UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI
4637/KOM-D./SD-S1/2022

KOMUNIKASI KRISIS PT.SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL DALAM MENGHADAPI PEMBATALAN KEBERANGKATAN HAJI DAN UMROH SELAMA COVID 19 DI KOTA PEKANBARU

UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (SI) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:
FRESICA ANDINI
NIM. 1174320126

PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2021

Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel Dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama Pandemi 2020 di Kota Pekanbaru.

Disusun Oleh:

Fresica Andini

NIM. 11743201267

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 25 Agustus 2021

Pembimbing

Rohayati,M.Ikom

NIP. 19880801 202012 2 018

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si

NIP. 19810313 201101 1 004

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Fresica Andini
NIM : 11743201267
Judul :Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel Dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama Covid 19 Di Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 04 November 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Januari 2022
Dekan,

Dr. Imron Rosidi,S.Pd,M.A
NIP.19811138 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Elfiandri,M.Si
NIP.19700312 199703 1 006

Sekretaris/ Penguji II,

Usman,M.I.Kom
NIP.130 414 021

Penguji III,

Rafdeadi,M.A
NIP.1982122555 201101 1 011

Penguji IV,

Julis Suriani,M.I.Kom
NIP.130 417 019

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 25 Agustus 2021

No : Nota Dinas
Lampiran : 1 (Satu) eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat

Assalamua'alaikumWarohmatullahiWabarakatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Fresica Andini
NIM : 11743201267
Judul Skripsi : Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel Dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama Pandemi 2020 di Kota Pekanbaru.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucap kan terimakasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui:
Pembimbing,

Rohayati,M.Ikom
NIP. 19880801 202012 2 018

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fresica Andini

NIM : 11743201267

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel Dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama Pandemi 2020 di Kota Pekanbaru.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sepenuhnya, apabila dinilai di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernayataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang telah diperoleh dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang – undang yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan pihak manapun.

Pekanbaru, 21 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL

3D4AJX402286218

Fresica Andini

NIM. 11743201267

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Nama : **Fresica Andini**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Judul Skripsi : **Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour Dan Travel Dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji Dan Umroh Selama Covid 19 Di Kota Pekanbaru**

Krisis dapat terjadi karena berbagai hal, salah satunya adalah munculnya virus Covid 19, akibatnya perusahaan-perusahaan yang ada di seluruh dunia mengalami penurunan pendapatan secara signifikan sejak awal tahun 2020 lalu. Biro perjalanan haji dan umroh menjadi salah satu yang terkena dampaknya, PT. Silver Silk Tour dan Travel mendapatkan banyak complain dari jamaah yang batal berangkat dan ada juga yang meminta pengembalian dana, hal ini membuat PT. Silver Silk Tour dan Travel mengalami krisis dalam segi komunikasi. Riset ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi krisis yang digunakan PT. SilverSilkTour dan Travel dalam menghadapi pembatalan keberangkatan haji dan umroh selama covid 19. Riset ini menggunakan desain metode penelitian kualitatif dengan wawancara semiterstruktur. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi krisis, dalam pemilihan informan penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sedangkan untuk menganalisis data menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Temuan dalam riset ini menunjukan bahwaPT. SilverSilkdalam menangani krisis ini menggunakan strategi komunikasi krisis rachmat kriyantono yaitu, menetapkan tim komunikasi krisis, mengumpulkan fakta-fakta, tidak menutup informasi, menerapkan komunikasi reputasi dan komunikasi empati dan juga menyediakan banyak saluran komunikasi.

Kata kunci: Komunikasi Krisis, Haji Dan Umroh, Covid 19

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : **Fresica Andini**

Department : **Communication Studies**

Tittle : **Crisis Communication PT. Silver Silk Tour And Travel In Facing Cancellation Of Hajj And Umrah Departures During Covid 19 In Pekanbaru City**

A crisis can occur due to various things, one of which is the emergence of the Covid 19 virus, as a result of which companies around the world have experienced a significant decline in revenue since the beginning of 2020. The hajj and umrah travel agency were one of those affected, PT. Silver Silk Tour and Travel received a lot of complaints from pilgrims who canceled their departure and some asked for a refund, this made PT. Silver Silk Tour and Travel is experiencing a crisis in terms of communication. This research aims to find out how crisis communication isused by PT. Silver Silk Tour and Travel in the face of cancellation of Hajj and Umrah departures during covid 19. This research uses a qualitativ eresearch method design with semi-structured interviews. The theory used in this research is crisis communication theory. In selecting the informants, this research uses the purposive sampling method, while analyzing the data using the Miles and Huberman analysis model. The findings in this research show that PT. Silver Silk in dealing with this crisis uses Rachmat Kriyantono's crisis communication strategy, namely, establishing a crisis communication team, gathering facts, not closing information, implementing reputation communication and empathetic communication, and also providing multiple communication channels.

Keywords: Crisis Communication, Hajj and Umrah, Covid 19

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah SWT yang memiliki alam semesta beserta isinya yang selalu memberikan cahaya kebenaran dan ilmu pengetahuan serta kemampuan berfikir, berkreatifitas dan beraktifitas sehingga peneliti dapat dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"KOMUNIKASI KRISIS PT. SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL DALAM MENGHADAPI PEMBATALAN KEBERANGKATAN HAJI DAN UMROH SELAMA MASA PANDEMI 2020 DI KOTA PEKANBARU".**

Shalawat serta salam kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallallhu 'alihi wasallam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama Islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya diucapkan untuk Ibunda penulis **Siti Fadilah** dan Adik kandung penulis **Athaya Dwi Insyira** yang tiada henti-hentinya memberikan support baik itu secara moral maupun materiil. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya juga peneliti haturkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III.
3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, Bapak DR. Drs. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

5. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Terkhusus ibu Rohayati,M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak mengorbankan waktunya untuk peneliti dalam membimbing dan menyempurnakan skripsi ini.
7. Ibu Dewi Sukartik,S.Sos, M.Sc selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan terhadap penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi terimakasih atas ilmu pengetahuan yang diberikan kepada peneliti dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
9. Seluruh Staff PT. Silver Silk Tour dan Travel yang telah membantu penulis dalam kelancaran proses penelitian.
10. Muhammad Alief Ramadhan selaku teman dekat penulis yang tiada hentinya memberikan semangat, arahan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Dwi Kasih Shaumi Putri, Fitra Rika Rahayu,Hersha Hanifa, dan Rina Anjani sahabat till jannah penulis yang selalu ada sejak masa-masa kelam hingga saat ini dan selalu menjadi partner dalam menyusun skripsi ini.
12. Nur Malahayati, teman seperjuangan sejak semester satu hingga detik ini yang selalu menemani penulis dalam melakukan penelitian dan juga memberikan penulis saran dan semangat agar segera menyelesaikan skripsi ini, semoga cepat menyusul.
13. Sobat virtual ku Na Jaemin, Mark lee, Lee Jeno, Lee Haechan, Huang Renjun, Zhong Chenle,dan Park Jisung yang selalu memberikan energi positif saat penulis sudah mulai kehilangan arah dalam menyusun skripsi ini.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Besar harapan peneliti kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran, demi kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari.

Pekanbaru, Oktober 2021

Penulis

Fresica Andini

NIM. 11743201267

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Penegasan Istilah 4
C. Ruang Lingkup 6
D. Rumusan Masalah 6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
F. Sistematika Penulisan 8
BAB II 9
KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR 9
A. Kajian Teori 9
B. Kajian Terdahulu 27
C. Konseptualisasi Variabel Penelitian 31
D. Kerangka Pikir 37
BAB III 41
METODOLOGI PENELITIAN 41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 41
E. Teknik Pengumpulan Data 43
F. Validitas Data 45

G. Teknik Analisis Data 45
BAB IV 47
GAMBARAN UMUM 47
A. Sejarah PT.Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru.....47
B. Profil PT.Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru.....48
C. Visi Dan Misi PT. Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru 49
D. Struktur Organisasi PT. Silver Silk Tour Dan Travel 50
E. Kantor Cabang PT. Silver Silk Tour Dan Travel.....53
F. Persyaratan Haji Dan Umroh PT. Silver Silk Di Masa Pandemi.....54
G. Bank Pembayaran Biaya Perjalanan PT.Silver Silk Pekanbaru 56
H. Kondisi PT. Silver Silk Tour dan Travel Selama Masa Pandemi 57
BAB V.....60
HASIL DAN PEMBAHASAN 60
A. HASIL PENELITIAN 60
B. PEMBAHASAN.....65
BAB VI 79
PENUTUP.....79
A. Kesimpulan.....79
B. Saran 80
DAFTAR PUSTAKA.....81
Lampiran 1 85
Lampiran 2 87

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Manajemen Krisis dan Komunikasi Krisis 24
Tabel 4.2 Kantor Cabang PT. Silver Silk Tour dan Travel.....53
Tabel 4.3 Perbedaan Paket Haji Dan Umroh Sebelum dan Saat Pandemi.....54
Tabel 4.4 Daftar Bank Biaya Perjalanan.....56

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hal-Hal yang dilakukan PR saat Krisis 14
Gambar 2.2 Faktor -Faktor Krisis dalam Bisnis 22
Gambar 2.3 Upaya Penanggulangan Krisis 28
Gambar 2.4 Kerangka Pikir 38
Gambar 4.5 Struktur Organisasi PT. Silver Silk Tour dan Travel 50
Gambar 4.6 Jumlah Jemaah Haji dan Umroh PT. Silver Silk 58
Gambar 4.7 Suasana Ruangan Customer Service PT. Silver Silk 59
Gambar 5.8 Postingan instagram official PT. Silver Silk 72
Gambar 5.9 Brosur paket haji dan umroh di masa pandemi 76

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara 83
Lampiran 2 : Dokumentasi 85
Lampiran 3 : Surat-Surat 88

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang ini, khususnya perekonomian secara global, termasuk Indonesia sedang mengalami penurunan yang cukup drastis, pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2020 mendapatkan tekanan yang cukup kuat terutama pada semester I hingga semester II tahun 2020.[1]Berdasarkan data dari laporan keuangan Indonesia tahun 2020 yang di keluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi melambat menjadi 2,97% pada triwulan I di tahun 2020 dan terkontraksi 5,32% pada triwulan II 2020, penurunan kinerja ini terjadi di seluruh komponen baik konsumsi rumah tangga maupun kegiatan invetasi pemerintah dan swasta. Kinerja seluruh ekspor barang juga terdampak oleh pelemahan permintaan global. Hal ini di akibatkan bukan karena banyak nya pesaing, melainkan faktor non alam yaitu munculnya wabah yang menyerang imun tubuh manusia dan wabah ini disebut dengan covid-19 yang menyebar keseluruh lapisan sehingga mengakibatkan semua aspek terkena dampak nya.

