krisis.	Konsep dan objek penelitian yang digunakan berbeda
5	Mauliah, Paramita dan Sahidu mahasiswa	Manajemen Krisis <i>Public Relations</i> Transmart	Kualitatif Deskriptif	Public Relations Transmart berhasil menerapkan Manajemen Krisis pasca	Konsep, teori dan objek yang digunakan

	Universitas Mataram. (Jurnal 2019)	Mataram untuk Meningkatkan Penjualan Pasca Gempa Lombok.		gempa Lombok melalui tahapan perencanaan, penyidikan, pengidentifikasian gejala krisis, koordinasi dan pengendalian serta menjaga hubungan yang harmonis dengan para publik internal dan eksternal. Sehingga dapat meningkatkan sektor penjualan sekitar 15% pasca gempa Lombok.	dalam penelitian berbeda
--	------------------------------------	--	--	--	--------------------------

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### 1.5.2 Landasan Konseptual

Pada sebuah penelitian kualitatif konsep yang disajikan dalam sebuah landasan konseptual ini akan dibutuhkan oleh peneliti selaku perlengkapan untuk memahami realitas, fenomena dan konteks penelitian secara luas dan lebih mendalam.

#### 1.5.2.1 Krisis

Krisis adalah suatu fenomena yang tidak dapat dihindarkan dalam sebuah lembaga atau perusahaan. Tidak ada perusahaan yang kebal akan krisis, krisis bisa terjadi kapan saja tanpa diprediksi. Krisis berasal dari bahasa Yunani dengan arti “Keputusan” namun masyarakat china menyebut krisis sebagai “Wei ji” yang berasal dari dua kombinasi suku kata yaitu “bahaya” dan “Peluang”

Krisis menurut Devlin dalam buku Kriyantono (2015:171) didefinisikan dengan sebagai suatu situasi yang tidak normal dengan beragam kemungkinan yang dapat menghasilkan berbagai situasi yang tidak diinginkan. Krisis juga banyak diartikan

sebagai suatu gangguan yang signifikan dalam dunia bisnis yang menstimulasi peliputan secara luas dari berbagai media, yang mana hal itu akan mempengaruhi operasional perusahaan secara langsung ataupun bertahap. Krisis juga dapat memberikan dampak secara legal, politik, keuangan dan pemerintahan pada bisnis. Nova (2009:54) Krisis *Public Relations* adalah sebuah kondisi ataupun peristiwa, isu, informasi yang dapat berpengaruh buruk terhadap citra, reputasi dan kredibilitas sebuah perusahaan. Krisis bisa terjadi dengan sendirinya ataupun akibat kelalaian manusia, hal itu bisa dicegah dengan mengenali ciri dan faktor penyebab terjadinya krisis.

#### **1.5.2.2 Manajemen Krisis**

Kesuksesan sebuah perusahaan dalam menghadapi krisis sangat ditentukan oleh penerapan manajemen krisis. Kriyantono (2015:180) memaparkan bahwa manajemen krisis adalah usaha organisasi dalam mengatasi krisis. Manajemen krisis penting dilakukan karena dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi faktor peluang terjadinya krisis.

Manajemen krisis merupakan langkah persiapan dalam menghadapi fenomena krisis yang terjadi secara tiba-tiba. Ketika perusahaan memiliki manajemen krisis yang baik, maka perusahaan pun akan siap jika dihadapi lagi dengan situasi krisis. Dalam penerapan manajemen krisis tentunya perusahaan akan menghadapi krisis dengan beberapa tahapan yang telah terbentuk. Nova (2009:241) memaparkan bahwa manajemen krisis meliputi identifikasi krisis, perencanaan menghadapi krisis, dan penyelesaian krisis. Manajemen krisis dapat diaplikasikan hampir dalam

berbagai bidang seperti halnya pada hubungan internasional, bisnis, politik dan manajemen.