Covid-19 menimbulkan banyak kepanikan dan tentu saja hal ini membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan sistem “di rumah aja”. Kebijakan ini membuat seluruh tenaga kerja terpaksa diam di rumah, dikurangi gajinya, dan beberapa perusahaan terpaksa melakukan PHK (Pemutusan Hubugan Kerja). Hal ini menunjukkan bahwa covid-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan dan pereknonomian saja, tetapi juga berdampak pada nasib tenaga kerja(Setiawan & Nurwati, 2020).

Dengan melihat kondisi seperti ini, tidak heran rasanya apabila covid-19 dikatakan sebagai sumber utama dari permasalahan ekonomi saat ini. Banyak dampak negatif yang ditimbulkan oleh makhluk mikro tersebut. Dampak covid-19 dirasakan juga oleh biro perjalanan haji dan umrah

[1] Laporan Perekonomian Indonesia, Bank Indonesia. 2020,26

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai salah satu bidang bisnis yang terdampak. Banyak perusahaan merugi akibat penundaan sementara ibadah Umrah selama masa pandemi. Penundaan tersebut tentu diiringi dengan penurunan jumlah pendaftar umrah di seluruh perusahaan. Apabila penurunan pendaftar dan keuntungan terus terjadi, maka bukan tidak mungkin akan ada pengurangan karyawan untuk menstabilkan keuangan PPIU itu sendiri. Kini tinggal nasib yang menentukan akankah perusahaan tersebut bertahan atau malah menyerah pada kondisi ini.

Dilansir dari skinusantara.com menyebutkan bahwa PT. Silver Silk Tour dan Travel telah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja selama masa pandemi ini kepada 19 orang karyawannya tanpa memberikan pesangon yang penuh, hal ini jelas menggambarkan kondisi PT. Silver Silk tour dan Travel pada masa pandemi saat ini. Saat ini pun hanya tinggal tersisa kurang lebih sepuluh orang karyawan tetap dan dengan menggunakan sistem kerja shift untuk mengurangi mobilitas di perusahaan.

Berdasarkan data dari Bina Umrah dan Haji Khusus, total ada 59.757 jemaah umrah Indonesia yang sudah mendapatkan nomor registrasi, Namun batal berangkat karena kebijakan dari Arab Saudi dikarenakan adanya Pandemi Covid-19. Mereka telah mendaftar di Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) dan sudah di input dalam sistem komputerisasi pengelolaan terpadu umrah dan haji khusus (SISKOPATUH).

Dan selain larangan dari Indonesia sendiri, Pihak Saudi Arabia juga menutup akses bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji dan umroh sampai batas waktu yang belum bisa ditentukan sebagaimana telah disampaikan melalui *Press Release*oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia Riyadh. Berdasarkan komunikasi Dubes RI dengan Menteri Haji dan Umrah Arab Saudi, Dr. Mohammed Saleh Benten diperoleh informasi bahwa Kementerian Haji dan Umroh sudah resmi menghentikan visa umrah untuk sementara.[2]

[2] Press Release Kedutaan Besar Republik Indonesia Riyadh No. 014/Pen/II/2020

PT. Silver Silk Tour dan Travel sendiri berdasarkan informasi dari manager perusahaan Melisa Ika Putri, jamaah yang sudah terdaftar di PT. Silver Silk Tour dan Travel mencapai 800 jamaah umrah dan 100 jamaah haji, dan akan di berangkatkan pada awal Maret 2020, namun pada bulan maret pula keluar keputusan dari Pemerintah Saudi Arabia untuk menutup sementara Haji dan Ummroh sampai batas waktu yang belum bisa di tentukan. Hal ini membuat PT. Silver Silk Tour dan Travel tidak dapat beroperasi sebagaimana mestinya dan menutup kantor mereka selama 7 bulan terhitung sejak awal maret hingga oktober tahun 2020.[3]

Saat sebuah perusahaan tidak dapat beroperasi sebagaimana mestinya, menurunnya pendapatan dan banyak hal hal yang tidak sesuai dengan prosedur perusahaan maka perusahaan tersebut sudah mengalami krisis. Sesuai dengan definisi Krisis sebagai sebuah situasi yang tidak stabil dengan berbagai kemungkinan menghasilkan hasil yang tidak diinginkan[4]. Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa jika organisasi mengalami situasi krisis, maka prosedur-prosedur normal tidak berjalan dengan baik. Organisasi mengalami keterjutan (shock). Jika situasi ini terus berlanjut dalam waktu lama, akan menghasilkan beberapa hasil negatif yang tidak diharapkan.

Menurut pemaparan dari manager PT. Silver Silk Tour dan Travel banyak jamaah yang melakukan komplain dan protes serta meragukan PT. Silver Silk Tour dan Travel akibat adanya pembatalan keberangkatan di masa covid 19, hal tersebut karena para jamaah sudah melakukan pembayaran secara penuh dan dipastikan berangkat ditahun 2020 namun dibatalkan, hal tersebut yang membuat beberapa jamaah melakukan komplain dan menayankan lebih lanjut megenai kejelasan keberangkatan mereka.

[3] Wawancara dengan Manager PT. Silver Silk Tour dan Travel

[4] Rachmat Kriyanto, *Public Relations & Crisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis dan Kualitatif*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2012), 173.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menghindari krisis yang berkepanjangan yang dapat menyebabkan perusahaan gulung tikar maka PT. Silver Silk Tour dan Travel menerapkan komunikasi krisis yaitu strategi mengkomunikasikan apa yang ingin dikatakan, ingin dilakukan, dan apa yang sudah dilakukan organisasi dalam merespon krisis,[5] agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam penyampaian informasi kepada seluruh jamaah yang batal berangkat, komunikasi menjadi kunci dalam memperbaiki reputasi dan citra perusahaan kepada para calon jamaah yang batal berangkat, penelitian ini kemudian berfokus kepada komunikasi krisis yang di lakukan oleh PT.Silver Silk Tour dan Travel dalam menghadapi krisis ini.

Dari fenomena yang telah di uraikan diatas maka pentingnya PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam menangani krisis ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah khususnya dengan judul : "**Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama masa Pandemi 2020 di Kota Pekanbaru"**

B. Penegasan Istilah

Untuk mempertegas pemahaman dan menghindari penafsiran yang salah terhadap kata-kata yang termasuk dalam judul penelitian, maka di perlukan penjelasan kata atau istilah yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Komunikasi Krisis

   Komunikasi Krisis (*crisis communication*) adalah strategi mengkomunikasikan apa yang ingin dikatakan, ingin dilakukan, dan apa yang sudah dilakukan organisasi dalam merespon krisis". Komunikasi krisis merupakan salah satu strategi yang ada dalam manajemen krisis. Dalam mengatasi krisis sebuah perusahaan, manajemen krisis patut dipergunakan sebagai salah satu strategi yang harus dimiliki perusahaan, karena didalamnya mencakup

[5] Ibid,192

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagai upaya persiapan dan penerapan beberapa strategi dan taktik untuk menghentikan dampak negatif dari suatu peristiwa.[6]

2. Public Relations

International of Public Relations (IPRA) mendefinisikan public relationsyang disingkat dengan sebutan PR sebagai upaya terencana dan dilakukan secara terus menerus untuk selalu berusaha mempertahankan itikad baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Dengan tugas adalah bagaimana merencanakan, mewujudkan dan memelihara relasi yang baik secara terus menerus dengan semua pihak secara efektif dan berhasil mendapatkan keuntungan atas bentuk-bentuk relasi itu.[7]

3. PT. Silver Silk Tour dan Travel

PT.Silver Silk Tour & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan yang meliputi perjalanan udara, darat, dan laut.[8]

4. Covid-19

Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya Penyakit koronavirus 2019 (bahasa Inggris: *coronavirus disease 2019*, singkatan dari Covid-19) di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh korona virus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2.Wabah Covid-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020. Hingga 17 September 2020, lebih dari 29.864.555 orang kasus telah dilaporkan lebih dari 210 negara dan wilayah seluruh

[6]Rahmat Kriyantono, *Public Relations & Krisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012),192.

[7]John P. Simandjuntak, *Public Relations* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003).

[8] https://silversilk.co.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dunia, mengakibatkan lebih dari 940.651 orang meninggal dunia dan lebih dari 20.317.519 orang sembuh.[9]

C. Ruang Lingkup

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dan agar tidak terjadi pembahasan yang meluas atau menyimpang, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup kajian yang akan dibahas dalam penulisan ini yaitu peneliti hanya memfokuskan pada lingkup Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama Masa Pandemi 2020"

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "bagaimana komunikasi krisis yang dilakukan oleh PT. Silver Silk Tour Dan Travel dalam menghadapi pembatalan keberangkatan haji dan umroh?"

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami tentang Komunikasi Krisis yang digunakan oleh PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Selama Pandemi 2020.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1) Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi semua pihak yang memerlukan hasil penelitian ini.
2) Sebagai bahan perbandingan dan dasar bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan penelitiannya.

---

[9]"Coronavirus COVID-19 Global Cases by Johns Hopskin CSSE", 12 Februari2020,https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6, diakses 12 Februari 2020.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Manfaat Praktis

1) Untuk menambah, memperdalam dan mengembangkan pengetahuan penulis sebagai latihan dalam menuangkan hasil pemikiran dan penelitian sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarim Kasim Riau.
2) Sebagai proses pembelajaran peneliti dalam menganalisis masalah secara ilmiah.
3) Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian,rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Menjelaskan tentang gambaran umum tempat penelitian yaitu humas PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil dari penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II
KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas, sistematis dan terarah diperlukan teori-teori yang mendukung, karena itu perlu disusun kerangka teori yang menunjukan dari sudut mana masalah yang dipilih akan disoroti, dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. *Public Relations*

Public relation berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga/perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan goodwill (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (alat untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik). Menurut Clarke L. Caywood Humas dilihat dari perspektif kepemimpinan. Mengatakan bahwa "*Public Relations provides a new level af leadership for management to integrate relationships inside an organization using a wide range of management strategies and tactics including communications*"[10]. Berikut beberapa pendapat pakar lain mengenai defisini public relations diantaranya

Menurut J. C. Seidel, PR adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (kemauan baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas. Sedangkan Menurut W. Emerson Reck, PR adalah lanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill*(kemauan baik) dari publik. Kedua, pembuatan

[10] Alison Theaker. *The Public Relations Handbook* (London: Routledge.2001), hlm 10

kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang menyeluruh.[11]

Menurut Howard Bonham, public relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan, sehingga dapat dikatakan public relations merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam mengani masalah atau isu-isu manajemen.[12]

Menurut John E. Maiston, public relations dapat didefinisikan sebagai sebuah perencanaan, cara berkomunikasi dengan persuasif atau mengajak yang telah didesain untuk mempengaruhi publik yang signifikan.[13] Sedangkan apabila dilihat dari sisi manajemen yang telah dikemukakan oleh Danny Grinswold dari Public Relations News (international Public Relations Weekly for Executives) dimana Public Relations didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap dua publik, mengidentifikasikan kebijakan dan prosedur sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik".[14]

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan tidak hanya terbatas pada saling pengertian saja, melainkan berbagai macam tujuan khusus lainnya yaitu penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan sikap dari negatif menjadi positif. Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan, ada

[11]Elvinaro Ardianto. *Handbook of Public Relation : Pengantar Komprehensif* (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2011) hlm. 9

[12]Soleh Soemirat Dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya,2010) H.13

[13]RhenaldKasali. 2000. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT. Temprin,2000.6

[14]RhenaldKasali. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT. Temprint,2000.7

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa kesamaan antara pengertian yang satu dengan yang lainnya, antara lain :

Pertama, public relations sebagai fungsi manajemen yang melekat pada organisasi merupakan suatu kegiatan yang berorientasi atau bertujuan untuk memperoleh goodwill, menciptakan dan membina pengertian dan pengakuan dari publik, membina dan memlihara kerjasama, menciptakan citra serta membentuk dan memelihara hubungan yang baik serta saling menguntungkan antara organisasi dan publik-publiknya. Orientasi kegiatan Public Relations adalah organisasi dan publik, artinya apabila antara kepentingan organisasi dan publik seimbang, maka hal ini akan menentukan sukses atau gagalnya sebuah tujuan organisasi.[15]

Kedua, kegiatan public relations adalah kegiatan yang terencana, artinya setiap kegiatan yang dilakukan oleh public relations telah melalui tahapan-tahapan dimana setiap tahapan ini melalui perencanaan yang matang dimana ini berarti public relations adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian program yang terpadu dan teratur.

Ketiga, perencanaan dalam kegiatan public relations yaitu adalah perencanaan dengan tujuan yang baik untuk menciptakan opini publik yang favourable dan menguntungkan berbagai pihak dan aktivitas public relations adalah aktivitas komunikasi timbal balik atau dua arah sebagai upaya untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dan masyarakat. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya mutual understanding, mutual confidence dan image yang baik.

Public relations mempunyai peranan penting dalam menangani masa krisis, mengingat masa krisis dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan, sehingga dapat dikatakan public relations merupakan fungsi manajemen yang strategis. Agar fungsi strategis ini dapat dijalankan dengan baik, posisi divisi/bidang public relations harus langsung dibawah pimpinan

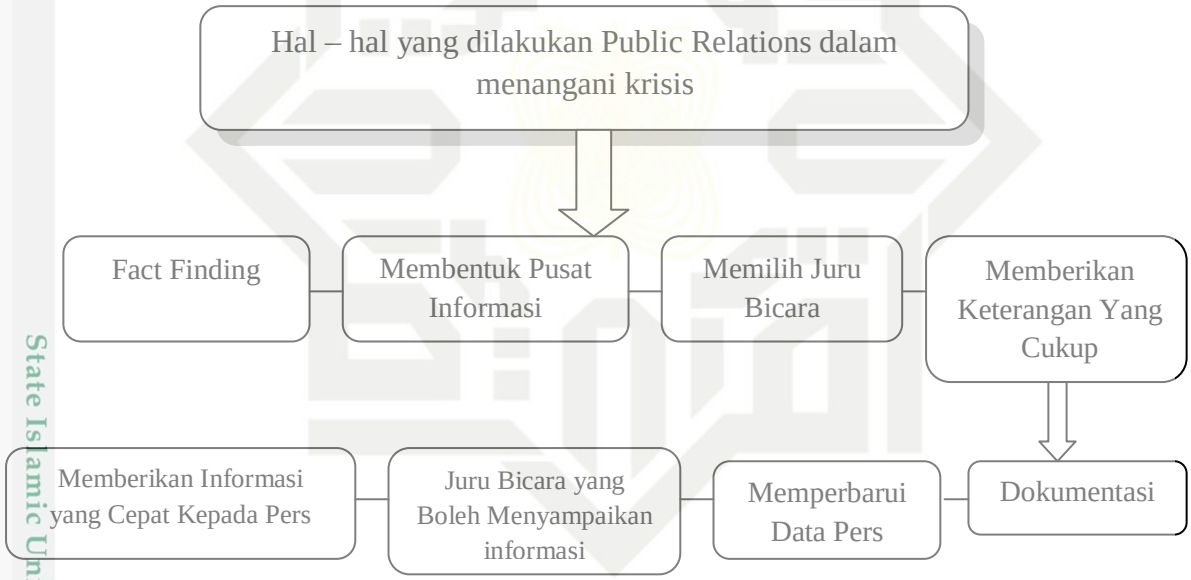
[15]Frank Jefkins. *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2003

puncak, dengan demikian insan public relations mempunyai kewenangan yang memungkinkan fungsi tersebut dapat dijalankan secara efektif.

Dalam menjalankan peran tersebut insan public relations harus membuat langkah-langkah strategisnya; *Press Relations* (Hubungan Pers), *Government Relations* (Hubungan Pemerintah), *Opinion Leaders Relations* (Hubungan dengan Pemuka Pendapat), dan *Trade Relations* (Hubungan Perdagangan).Adapun hal-hal yang dilakukan public relations dalam menangani krisis adalah:[16]

Gambar : 2.1

Hal-hal yang dilakukan PR saat menangani krisis



Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh seorang praktisi Public Relations dalam menangani suatu krisis yaitu :

Fact Finding, mencari dan mengumpulkan data, termasuk data penyebab. Sebelum menduga adanya krisis seorang public relation harus mencari dan mengumpulkan data data yang akurat mengenai krisis yang melanda perusahaan nya. Termasuk juga mencari data data dan informasi

[16]Soleh Soemirat and Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai penyebab terjadinya krisis tersebut. Mencari atau mengumpulkan fakta sebelum seseorang melakukan tindakan. Misalnya seorang PR sebuah perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu tentang apa yang di butuhkan publik, siapa saja yang termasuk dalam publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai segi, bagaimana sikap publik, dll.

Membentuk pusat informasi untuk menyatukan informasi yang akan disampaikan kepada publik, dan juga menerima komplain dari publik dengan terbuka dan menyampaikan informasi berdasarkan yang sudah di kumpulkan. Selanjutnya yaitu pemilihan juru bicara yang mampu dan berpengalaman agar informasi yang sampai itu hanya melalui satu orang saja, sehingga informasinya tidak rancu, serta pastikan juga bahwa juru bicara yang dipilih sudah mendapatkan informasi dan seua data yang benar tanpa di lebih-lebih kan atau di kurang-kurangi.

Sebagai seorang juru bicara di haruskan untuk memberikan keterangan yang cukup, jelas dan benar kepada pers, agar mereka tidak mencari kesumber yang tidak sesuai. Membuat dokumentasi kejadian tersebut berupa foto, tap atau video sebagai data. Dan selalu memperbarui data-data pers dari waktu ke waktu, agar publik terus dapat ikut mengetahui apa dan bagaiana proses krisis yang terjadi.

Memberitahukan kepada operator bahwa tidak ada seorangpun yang memberikan keterangan selain juru bicara, agar terbentuk *one way communication* dan tidak mengeluarkan informasai yang berbeda-beda sesuai dengan kesepakatan bersama. Serta tidak kalah penting untuk memenuhi permintaan pers yang bertujuan untuk kepentingan informasi mereka.

2. Komunikasi Krisis

Komunikasi Krisis (*crisis communication*) adalah strategi mengkomunikasikan apa yang ingin dikatakan, ingin dilakukan, dan apa

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sudah dilakukan organisasi dalam merespon krisis".[17] Komunikasi krisis merupakan salah satu strategi yang ada dalam manajemen krisis. Dalam mengatasi krisis sebuah perusahaan, manajemen krisis patut dipergunakan sebagai salah satu strategi yang harus dimiliki perusahaan, karena didalamnya mencakup berbagai upaya persiapan dan penerapan beberapa strategi dan taktik untuk menghentikan dampak negatif dari suatu peristiwa.[18]

Komunikasi krisis sendiri dapat di definisikan secara luas sebagai pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi yang di perlukan untuk mengatasi situasi krisis. Dari definisi di atas bahwa strategi komunikasi krisis merupakan bagian penting dalam manajemen krisis untuk melakukan komunikasi yang intens dengan masyarakat dan menyaring informasi-informasi yang dibutuhkan. Informasi yang kadang tidak jelas dari mana sumbernya dan kebenarannya masih dipertanyakan juga memunculkan rumor yang justru akan membingungkan masyarakat, maka dari itu peran humas harus selalu proaktif menanggapi danmemberikan informasi secara cepat dan tepat untuk meminimalisir rumor tersebut.[19]

Krisis memang berkonotasi negatif, namun sebenarnya dibalik krisis itu terdapat peluang yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan oleh sebuah organisasi. Bila organisasi tersebut mampu menarik pelajaran dari krisis yang dialaminya, maka organisasi tersebut akan mampu menjadi lebih baik.Beberapa penelitian memfokuskan definisi pada tahapan-tahapan krisis, seperti Burnet mengatakan krisis sebagai "*composed of a continuum, beginning with an incident, followed by a conflict, and ending with a crisis, the most serious form of disruption*". Defenisi tersebut mengurai krisis ke dalam beberapa tahapan, yaitu tahap terjadinya insiden atau penyebab awal,

[17]Rahmat Kriyantono, *Public Relations & Krisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*.

[18]Rahmat Kriyantono, *Public Relations & Krisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*.

[19]Irene Silviani, Inggrit Febriani, and David Cardona, "Komunikasi Krisis Dalam New Normal," *Jurnal Message Komunikasi*, 1, 9 (2020): 84.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilanjutkan oleh munculnya konflik, dan tahapan terakhir adalah tahap krisis yang dapat menimbulkan kerusakan serius.[20]

Artinya, krisis merupakan suatu masa yang kritis berkaitan dengan suatu peristiwa yang kemungkinan pengaruhnya negatif terhaap organisasi. Krisis sebagai sebuah situasi yang tidak stabil dengan berbagai kemungkinan menghasilkan hasil yang tidak diinginkan. Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa jika organisasi mengalami situasi krisis, maka prosedur-prosedur normal tidak berjalan dengan baik. Organisasi mengalami keterjutan (shock). Jika situasi ini terus berlanjut dalam waktu lama, akan menghasilkan beberapa hasil negatif yang tidak diharapkan.[21]

Krisis tidak dapat dihindari, tapi kemungkinan masih bisa dicegah. Untuk mengantisipasi dan menghindari dari dampak negatif dari krisis diperlukan manajemen krisis untuk mempersiapkan berbagai strategi dan taktik apa yang akan dilakukan untuk menangani suatu krisis tersebut. Prinsip pertama dalam manajemen krisis yaitu berorientasi pada keselamatan public, public relations juga menerapkan strategi komunikasi krisis yang dirancang dengan (1) mengurangi resiko muncul kepanikan public (2) mengurangi kekhawatiran yang dirasakan public (3) mengurangi spekulasi-spekulasi khususnya di awal-awal krisis (4) melindungi perusahaan dari kritik-kritik spekulasi, yang biasanya muncul dari diskursus public di media massa (5) bersifat dapat dipercaya (*accountability*), keterbukaan (*disclosure*), dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan (*symmetrical communication*) (6) didesain untuk meminimalkan kerusakan pada citra organisasi.[22]

Menurut Robert P. Powell dalam bukunya yang berjudul *Crisis – A leadership Opportunity*, krisis merupakan kejadian yang tidak diharapkan, berdampak dramatis, kadang belum pernah terjadi sebelumnya yang

[20]Rachmat Kriyanto, *Public Relations & Crisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis dan Kualitatif,* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2012), 173.