### 1.5.2.3 Upaya Penanggulangan Krisis

Saat peristiwa krisis melanda, pihak perusahaan ataupun seorang *Public Relations* perlu melakukan upaya secara cepat dan tepat dalam menanggulangi krisis yang terjadi, mengingat dampak negatif yang ditimbulkan akibat krisis akan semakin buruk jika tidak segera diatasi. Nova (2009:142) adapun upaya penanggulangan krisis dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

a. Peramalan krisis (*forecasting*)

Manajemen Krisis pada dasarnya memiliki tujuan untuk menekan berbagai faktor resiko berbagai faktor ketidakpastian seminimal mungkin. Setiap perusahaan tentunya dihadapkan dengan masa depan yang tidak pasti dan perusahaan selalu dihadapkan dengan masa depan perusahaan yang selalu berubah arah secara tidak diduga, oleh karena itu peramalan pada krisis (*forecasting*) perlu dilakukan pada kondisi pra-krisis. Hal tersebut dapat dilakukan dengan upaya identifikasi dan menganalisa peluang dan ancaman yang akan terjadi dalam dunia perusahaan.

b. Pencegahan krisis (*prevention*)

Langkah pencegahan dalam upaya penanggulangan krisis, alangkah baiknya dilakukan pada situasi sebelum krisis atau pra krisis, hal tersebut dilakukan untuk mencegah kemungkinan terjadinya sebuah krisis. Akan tetapi jika krisis terlanjur tidak dapat dicegah perusahaan harus segera

bergerak untuk melakukan pencegahan agar krisis tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar dengan memperhatikan tanda-tanda krisis yang muncul dengan mengarahkan penanganan krisis ke tahap penyelesaian.

c. Intervensi krisis (*intervention*)

Langkah intervensi pada peristiwa krisis memiliki tujuan untuk menyelesaikan dan mengakhiri krisis. Pada langkah intervensi inilah pengendalian pada kerusakan dilakukan dalam tahapan akut. Adapun langkah-langkah pengendalian pada kerusakan ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Krisis

Proses identifikasi krisis dalam langkah intervensi ini dilakukan untuk mencari fakta, sumber, serta penyebab terjadinya krisis. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam menyelesaikan persoalan krisis.

2. Isolasi Krisis

Proses isolasi krisis dilakukan untuk menekan dan mencegah krisis agar tidak menciptakan situasi yang semakin buruk. Pada tahapan isolasi inilah krisis mulai dikarantina dengan sesuai jangka waktu terjadinya krisis.

3. Pemulihan Krisis

Setelah krisis berhasil dikendalikan dengan identifikasi dan isolasi krisis perusahaan perlu melakukan pemulihan (*recovery*) pasca krisis agar perusahaan dapat berjalan normal kembali.

## **1.6. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Kantor Manajemen PT. Saung Angklung Udjo Jl.Padasuka nomor 118 Pasirlayung, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat.

### **1.6.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian merupakan landasan dan juga pedoman bagi para ilmuwan dan peneliti dalam mencari berbagai fakta melalui kegiatan penelitian. Arifin (2012:146) mengungkapkan bahwa paradigma dapat memudahkan peneliti dalam memposisikan cara berpikir dan menilai suatu hubungan yang terjadi dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang mana paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang memaparkan bahwa kebenaran dari suatu realitas sosial itu bersifat relatif dan memandang bahwa realitas merupakan hasil konstruksi ataupun bentukan dari manusia. Realitas sosial terjadi akibat hasil dari bentukan pemikiran manusia, seperti halnya ilmu pengetahuan yang terbentuk dari hasil pemikiran manusia yang akan terus maju dan berkembang sesuai perkembangan pemikiran manusia, hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini.

Hal ini relevan dengan proses manajemen krisis yang dilakukan oleh tim PT. Saung Angklung Udjo yang dilakukan dengan perencanaan ataupun kesengajaan, bukan hasil realitas natural hal tersebut perlu dilakukan agar problematika krisis

yang terjadi segera ditanggulangi sehingga perusahaan dapat pulih dan berjalan normal kembali. Hal tersebut terbentuk dalam kegiatan manajemen krisis dalam beberapa proses tahapan seperti peramalan krisis, pencegahan krisis dan intervensi krisis.

### **1.6.3 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan penelitian kualitatif yang akan menghasilkan penjabaran berupa data deskriptif yang bersifat naratif. Sugiyono (2020:3) memaparkan bahwa pendekatan penelitian kualitatif dipakai untuk menghasilkan informasi yang mendalam, dan data yang berlimpah terkait isu ataupun permasalahan yang terdapat pada penelitian.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian ini karena hasil dari penelitian ini akan menjelaskan peristiwa secara mendalam mengenai proses manajemen krisis yang dilakukan oleh PT. Saung Angklung Udjo melalui analisis yang bersifat naratif bukan berupa angka. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan teknik pengumpulan data secara mendalam melalui wawancara dan observasi.

### **1.6.4 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif, pada penelitian deskriptif peneliti hanya akan mendeskripsikan fenomena, situasi ataupun peristiwa yang sedang terjadi pada masa sekarang ataupun yang sedang berlangsung tidak bertujuan untuk membentuk sebuah prediksi, menguji hipotesis ataupun mencari dan menjelaskan hubungan.