[21] Ibid,.100

[22]Rahmat Kriyantono, *Public Relations & Krisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*.

mendorong organisasi kepada suatu kekacauan dan dapat menghancurkan organisasi tersebut tanpa adanya tindakan nyata.[23]

Pada buku *Building Your Company's Good Name*, Davis Young menyebutkan krisis adalah segala sesuatu yang mengancam integritas dan persepsi tenang organisasi dan pemimpinnya[24]. Biasanya merupakan sesuatu yang dilebih-lebihkan oleh media untuk menarik perhatian masyarakat. Institusi atau perusahaan dalam masa krisis perlu mengambi tindakan yang menunjukkan kepedulian dan empati terhadap masyarakat.

Krisis sebagai sebuah situasi yang tidak stabil dengan berbagai kemungkinan menghasilkan hasil yang tidak diinginkan. Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa jika organisasi mengalami situasi krisis, maka prosedur-prosedur normal tidak berjalan dengan baik. Organisasi mengalami keterjutan (*shock*). Jika situasi ini terus berlanjut dalam waktu lama, akan menghasilkan beberapa hasil negatif yang tidak diharapkan.[25]

Dari beberapa defenisi krisis diatas, dapat disimpulkan bahwa krisis mempunyai beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut dapat dijadikan alat untuk membedakan antara krisis dengan isu. Karakteristik krisis tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Peristiwa yang spesifik (*specific event*) ,Penyebab krisis dapat diketahui. Suatu organisasi dapat mengalami satu macam krisis, seperti demontrasi karyawan atau krisis yang menerpa produknya, tetapi dimungkinkan pada saat yang sama, organisasi tersebut mengalami dua macam atau lebih krisis.
b. Krisis bersifat tidak diharapkan dan dapat terjadi setiap saat, Krisis cenderung mengancam kehidupan organisasi atau publiknya, sehingga tidak seorangpun dalam organisasinya yang mengharapkan krisis terjadi.

---

[23] Firsan Nova, *Crisis Public Relations: Strategi PR menghadapi Krisis, mengelola isu,membangun citra, dan reputasi perusahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011), 168

[24]Ludwig Suparmo, *Crisis Management And Public Relations*, (PT.Indeks.2011),100

[25] Ibid., hlm. 100

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Krisis menciptakan ketidakpastian informasi, Informasi adalah suatu usaha untuk memberikan penerangan atau pemberitahuan tentang suatu kabar atau berita. Pada awal krisis, biasanya muncul rumor. Rumor adalah informasi yang tidak jelas dari mana asalnya, siapa yang membawanya dan kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan.

d. Menimbulkan kepanikan, Kepanikan bisa muncul akibat ketidakpastian dan kekurangan informasi. Situasi ini memunculkan rumor yang tidak jelas sumber kebenarannya.

e. Menimbulkan dampak bagi operasional organisasi, dampak ini dapat bersifat negatif seperti penurunan profit, penurunan kepercayaan publik, pemerintah dan publik tiada henti-hentinya memberikan perhatian besaratau bahkan menginvestigasi organisasi, mengancam reputasi dan nama organisasi, perubahan yang bersifat tidak produktif. Kemudian juga dapat berpotensi menimbulkan konflik, konflik yang terjadi antara ketidaksesuaian antara harapan dengan kenyataan.[26]

Secara umum krisis dapat disebabkan oleh dua sumber, yaitu dari dalam organisasi dan dari luar oganisasi. Adapun faktor penyebab krisis yang bervariasi tersebut adalah sebagai berikut :[27]

Pertama, krisis karena bencana alam tipe paling relevan dari krisis adalah yang disebabkan bencana alam. Krisis yang disebabkan oleh bencana alam yang mempengaruhi aktivitas organisasi, seperti banjir, tanah longsor dan gempa bumi. contoh krisis akibat bencana alam yaitu salah satunya gempa brebes-kuningan yang terjadi pada 11 Desember 2020 yang menyebabkan empat buah rumah rusak sedang, sembilan belas rumah rusak parah, serta turut merusak dua fasilitas umum yaitu puskesmas dan posyandu di Desa Cipondok Kec. Cibingbin.

Kedua, krisis karena kecelakaan industri, krisis ini cukup bervariasi. Mulai dari mesin yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya,

[26]Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000).

[27]Firsan Nova, *Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Menbangun Citra Dan Reputasi Peursahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011),75.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebakaran, hingga kecelakaan kerja. Contoh kasus dari krisis ini yaitu kasus lapindo yang sudah 15 tahun berlalu namun belum menemui titik terang. Hal ini menimbulkan kerugian yang cukup besar bagi warga yang tinggal di daerah tersebut karena sudah kehilangan tempat tinggal nya.

Ketiga, krisis karena produk yang kurang sempurna, hal ini mungkin saja terjadi karna produk yang dihasilkan cacat (*defect*) atau kurang sempurna, walaupun perusahaan telah melakukan riset dan teknik pengembangan produk sebelumnya. Contoh dari krisis ini yaitu produk dari PT. Mitsubishi Motor yaitu mobil xpander yang ditarik dari pasaran Indonesia karena dalam setahun mobil keluaran Mitsubishi ini sudah dua kali terbakar.

Keempat, krisis karena persepsi publik yaitu,saat krisis terjadi perusahaan yang mengalaminya mungkin saja akan menjumpai krisis lain karna krisis sebelumnya belum ditangani dengan baik. Inilah yang menyebabkan kerugian yang berlipat ganda, baik dari segi keuangan maupun moral karyawan. Selain itu, citra perusahaan pun akan terus memburuk. Salah satu contoh kasus krisis karena persepsi publik adalah kinerja PLN di mata konsumen, saat terjadinya pemadaman listrik secara menyeluruh di Jakarta pada tahun 2019.

Kelima, krisis karena hubungan kerja yang buruk , krisis ini dapat mengarakan pada kondisi tidak terkendali yang serius dalam operasional perusahaan. Contoh krisis karena hubungan kerja yang buruk ini terjadi saat karyawan PT. Aice Indonesia melakukan demo mengenai penuntutan hak mereka sebagai karyawan yang terjadi pada tahun 2019-2020.

Keenam, krisis karena kesalahan strategi bisnis, penyebab utama krisis ini adalah perencanaan atau implementasi strategi bisnis yang keliru atau tidak tepat yang dilakukan oleh manajemen. Contoh kasus dalam krisis ini adalah kasus Eiger pada tahun 2019 lalu yang memberikan teguran kepada reviewer produk nya di youtube, teguran tersebut di berikan melalui email yang berisi permintaan untuk menghapus video tersebut, namun malah berimbas buruk ke Eiger itu sendiri karena

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dianggap tidak menghargai si reviewer yang jelas jelas me review produk nya tanpa bayaran sedikitpun.[28]

Ketujuh, krisis karena terkait masalah kriminal, krisis ini dapat terjadi dan krisis ini merupakan ancaman besar untuk beberapa industri, seperti pariwisata, perbankan dan penerbangan. Contoh krisis ini antara lain terorisme, pembajakan, kekerasan, perjudian, pemalsuan dan pencurian. Krisis ini membutuhkan respon yang tepat karena menjadi magnet media.

Kedelapan, krisis karena pergantian manajemen yaitu, beberapa perusahaan menempatkan CEO mereka sebagai fitur penting yang tidak tergantikan sehingga kepergiannya benar-benar menimbulkan krisis. Contoh kasus dalam krisis ini adalah saat Whisnutama memilih untuk mundur dari Net Tv dan di gantikan dengan sistem dan manajemen baru, sehingga saat ini pun tayangan – tayangan Net Tv sudah tidak se berkualitas dulu lagi, dan kurang diminati oleh masayarakat yang menyebabkan turuunya rating tayangan.[29]

Kesembilan, krisis karena persaingan bisnis, hal seperti ini akan menyebabkan pesaing rugi dan harus mengeluarkan banyak uang untuk bangkit dan membangun kembali nama dan reputasi mereka. Contoh kasus dari krisis ini adalah persaingan yang dilakukan antara Mc Donald's dan Burger King.

Situasi krisis dalam bisnis juga dapat disebabkan faktor-faktor yang berhubungan sebagai berikut : [30]

---

[28]Heppy Fajrian "*Blunder Eiger, Kesalahan Brand Hadapi Konsumen yang Berulang*" https://katadata.co.id/happyfajrian/brand/6017f7da9c802/blunder-eiger-kesalahan-brand-hadapi-konsumen-yang-berulang (di akses pada 11/07/21 13 : 47)

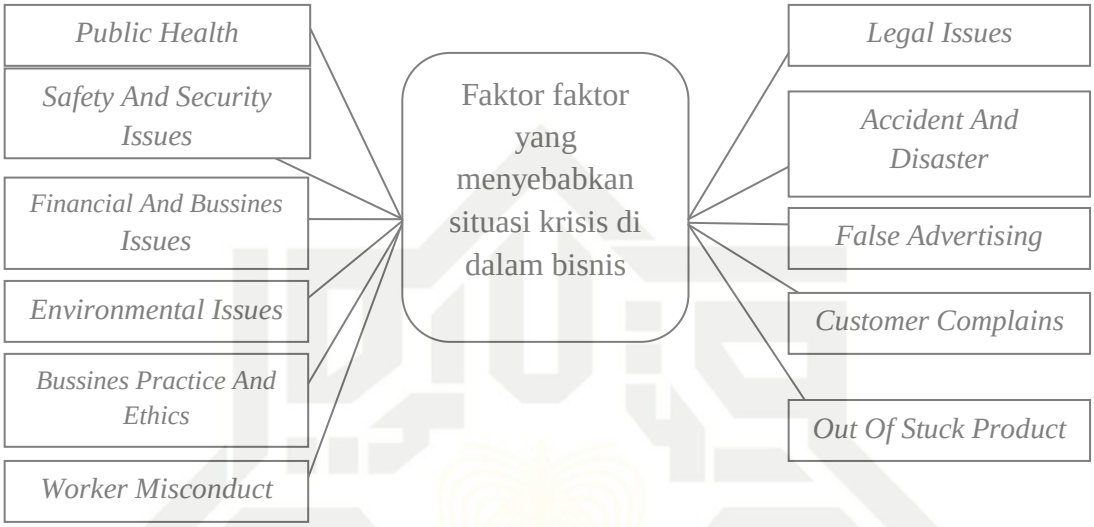
[29]Yodhia Antariksa, " *Pelajaran Bisnis Dari Kejatuhan Net TV*" https://strategimanajemen.net/2019/08/12/3-pelajaran-bisnis-dari-kasus-kejatuhan-net-tv/ (di akses pada 11/07/2021 13 : 49)

[30]Firsan Nova, *Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Menbangun Citra Dan Reputasi Peursahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 83.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.2

Faktor yang menyebabkan krisis di dalam bisnis



Dari gambar 2.2 diatas dapat di jelaskan bahwa*Public health*adalahkrisis yang terjadi karna produk perusahaan membahayakan kesehatan atau terbuat dari bahan-bahan yang dapat menimbulkan gangguan kesehatan. Contoh kasus dari krisis ini yaitu saat BPOM menemukan 27 merek sarden kalengan yang mengandung cacing di dalamnya pada tahun 2018 lalu.[31]

Safety and security issues,yaitufaktor keselamatan dan keamanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam melayani konsumennya. Contoh kasus dari krisis ini yaitu bisa dilihat pada situasi dan kondisi saat ini, di tengah pandemi seperti saat ini semua perusahaan mewajibkan karyawan dan semua orang memakai masker demi menjaga kesehatan dan keselamatan dalam ber aktivitas di tengah pandemi.

Financial and bussiness issues,yaitu krisis keuangan menyerang seperti kanker, semakin lama anda bereaksi, maka semakin parah perusahaan, semakin dekat pada kematian. Contoh kasus yang baru saja

[31]Hari Ariyanti, " *BPOM : 27 Merek Ikan Sarden Kalengan Mengandung Cacing"*https://www.merdeka.com/peristiwa/bpom-27-merek-ikan-sarden-kalengan-positif-mengandung-parasit-cacing.html(di akses 11/07/2021 16:38)

terjadi adalah supermarket Giant memutuskan untuk menutup seluruh gerai nya di Indonesia, hal ini diakibatkan persaingan yang ketat dan di tengah pandemi ini giant tidak bisa lagi berkembang.[32]

Environmental issues, adalah isu-isu lingkungan sensitif yang dilakukan oleh perusahaan tertentu dengan mengabaikan aturan yang berlaku. Selanjutnya yaitu *Bussiness practice and ethics*, dalam bisnis diperlukan etika dan kejujuran. Saat individu organisasi atau perusahaan mengabaikan etika dan kejujuran, maka krisis pasti akan terjadi.

Worker misconduct, adalah permasalahan yang terjadi dalam perusahaan yang berkaitan antara perusahaan dan karyawan. Contohnya saja seperti demo karyawan karena pekerjaan mereka tidak sebanding dengan yang mereka dapatkan. Lalu *Legal issues*,yaituketika perusahaan atau seseorang melanggar hukum, pasti akan mendapat sorotan luas dari media massa. Dan perusahaan pun aan menjadi pusat perhatian dalam beberapa waktu.

Accident and disaster, kecelakaan dapat terjadi kapan saja. Berbagai hal bisa menjadi penyebabnya, baik karna *human error* atau permasalahan teknis lainnya.*False advertising*, krisis yang terjadi ketika bentuk iklan yang dibuat perusahaan menimbulkan polemik ditengah masyarakat.*Costumer complains* , pelanggan yang tidak puas dalam pelayanan barang atau jasa dari perusahaan dan mengkomplin pada sebuah tulisan disurat kabar maka akan menimbulkan krisis. *Out of stock products*, kekurangan stok bahan produksi juga akan menyebabkan krisis dan kepanikan baik dari sisi produsen maupun konsumen.[33]

[32] Fajar febrianto "*Giant tutup Juli 2021 : Serikat pekerja 60-70 % karyawan ingin berhenti"* https://bisnis.tempo.co/read/1467759/giant-tutup-juli-2021-serikat-pekerja-60-70-persen-karyawan-ingin-berhenti (di akses 11/07/2021 17:13)

[33]Firsan Nova, *Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Menbangun Citra Dan Reputasi Peursahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 92.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Konsep Tahapan Komunikasi Krisis

Untuk tidak mengambil keputusan yang salah, maka harus bisa memahami tahapan krisis, menerapkan model manajemen krisis dan komunikasi krisis :

Tabel 2.1 Krisis dan Manajemen Krisis

Tahapan krisis	Manajemen krisis	Komunikasi krisis
Pra krisis	*Signal detection, prevention, preparation*	Membentuk pengetahuan tentang krisis (lebih bersifat internal), menyamakan persepsi di antara anggota organisasi
Krisis	Mengetahui peristiwa-peristiwa pemicu dan respons, *damage containment*	Memengaruhi perspepsi public tentang krisis, persepsi tentang organisasi dan segala upaya organisasi mengatasi krisis (*initial response dan corrective & reaction*)
Pasca krisis	*recovery, learning, follow up* informasi dengan public, kerja sama untuk investigasi, berupaya kembali normal	Memulihkan reputasi dan mengembalikan reputasi yang sempat hilang akibat krisis. (*evaluation*)

Sumber : coombs (2010) dalam Kriyantono (2012:209)

Model komunikasi krisis yang disarikan dari Coombs ini, secara umum memiliki kesamaan dengan model dari Duke & Masland, yakni *crisis preparedness* yaitu memiliki rencana komunikasi unutk antisipasi krisis; *initial respons* yaitu mengumpulan fakta-fakta, menganalisis fakta-fakta, menyampaiakn prees release, berkomunikasi dengan *key-persons*; *corrective & reaction* yakni menyesuaikan strategi komunikasi dengan situasi krisis yang sedang terjadi; dan *evaluation* yakni mengevaluasi

semua yang telah dilakukan, termasuk strategi untuk memulihkan dampak negative terhadap reputasi.[34]

b. Strategi Komunikasi Krisis

Strategi manajemen krisis disebut dengan komunikasi krisis dimana public relations ataupun humas juga harus mementingkan / memprioritaskan keselamatan masyarakatnya(publik). Karena itu, berikut prinsip-prinsip dalam strategi komunikasi krisis.[35]

Pertama, memiliki tim komunikasi, adanya tim komunikasi merupakan salah satu tindakan awal yang harus dipersiapkan dalam membangun manajemen krisis. Perencanaan dalam komunkasi krisis harus adanya koordinasi yang sejalan dan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing. Tim krisis tidak hanya mengambil di dalam organisasi, misal bisa dari pakar, konsultan eksternal yang sudah ahli di bidangnya. Tim krisis bisa saja di pimpinpin oleh kepala, CEO, pimpinan, direktur atau bisa dari manajer public relations.

Kedua, segera menghubungi media massa untuk memberikan informasi awal. Tujuannya mengurangi spekulasi khususnya di awal-awal krisis. Spekulasi yang dibiarkan akan memunculkan rumor yang memungkinkan lebih dipercaya, memengaruhi persepsi, dan dianggap sebagai kebeneran. Media massa adalah prioritas dalam komunikasi krisis, karenanya segera membentuk media center dan secepat mungkin melakukan konferensi pers. Sejak awal di usahakan komunikasi kriris dapat memberikan tiga informasi dasar, yaitu:

a) Inilah yang telah terjadi (termasuk siapa korban dan apa penyebabnya)
b) Inilah yang telah kami lakukan (untuk mengatasi masalah dan dampaknya)

[34]Rahmat Kriyantono, *Public Relations & Krisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*.

[35]Rahmat Kriyantono, *Public Relations, Issue & Crissis Management : Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Krisis & Kualitatif* (Jakarta: PT. Adhitya Adrebina Agung, 2015).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Inilah yang kami rasakan tentang peristiwa yang telah terjadi (menyatakan kesedihan, prihatin, bela sungkawa, mohon maaf terlepas salah atau benar)

Ketiga, mengumpulkan fakta-fakta dan mempersiapkan pernyataan kepada pubik. Tujuannya untuk mengurangi resiko muncul *shock*, kepanikan dan kehawatiran public; kepanikan dapat terjadi jika organisasi tidak memberikan informasi sejak awal sehhingga mmuncul spekulasi-spekulais. Fakta-fakta harus dikonfirmasi untuk memastikan tidak ada fakta palsu atau tidak ada *miscommunications*.

Keempat, melakukan Konferensi pers secara berkala yang tujuannya untuk meng*update* informasi sehingga tidak muncul kekurangan informasi serta mengurangi berita-berita atau publisitas negative di media yang akan berdampak buruk terhadap reputasi dari perusahaan.

Kelima, tidak menutup informasiterkait dengan meng-*update* informasi secara regular, organisasi tidak boleh memilih-milih informasi, informasi positif disampaikan dan yang negative disembunyikan, meskipun negative, perlu di sampaikan dan jangan ditutup-tutupi. Kuncinya adalah cara menyampaikan informasi negative ini jangan sampai membuat reputasi organisasi menurun.

Keenam,dalam menyampaikan informasi harus sangat hati-hati dan jangan sampai menimbulkan masalah-masalah baru dengan membuat situasi makin keruh. Jangan terburu-buru dalam memberikan informasi. Dalam situasi krisis, desakan media sangat besar. Namun demikian, jangan memberikan informasi sampai semua fakta atau setidaknya kita benar-benar mempunyai fakta yang valid. Terkait dengan prinsip mengutamakan kepentingan public, maka organisasi meski berpikiran bahwa krisis membawa akibat yang tidakmenyenangkan bagi public. Karena itu ucapkan kata-kata simpati/empati kepda mereka. Hindari menyalahkan pihak yang lain terlebih dahulu arena public akan mempersepsi organisasi lari dari tanggung jawab, tunggu sampai ada hasil investigasi menyeluruh terkait sumber krisis.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketujuh, komunikasi reputasi penting dilakukan dalam mengatur strategi komunikasi krisis untuk melindungi perusahaaan dari kritik-kritik spekulasi, yang biasanya muncul dari diskursus public media massa. Bersifat dapat dipercaya, keterbukaan dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan . Dengan secara berkala menyediakan dan menyebarkan informasi tentang apa yang telah, sedang, dan akan dilakukan organisasi dalam mengatasi krisis, dan informasi ini tersedia 24 jam. Strategi ini merupakan upaya komunikasi *advocacy* yaitu perusahaan berkewajiban meluruskan informasi yang salah dan menjawab kritikan. Tentu, upaya *advocacy* ini mesti didukung fakta dan teteap memperhatikan keselamatan public.

Kedelapan, memiliki sistem "*one gate communication*" atau komunikasi satu suara melalui sebuah *media center* dengan satu orang juru bicara yang dianggap dapat menyampaikan informasi dengan baik ke media. Juru bicara tidak harus CEO, biasanya praktisi public relations namun selain public relations, CEO adalah komunikator yang dianggap memiliki kredibilitas dan *news value* tinggi.