Metode penelitian studi deskriptif ini relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti karena menurut Kriyantono (2014:25) metode penelitian deskriptif ini ditujukan untuk menghimpun informasi terkini dengan menggambarkan gejala yang terjadi dan juga ditujukan untuk menentukan kegiatan yang dilakukan orang lain dalam menyelesaikan sebuah permasalahan yang serupa dan mempelajari pengalaman mereka untuk menentukan keputusan dan perencanaan untuk masa mendatang.

Hal ini jelas selaras dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terkait manajemen krisis yang dilakukan oleh PT. Saung Angklung Udjo untuk menangani krisis akibat pandemi covid-19 yang sedang terjadi sehingga metode penelitian studi deskriptif ini tepat digunakan dalam penelitian ini.

### **1.7. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang berbentuk data data deskriptif non angka. Data data tersebut berupa hasil wawancara ataupun observasi peneliti berbentuk tulisan maupun lisan yang tersaji dalam sebuah laporan. Hal tersebut dikarenakan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan sebaran informasi yang tidak perlu diolah dan dihitung melalui tabel kalkulasi karena tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendalami dan memahami proses peristiwa yang terjadi dalam perusahaan itu sendiri.

Adapun data dalam penelitian ini memiliki sumber data yang dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:



1. Sumber data primer, merupakan sumber data pokok dalam penelitian ini yang diperoleh secara langsung dari sumber utama objek penelitian yaitu staff divisi *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo.
2. Sumber data sekunder, merupakan sumber data pendukung dalam penelitian ini yang diperoleh dari buku, literatur, ataupun jurnal dan sumber ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **1.8. Teknik Penentuan Informan**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dalam menentukan dan mempertimbangkan orang-orang yang cocok dan layak dijadikan informan. Adapun penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan siapa yang layak menjadi informan, Sugiyono (2020:96) memaparkan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel sumber data melalui pertimbangan tertentu.

Oleh karena itu tidak semua karyawan di PT. Saung Angklung Udjo dapat dijadikan informan dalam penelitian ini, sehingga peneliti dapat mempertimbangkan dan menentukan kriteria informan yang akan diwawancarai. Hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk memilih teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan agar nantinya informan yang dianggap paling mengerti dan mengetahui terkait permasalahan yang akan diteliti akan memudahkan ketika menjelajahi objek ataupun situasi yang diteliti.

Adapun syarat kriteria informan yang dijadikan dalam penelitian ini adalah anggota staf ataupun kepala divisi *Public Relations* PT. Saung Udjo yang minimal memiliki pengalaman kerja kurang lebih dua tahun. Dengan kriteria tersebut

peneliti menganggap bahwa Informan adalah individu-individu yang sudah berpengalaman terjun dalam dunia *Public Relations* dan terlibat pada kegiatan manajemen krisis di PT. Saung Angklung Udjo.

### 1.9. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik penting yang diperlukan peneliti saat melakukan penelitian dalam mengumpulkan berbagai data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab antara individu dengan maksud mendapatkan informasi tertentu yang didokumentasikan dalam sebuah rekaman ataupun catatan. Dalam penelitian wawancara merupakan hal pokok yang digunakan dalam mencari informasi ataupun data terkait penelitian secara lengkap. Penelitian ini akan menggunakan jenis wawancara terstruktur, yang mana jenis wawancara terstruktur ini adalah proses wawancara dengan menggunakan panduan wawancara dari hasil rancangan dan pengembangan topik dengan mengajukan pertanyaan secara lebih fleksibel.

Menurut Sugiyono (2020:115) memaparkan bahwa wawancara semi terstruktur adalah termasuk pada kategori wawancara mendalam atau *indepth interview* yang mana dalam pelaksanaannya peneliti akan lebih bebas karena peneliti akan mendapatkan informasi terkait permasalahan

secara lebih luas dan terbuka dimana pihak yang diwawancarai akan diminta ide dan pendapat.

Wawancara semi terstruktur ini dipilih peneliti berdasarkan data yang peneliti butuhkan dalam penelitian berhubungan dengan keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo dalam melaksanakan Manajemen Krisis.

b. Observasi Partisipasi Pasif

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh berbagai informasi mengenai objek, kegiatan, tempat, ataupun peristiwa. Adapun tipe observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif menurut Sugiyono (2020:108) memaparkan bahwa dalam observasi partisipasi pasif peneliti hanya mendatangi tempat kegiatan yang diamati, namun tidak terlibat dalam kegiatan tersebut. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti hanya bergerak sebagai pengamat kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan menyesuaikan kebutuhan data yang dibutuhkan oleh peneliti yang mana peneliti tidak terlibat langsung dengan kegiatan yang dilakukan oleh staff *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo.