Kesembilan, menerapkan komunikasi empati, yaitu dengan cara tidak menyebut nama korban sebelum mengkonfirmasi/ mengontak anggota keluarganya. Hal ini juga untuk mencegah kesalahn identifikasi korban. Kontak juga keluarga untuk menanyakan apakan membolehkan anggota keluarga yang menjadi korban untuk diotopsi atau boleh jenazah diliput media hingga pemakaman. Meskipun krisis bukan kesalahan organisasi, katakana maaf dan keprihatinan seta kesedihan yang mendalam.

Kesepuluh, Memiiki banyak saluran komunikasi dan membuka saluran-saluran komunikasi dengan semua pihak yang terdampak oleh krisis. Sering kali terjadi kebersinggungan antara aspek komunikasi dan hukum. Komunikasi krisis mesti menggunakan pendekatan kominikasi bukan pendekatan hukum, meskipun tetap harus berkonsultasi tentang dampak hukum dari suatu peristiwa. Artinya, jangan sampai prinsip hukum mengebiri prinsip komunikasi untuk memberikan informasi kepada

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

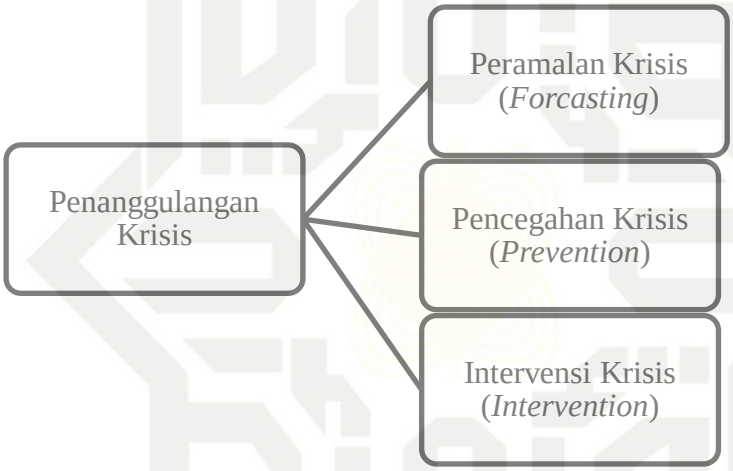
public. Beberapa studi juga membuktikan gagalnya menyediakan informasi, khususnya di saat awal terjadinya krisis, membuat krisis semakin memburuk

c. Upaya Penanggulangan Krisis

Manajemen dapat menanggulangi dengan melakukan langkah-langkah berikut ini[36] :

Gambar 2.3

Upaya Penanggulangan Krisis



Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa, peramalan krisis (*forcasting*) sebagaimana dijelaskan sebelumnya, manajemen krisis bertujuan untuk menekan faktor-faktor resiko dan faktor ketidakpastian seminimal mungkin. Setiap perusahaan menghadapi masa depan yang selalu berubah dan arah perubahannya tidak bisa diduga (*uncertainty condition*). Untuk itu peramalan terhadap krisis (*forcasting*) perlu dilakukan pada situasi pra-krisis. Hal ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan menganalisis peluang (*oppotunity*) dan ancaman (*threat*) yang terjadi.

Kemudian pencegahan krisis (*Prevention*) langkah-langkah pencegahan sebaiknya diterapkan pada situasi pra-krisis. Untuk mencegah kemungkinan terjadinya krisis. Namun, jika krisis tidak dapat dicegah,

[36]Firsan Nova, *Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Menbangun Citra Dan Reputasi Peursahaan*.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manajemen agar mengupayakan agar krisis tidak benar-benar terjadi. Untuk itu, begitu terihat tanda-tanda krisis, segera arahkan ke tahap penyelesaian.

Intervensi krisis (*Intervention*) langkah intervensi dalam situasi krisis bertujuan untuk mengakhii krisis. Pengendalian terhadap kerusakan (*damage control*) dilakukan pada tahap akut. Langkah-langkah pengendalian terhadap kerusakan diawali dengan identifikasi, isolasi atau pengucilan, membatasi (*limitation)*, menekan (*reduction)*, dan diakhiri dengan pemulihan (*recovery)*.

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang "Komunikasi Krisis PT.Silver Silk Tour dan Travel Dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh Akibat Pandemi 2020".

1. Nur Alinie Wisudani, "Manajemen Krisis *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Unit Pengolahan IV Cilacap (Studi Kasus tentang Manajemen Krisis oleh Hupmas PT. Pertamina (Persero), Surabaya, 2008. Masalah yang terjadi adalah pada pengumuman hasil audit perdana PROPER oleh KNLH Periode 2001-2003, PT. Pertamina (Persero) Unit Pengolahan IV Cilacap dan Pertamina secara keseluruhan, pemerintah mengeluarkan ancaman bagi perusahaan yang memperoleh predikat hitam sebanyak 2 kali akan dikenakan sanksi pidana.Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, serta penggunaan teknik pengumpulan data berupa *indepth interview*. Hasil dari penelitian ini adalah Hupmas UP IV Cilacap dalam manajemen krisis tersebut dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu *before the crisis, during the crisis,* dan *after crisis*.[37] Perbedaan kaijan yang peneliti lakukan dengan kajian terdahulu adalah perbedaan masalah yang di

[37]Nur Alinie Wisudani, "Manajemen Krisis Public Relations PT. Pertamina (Persero) Unit PEngolahan IV Cilacap," *Universitas Airlangga*, 2008.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kaji oleh peneliti dengan kajian terdahulu, dan juga perbedaan teori yang digunakan dalam penelitian dan perbedaan analisis kajian. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini dengan kajian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa *indepth interview*.

2. Anggelica Bella Syafira, "Manajemen Krisis PT.Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk Pekanbaru Tentang Adanya Isu Mie Instan" Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2018.PT. Indofood mengalami krisis akibat adanya isu mie instan pada media online sehingga menyebabkan krisis informasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif, pengumpulan data dengan teknik *in depth interview* (wawancara mendalam), observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Pada identifikasi krisis public relations PT. Indofood melakukannya sendiri karena krisis yang dialami yaitu krisis informasi (public relations). Public relations terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data dan fakta yang akurat terkait isu mie instan. Analisis krisis melakukan analisa pada dua faktor, faktor internal manajemen perusahaan dan faktor eksternal yaitu analisa terhadap eksternal perusahaan. dari kedua faktor tersebut yang menjadi potensi krisis lebih ke faktor eksternal perusahaan. tidak ditemukannya faktor lain krisis yang terjadi dapat disimpulakan tidak benar adanya.[38]Perbedaan dan persamaan kajian yang peneliti lakukan dengan kajian terdahulu yaituPerbedaan permasalahan dan jenis krisis yang diteliti dengan kajian terdahulu berbeda yaitu mengenai pembatalan keberangkatan haji dan umroh, teori yang digunakan peneliti dan teori yang ada pada kajian terdahulu berbeda. Pada penelitian ini peneliti membahas mengenai komunikasi krisis

[38]Angelica Bella Syafira, "Manajemen Krisis PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk Pekanbaru Tentang Adanya Isu Mie Instan," *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*, 2018.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang ada pada PT. Silver Silk Tour dan Travel tentang adanya pembatalan keberangkatan haji dan umroh akibat pandemi di tahun 2020 yang termasuk dalam golongan krisis *public relations*. Sehingga, tujuan dari penelitian inipun berbeda dengan kajian terdahulu. Namun, metode yang digunakan sama yaitu metode penelitian kualitatif.

3. Dhiepo Pratama, Deni Yanuar S.IP., M.Ikom, "Komunikasi Krisis PT. Ima Montaz Sejahtera Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan" Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 4, Nomor 4,2019. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana komunikasi krisis yang terjadi pasca pengurangan karyawan di perusahaan PT. IMA MONTAZ SEJAHTERA dan untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan reputasi PT. IMA MONTAZ SEJAHTERA pada saat pra dan pasca krisis terhadap mantan karyawan dan karyawan yang telah dipekerjakan kembali di perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara semiterstruktur dalam pengumpulan data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Situational Communication Crisis of Theory (*SCCT) Dalam pemilihan informan penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, sedangkan untuk menganalisis data, menggunakan model analisis data Miles dan Huberman.Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa PT. IMA MONTAZ SEJAHTERA telah mengatasi krisis dengan cara mengadakan sosialisasi kepada para karyawan mengenai persiapan setelah tidak bekerja dan meningkatkan reputasi dengan cara menginvestasikan beberapa mesin produksi serta menjalin kerjasama dengan mantan karyawan.[39] Perbedaan kaijan yang peneliti lakukan dengan kajian terdahulu adalah perbedaan

[39]Dhiepo Pratama and Dani Yanuar S.IP. M.IKom, "Komunikasi Krisis PT. Ima Monta Sejahtera Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan," *Jurnal Imiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 4, 4 (2019).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah yang di kaji oleh peneliti dengan kajian terdahulu dan metode pemilihan informan serta teknik wawancara yang digunakan, Sedangkan persamaan dalam penelitian ini dengan kajian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan menggunakan teori *situational crisis communication* dan analisis data model Miles dan Huberman.

4. Astri wibawanti putri, Sutopo, Andre Noevi Rahmanto, " Komunikasi krisis Kementerian Pertanian Pada Kasus Penggerebekan Gudang Beras PT. Ibu" Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.23, No.1, 2019. Studi ini meneliti tentang komunikasi krisis yang dilakukan oleh Kementerian Pertanian dilihat dari *Situational Crisis Communication Theory* menggunakan analisis isi kualitatif. Teori tersebut merupakan strategi komunikasi krisis yang menitikberatkan pada atribusi atau persepsi masyarakat terhadap organisasi. Penelitian menemukan bahwa Kementerian Pertanian cenderung menggunakan strategi *reinforcing* (memperkuat) dalam komunikasi krisisnya. Kementerian Pertanian berusaha memperkuat posisinya di mata *stakeholder* dengan mengingatkan hal-hal positif, memuji stakeholder, atau memposisikan diri sebagai korban. Selain itu, Kementerian Pertanian juga melakukan strategi *diminish* atau mengurangi tanggung jawab organisasi dengan cara meyakinkan bahwa organisasi tidak bermaksud melakukan hal-hal negatif.[40]Perbedaan kaijan yang peneliti lakukan dengan kajian terdahulu adalah perbedaan masalah yang di kaji oleh peneliti dengan kajian terdahulu dan metode pemilihan informan serta teknik wawancara yang digunakan, Sedangkan persamaan dalam penelitian ini dengan kajian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian

[40]Astri Wibawanti Putri, Sutopo, and Andre Noevi Rahmanto, "Komunikasi Krisis Kementerian Pertanian Pada Kasus Penggerebekan Gudang Beras PT. Ibu," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 1, 23 (2019).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

deskripsi kualitatif dan menggunakan teori *situational crisis communication*.

5. Dani M. Akhyar, Arum Sekar Pratiwi, " Media Sosial dan Komunikasi Krisis : Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia " Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM Vol.11. No.1.2019 . Jurnal ini membahas tentang komunikasi krisis yang terjadi dan dilakukan melalui media sosial. Teori utama dalam penelitian ini yaitu *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs (2007). Dengan menggunakan metode kualitatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan SCCT di industri telekomunikasi membutuhkan beberapa catatan khusus. Pertama, perlunya sistem penanda krisis yang peka terhadap munculnya potensi krisis. Kedua, sistem respons yang cepat tanggap karena perilaku pelanggan telekomunikasi yang cenderung kurang sabar dan cepat menyebarkan berita negatif dengan media sosial mereka.[41] Perbedaan dan persamaan kajian yang peneliti lakukan dengan kajian terdahulu yaituPerbedaan permasalahan dan jenis krisis yang diteliti dengan kajian terdahulu berbeda yaitu mengenai krisis pembatalan keberangkatan haji dan umroh,Pada penelitian ini peneliti membahas mengenai komunikasi krisis yang ada pada PT. Silver Silk Tour dan Travel tentang adanya pembatalan keberangkatan haji dan umroh akibat pandemi di tahun 2020 yang termasuk dalam golongan krisis *public relations*. Sehingga, tujuan dari penelitian inipun berbeda dengan kajian terdahulu. Namun, metode yang digunakan sama yaitu metode penelitian kualitatif dan teori *situatuional crisis communication*.

C. Konseptualisasi Variabel Penelitian

Konsep adalah istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstarak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta-fakta

[41]Dani M. Akhyar and Arum Sekar Pratiwi, "Media Sosial Dan Komunikasi Krisis," *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 1, 11 (2019).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diperoleh dari pengamatan. Menurut Kerlinger (1986:28) menyebut konsep sebagai abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Sehingga konsep merupakan sejumlah ciri atau standar umum suatu objek.[42]

Menurut Nani Darmayanti (dalam Mushlihin 2013) merupakan rumusan tentang ruang lingkup dan ciri-ciri suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan dan penelitian karya ilmiah.

Konseptualisasi variabel dalam penelitian ini menggunakan kajian teori komunikasi krisis oleh Rachmat Kriyantono yang ingin melihat bagaimana komunikasi krisis yang diterapkan PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam me respon jamaah yang batal berangkat akibat covid 19, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi krisis

Strategi manajemen krisis disebut dengan komunikasi krisis dimana public relations ataupun humas juga harus mementingkan / memprioritaskan keselamatan masyarakatnya(publik). Karena itu, berikut prinsip-prinsip dalam strategi komunikasi krisis.[43]

a. Memiliki tim komunikasi, memiliki tim komunikasi merupakan salah satu tindakan awal yang harus dipersiapkan dalam membangun manajemen krisis. Perencanaan dalam komunkasi krisis harus adanya koordinasi yang sejalan dan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing. Tim krisis tidak hanya mengambil di dalam organisasi, misal bisa dari pakar, konsultan eksternal yang sudah ahli di bidangnya. Tim krisis bisa saja di pimpinpin oleh kepala, CEO, pimpinan, direktur atau bisa dari manajer public relations.

[42] Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group 2006) hlm, 17

[43] Rahmat Kriyantono, *Public Relations, Issue & Crissis Management : Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Krisis & Kualitatif* (Jakarta: PT. Adhitya Adrebina Agung, 2015).

b. Menghubungi media massa untuk memberikan informasi awal, tujuannya untuk mengurangi spekulasi khususnya di awal-awal krisis. Spekulasi yang dibiarkan begitu saja akan memunculkan rumor yang memungkinkan lebih dipercaya, memengaruhi persepsi, dan dianggap sebagai kebeneran. Media massa adalah prioritas dalam komunikasi krisis, karenanya segera membentuk media center dan secepat mungkin melakukan konferensi pers. Sejak awal di usahakan komunikasi kriris dapat memberikan tiga informasi dasar, yaitu:

a) Inilah yang telah terjadi (termasuk siapa korban dan apa penyebabnya)

b) Inilah yang telah kami lakukan (untuk mengatasi masalah dan dampaknya)

c) Inilah yang kami rasakan tentang peristiwa yang telah terjadi (menyatakan kesedihan, prihatin, bela sungkawa, mohon maaf terlepas salah atau benar)

c. Mengumpulkan fakta-fakta dan mempersiapkan pernyataan kepada pubik. Tujuannya untuk mengurangi resiko muncul *shock*, kepanikan dan kehawatiran public; kepanikan dapat terjadi jika organisasi tidak memberikan informasi sejak awal sehhingga mmuncul spekulasi-spekulais. Fakta-fakta harus dikonfirmasi untuk memastikan tidak ada fakta palsu atau tidak ada *miscommunications.*

d. Melakukan Konferensi pers secara berkala yang tujuannya untuk meng*update* informasi sehingga tidak muncul kekurangan informasi serta mengurangi berita-berita atau publisitas negative di media yang akan berdampak buruk terhadap reputasi dari perusahaan.

e. Tidak menutup informasi terkait dengan meng-*update* informasi secara regular, organisasi tidak boleh memilih-milih informasi, meskipun informasi negative, perlu di sampaikan dan jangan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditutup-tutupi. Kuncinya adalah cara menyampaikan informasi negative ini jangan sampai membuat reputasi organisasi menurun.

f. Dalam menyampaikan informasi harus sangat hati-hati dan jangan sampai menimbulkan masalah-masalah baru dengan membuat situasi makin keruh dan jangan terburu-buru dalam memberikan informasi. Dalam situasi krisis, desakan media sangat besar, namun demikian jangan memberikan informasi sampai semua fakta atau setidaknya kita benar-benar mempunyai fakta yang valid. Terkait dengan prinsip mengutamakan kepentingan public, maka organisasi meski berpikiran bahwa krisis membawa akibat yang tidak menyenangkan bagi public.

g. Komunikasi reputasi penting dilakukan dalam mengatur strategi komunikasi krisis untuk melindungi perusahaaan dari kritik-kritik spekulasi, yang biasanya muncul dari diskursus public media massa. Bersifat dapat dipercaya, keterbukaan dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan . Dengan secara berkala menyediakan dan menyebarkan informasi tentang apa yang telah, sedang, dan akan dilakukan organisasi dalam mengatasi krisis, dan informasi ini tersedia 24 jam. Strategi ini merupakan upaya komunikasi *advocacy* yaitu perusahaan berkewajiban meluruskan informasi yang salah dan menjawab kritikan. Tentu, upaya *advocacy* ini mesti didukung fakta dan teteap memperhatikan keselamatan public.

h. Memiliki sistem "*one gate communication*" atau komunikasi satu suara melalui sebuah *media center* dengan satu orang juru bicara yang dianggap dapat menyampaikan informasi dengan baik ke media.

i. Menerapkan komunikasi empati, yaitu dengan cara tidak menyebut nama korban sebelum mengkonfirmasi/ mengontak

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anggota keluarganya. Hal ini juga untuk mencegah kesalahn identifikasi korban, meskipun krisis bukan kesalahan organisasi, katakan maaf dan keprihatinan seta kesedihan yang mendalam.

j. Memiiki banyak saluran komunikasi dan membuka saluran-saluran komunikasi dengan semua pihak yang terdampak oleh krisis. Sering kali terjadi kebersinggungan antara aspek komunikasi dan hukum. Komunikasi krisis mesti menggunakan pendekatan komunikasi bukan pendekatan hukum, meskipun tetap harus berkonsultasi tentang dampak hukum dari suatu peristiwa. Artinya, jangan sampai prinsip hukum mengebiri prinsip komunikasi untuk memberikan informasi kepada public. Saluran komunikasi ini dapat berupa :

1) Saluran tatap muka langsung, yakni Membuka pusat informasi dalam sebuah crisis centre untuk menyediakan dan mem-follow up informasi dari publik. yang batal berangkat.
2) Saluran media massa, yakni Menyediakan informasi kepada wartawan surat kabar, radio atau televisi seperti pressrelease.
3) Saluran media nirmasa, yakni Mencakup surat – menyurat, intranet, selebaran – selebaran, majalah internal atau majalah dinding.
4) Saluran media *online*, yakni media tersebut merupakan bentuk baru dari kegiatan komunikasi yaitu pengguna dapat mendeskripsikan opininya secara singkat dan didistribusikan dengan menggunakan pesan – pesan instant seperti mobile phone, email, web, facebook yang merupakan media sosial. Media sosial memiliki dua fungsi yaitu sebagai sumber informasi atas isu – isu dan opini publik. Kemudian fungsi media sosial yang ke dua adalah sebagai alat untuk mengontrol

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi mealui penyediaan informasi yang faktual, up to date, terbuka, dan respirokal yaitu informasi itu juga disebarkan di media sosial.

Tabel 2.3

Indikator Penelitian

No	Indikator	Sub-indikator
1	Memiliki tim komunikasi	- CEO - Pimpinan - Direktur - Manajer public relations
2	Menghubungi media massa	- Inilah yang terjadi (termasuk siapa korban dan apa penyebabnya) - Inilah yang telah kami lakukan (untuk mengatasi masalah dan dampaknya) - Inilah yang kami rasakan tentang peristiwa yang telah terjadi (menyatakan kesedihan, prihatin, bela sungkawa, mohon maaf terlepas salah atau benar)
3	Mengumpulkan fakta-fakta	- Mengurangi resiko muncul shock - Kepanikan - Kekhawatiran publik
4	Melakukan konferensi pers	- Mengurangi publisitas negativ di media
5	Tidak menutup informasi	- Melakukan update informasi secara regular - Tidak memilih –milih informasi yang akan di upload
6	Menyampaikan informasi dengan hati-hati	- Tidak terburu-buru dalam menyampaikan informasi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		- Mempunyai fakta yang valid
7	Komunikasi reputasi	- Melindungi perusahaan dari kritik dan spekulasi negatif dari publik
8	Memiliki sistem one gate communication	- Satu orang juru bicara - Melalui sebuah media center
9	Menerapkan komunikasi empati	- Tidak menyebutkan nama korban sebelum konfirmasi dengan keluarga - Mengatakan maaf dan keprihatinan
10	Memiliki banyak saluran komunikasi	- Saluran tatap muka langsung - Saluran media massa - Saluran media nirmassa - Saluran media online

Sumber : Strategi Komunikasi Krisis Rachmat Kriyantono

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah didefenisikan sebagai masalah yang penting.[44] Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian kualitatif, kerangka berpikir terletak pada kasus alami yang dilihat atau diamati secara langsung oleh penulis, tidak dibatasi oleh teori, variabel ataupun hipotesis. Kerangka pikir adalah narasi atau pernyataan tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.[45]

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dalam penelitian dari fakta-fakta, obseravasi dan telaah kepustakaan. Oleh karena itu kerangka berpikir memuat konsep-konsep, teori atau dalil yang dijadikan dasar dalam penelititian. Uraian dalam kerangka berpikir

[44]Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2003),128.