Tujuan dari adanya observasi dalam penelitian ini adalah agar peneliti dapat memperoleh data secara lebih tajam, lengkap dan terperinci. Adapun alasan peneliti memilih metode observasi partisipasi pasif karena peneliti hanya membutuhkan data *real* untuk dianalisis dari hasil pengamatan

dengan melihat kinerja ataupun upaya yang dilakukan oleh *Public Relations* PT.Saung Angklung Udjo dalam menghadapi krisis akibat pandemi covid 19.

#### **1.10. Teknik Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data adalah salah satu syarat dari penelitian kualitatif dalam menganalisis dan mengkonfirmasi data agar data yang didapatkan peneliti merupakan data yang valid dan kredibel. William Wiersma dalam Sugiyono (2007:372) menyatakan bahwa triangulasi pada validasi kredibilitas merupakan proses pemeriksaan data dari beberapa sumber yang berbeda melalui berbagai cara dan waktu. Adapun menurut LJ Moleong (2012:330) teknik triangulasi dikategorikan dalam empat jenis yaitu sumber, metode, penyidik dan teori,

Penelitian ini menggunakan dua jenis teknik triangulasi diantaranya triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber adalah proses pengkonfirmasi data temuan berdasarkan sumber ataupun informasi yang berbeda. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti akan membandingkan data hasil wawancara yang diperoleh dari beberapa informan sebagai bahan pembandingan untuk mengkonfirmasi kebenaran informasi yang diperoleh. Adapun teknik triangulasi metode adalah proses pengkonfirmasi data yang dilakukan oleh peneliti dengan membandingkan data yang dihasilkan dari metode yang berbeda-beda. Maka dari itu peneliti juga akan melakukan pengkonfirmasi data hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara dengan hasil observasi. Teknik ini penulis pilih agar derajat kepercayaan data dapat dikatakan valid.

### 1.11. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang penting dilakukan saat peneliti telah berhasil mengumpulkan data hasil penelitian, maka dari itu data hasil wawancara dan observasi akan dianalisis pada tahapan ini. Bogdan dalam Sugiyono (2020:130) memaparkan bahwa analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh melalui catatan lapangan, hasil wawancara dan bahan lainnya agar data yang diperoleh akan mudah difahami serta temuannya dapat mengerucutkan sebuah kesimpulan yang dapat difahami oleh peneliti dan orang lain.

Penelitian ini akan dianalisis melalui beberapa tahapan, peneliti memilih model analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman diantaranya sebagai berikut:

#### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyaringan, pengkategorian, peringkasan data hasil wawancara dan observasi bersama praktisi *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo dengan memfokuskan pada hal hal pokok yang bersifat penting dan berkaitan dengan Manajemen Krisis PT. Saung Angklung Udjo. Pada tahapan ini peneliti akan memilih dan memilah mana data yang diperlukan dan membuang data yang tidak diperlukan dalam penelitian lalu mengkonstruksikan nya dengan hubungan antar kategori yang ada pada konsep manajemen krisis.

b. Penyajian Data

Data hasil observasi dan wawancara di lapangan bersama praktisi *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo yang sudah dianalisis melalui tahapan reduksi selanjutnya disajikan dalam bentuk deskriptif yang tersusun dan sudah terorganisir secara rinci melalui tahapan pemikiran yang dipadukan dengan konsep manajemen krisis. Melalui penyajian data peneliti akan lebih mudah dalam memahami fenomena ataupun peristiwa sehingga dapat memunculkan deskripsi penelitian mengenai manajemen krisis PT. Saung Angklung Udjo dalam menghadapi krisis akibat covid 19 serta memunculkan adanya penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan tahapan akhir dalam teknik analisis data yang mengacu pada hasil reduksi dan tujuan analisis data berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan bersama praktisi *Public Relations* PT. Saung Angklung Udjo. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan dengan merumuskan temuan penelitian berdasarkan fakta dan data hasil penelitian yang sudah dianalisis dengan menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal yang dilakukan oleh peneliti secara kontinu sampai menemukan hasil terkait manajemen krisis yang dilakukan oleh PT. Saung Angklung Udjo.