[45] S.Ag.,M.Pd.I, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method)*, 126.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.[46]

PT. Silver Silk Tour dan Travel berusaha mengatasi krisis yang dialaminya akibat adanya covid 19 di tahun 2020 yang bertujuan untuk mempertahankan citra dan reputasi perusahaan dimata publik ataupun jamaahnya, dengan menerapkan komunikasi krisis PT. Silver Silk terus memberikan informasi agar tidak timbul misscommunication antara perusahaan dan jamaah yang akan semakin memperkeruh krisis.

Pada penelitian ini teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori komunikasi krisis. Agar lebih jelas, berikut kerangka pikir yang peneliti buat dalam penelitian ini

[46] unaradjan, *metode penelitian kuantitatif*, 92.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.4

Kerangka Pikir

Sumber : Komunikasi Krisis menurut Rachmat kriyantono

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari gambar 2.4 tersebut dapat dijelaskan bahwa komunikasi krisis yang dilakukan oleh *public relations* pt. Silver silk tour dan travel menggunakan strategi komunikasi krisis oleh rachmat kriyantono yang mana terdapat sepuluh strategi komunikasi krisis yang di rumuskan oleh rachmat kriyantono yaitu, memiliki tim komunikasi, menghubungi media massa, mengumpulkan fakta-fakta, melakukan konferensi pers, tidak menutup informasi, menyampaikan informasi dengan hati-hati, komunikasi reputasi, memiliki sistem one gate communication, menerapkan komunikasi empati, dan memiliki banyak saluran komunikasi.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, maka jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan menggambarkan fenomena secara detail. Data tersebut dapat berasal dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan lain-lain.[47]

Dalam penelitian kualitatif, penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena-fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[48]

Pendekatan kualitatif dipilih karena melalui pendekatan ini meneliti akan mudah mendapatkan data secara mendalam mengenai bagaimana komunikasi krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam menghadapi pembatalan keberangkatan haij dan umroh selama pandemi 2020.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini di lakukan di kantor PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad, Sidomulyo timur, Pekanbaru. Serta waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah di mulai setelah dilakukannya seminar proposal pada bulan Februari hingga 3 bulan setelahnya yaitu pada bulan Mei tahun 2021.

---

[47]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pengantar Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010),22.

[48]Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005),6.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, yang digolongkan menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder.

a. Sumber data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung di Lapangan.[49] Sumber data primer bisa berbentuk pendapat objek penelitian atau orang secara induvidu atau kelompok. Maka dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah hasil langsung dari wawancara dan observasi mengenai komunikasi krisis PT. Silver Silk dalam menghadapi pembatalan keberangakatan haji dan umroh akibat covid-19.

b. Sumber data sekunder, adalah data pelengkap dan pembantu yang didapatkan untuk melengakapi data penelitian. Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk buku-buku, catatan-catatan, laporan, dokumen dan arsip-arsip serta website[50]Jadi untuk mendukung sumber data yang didapatkan dalam penelitian, maka peneliti mendapatkan data berbentuk laporan, dokumen, website dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah peneliti yakni bagaimana komunikasi krisis yang dilakukan PT. Silver Silk dalam menghadapi pembatalan keberangkatan haji dan umroh akibat covid-19.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya. Informan penelitian adalah subjek yang memahami objek penelitian sebagai pelaku maupun

[49] Soepomo, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 79

[50] Rosady Ruslan, Metode Penelitian, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 213

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang lain yang memahami objek penelitian ataupun orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian sehingga data yang dihasilkan akurat.[51]

Dalam penelitian ini yang akan menjadi *key* informannya adalah Manager PT.Silver Silk Tour & Travel yaitu Ibu Melisa Ika Putri serta informan pendukung dari bagian customer service yaitu Putri dan marketing Asmi ramadania yang memahami kegiatan yang penulis teliti**.** Hal ini di lakukan agar data dari wawancara yang di dapatkan dapat teruji kebenaran dan keabsahannya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Ulber Silalahi data diperoleh dari proses yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu.[52]Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti terhadap objek penelitiannya, misalnya dalam melakukan eksperimen. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan, pengamatan, dan lainnya.[53] Metode observasi dalam penelitian ini menggunakan observasi non partisipasi dikarenakan penulis tidak terlibat secara langsung kedalam bagian yang akan diteliti. Akan tetapi diluar dari bagian yang diteliti yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Pengamatan yang dilakukan yaitu melihat secara langsung Komunikasi PT. Silver Silk dala menghadapi krisis.

---

[51]Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT. Rosdakarya 2007),78

[52]Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2012), H. 291.

[53] Ardial, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikas*i,(Jakarta: Bumi Aksara, 2014), H. 367

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara

Merupakan cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan personil untuk mendapatkan data sesuai penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara tatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam, pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atau respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, dan bila perlu tidak ada yang disembunyikan.[54]

Wawancara ini terutama dilakukan dengan berbagai pihak yang telah dipilih sebagai informan dan sebagai sumber data yang ingin diungkap. Hal ini menggali dan memperoleh informasi yang lebih lengkap dan lebih efektif atau sesuai keadaan yang sebenarnya. Wawancara jenis ini tidak dilakukan dengan struktur mengikat, tetapi dengan pertanyaan yang semakin memfokus sehingga informasi yang dikumpulkan cukup mendalam. Keluwesan cara ini memberikan informasi yang sebenarnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian, karena penelitian dilakukan melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada. Dokumentasi bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat.[55]Metode dokumentasi dalam penelitian ini berupa data-data historis yang dimiliki oleh pihak PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru, seperti data-data dari catatan jumlah jamah PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru atau berkaitan dengan dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang dimiliki oleh PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru .

---

[54] Ardianto Elvinaro, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations,* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2011), h. 61

[55] Rachmat Kriyatono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 103

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

F. Validitas Data

Validitas adalah kapasitas daya tahan kebenaran dan kesahihannya baik menyangkut data maupun analisisnya.[56] Untuk mencapai tingkat validitas instrument penelitian, alat ukur haruslah memiliki akaurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut di gunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang di inginkan peneliti. Untuk mencapai tingkat validitas instrument penelitian, maka alat ukur yang di pakai dalam instrument juga harus memiliki tingkat validitas yang baik.[57] Untuk menilai keabsahan data kualitatif dalam analisis data, perlu melakukan triangulasi peneliti, metode, teori dan sumber data. Triangulasi adalah teknik menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya)yang tersedia dan jawaban subjek di cross-check dengan dokumen yang ada.[58]

Dalam penelitian ini untuk menguji validitas data penulis menggunakanTriangulasi Sumber, yaitu dengan membandingkan hasil data penelitian yang diperoleh dari narasumber satu, kemudian dibandingkan dengan hasil data penelitian dari narasumber lainnya, kemudian menganalisi data tersebut, mengevaluasi dan mencocokkan sehingga mendapatkan data yang beragam dan sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2007: 333-345).

---

[56]Munawar syamsudin, *Resolusi Neo-Metode Riset Komunikasi Wacana* (Yogyakarta:2013), 207

[57] Rahmat kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta:2006) ,72

[58] Burhan Bungin, *Metodologi Enelitian Kuantitatif* (Jakarta :2005), 108

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2007: 204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun Langkah-langkah tersebut sebagi berikut.

1. Reduksi data ,Reduksi data adalah penyederhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna sehingga memudahkan penarikkan kesimpulan
2. Penyajian data, Penyajian data merupakan hal yang sering digunakan pada data peneliyian kualitatif berbentuk naratif. Penyajian-penyajian data yang disajikan berupa sekumpulan informasi yang tersusun sevara sistematis dan mudah dipahami
3. Penarikan kesimpulan ,Penarikkan kesimpulan adalah tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data dan tetap mengaju pada rumusan masalah secara tujuan yang hendak dicapai atau diwujudkan. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

Jadi dari proses analisis data yang dilakukan adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi krisis yang dilakukan PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam menghadapi pembatalan keberangkatan haji dan umroh selama covid-19 di Kota Pekanbaru.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV
GAMBARAN UMUM

A. Sejarah PT.Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru

PT.silver Silk Tour Pekanbaru merupakan sebuah perusahaan yang bergerakk dibidang jasa perjalanan yang meliputi perjalanan udara, darat, dan laut.Silver silk merupakan perusahaan jasa pariwisata yang meliputi Tour & Travel., penjualan tiket pesawat (online), perjalanan wisata dalam dan luar negeri, hotel Reservation, Dll. Yang lokasinya terletak di Jln.sisimangaraja No.147 Pekanbaru, karena tidak memungkinkan maka Silver Silk pindah alamat kekantor baru yang terletak dijalan Kaharuddin Nasution No.77, Simpang Tiga Pekanbaru. Dan saat ini kantor pusat PT.Silver Silk Tour & Travel terletak di Jl.Arifin Ahmad Pekanbaru.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat di Pekanbaru merupakan dasar didirikannya PT.Silver silk, karena dinilai tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya untuk perjalanan haji dan umroh.

PT.Silver Silk tour & Travel berdiri pada tanggal 12 Januari 2001. Awalnya merupakan CV namun seiring dengan perkembangannya pada tanggal 31 Desember 2004 berubah menjadi berbadan hukum PT (Persero terbatas). PT.Silver Silk ini didirikan oleh Bapak H.Fitriyadi.SE dengan dukungan oleh tenaga profesional, menjadikan perjalanan anda lebih menyenangkan dan merasa lebih nyaman. Silver Silk berkomitmen mengutamakan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan jaa pariwisata yang menjadi unggulan perusahaan untuk perorangan, perusahaan maupun pemerintah. Karena melalui Company Profil tersebut mereka siap memberikan “pelayanan sepenuh hati”. Kelengkapan informasi menjadi jaminan pelayanan dalam seluruh bidang jasa umrah, pariwisata dalam dan luar negeri.

PT.Silver Silk Tour & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang Tour & Travel yang memfokuskan diri dalam bidang

penyelenggaraan pelayanan ibadah haji dan umrah, serta paket perjalanan lainnya. Walaupun lingkup kegiatan usaha PT.Silver Silk Tour & Travel menjual dan menyelenggarakan paket bimbingnan Umrah dan Haji Plus, PT.Silver Silk Tour & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah Haji dan Umrah mempunyai Motto "Solusi tepat untuk kualitas ibadah anda".

B. Profil PT.Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru

PT.Silver Silk Tour & Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan pariwisata yang meliputi Tur & Travel. PT.Silver silk Tour & Travel Pekanbaru ini telah memperoleh izin SK Kemenag RI (Umroh) No.D/474 Tahun 2012. Berikut penulisan paparan tentang profil dari PT. Silver Silk Rour & Travel Pekanbaru.[59]

Nama Perusahaan	: PT. Silver Silk Tour Dan Travel
Berdiri	: 12 Januari 2001
Pemilik	: H. Fitriyadi, Se (Eddy)
Izin Umrah	: 253 Tahun 2018
Izin Haji	: PHU/HK.237/2018
Sekretariat	: Jl. Arifin Ahmad
Kecamatan	: Marpoyan Damai
Kota	: Pekanbaru
Provinsi	: Riau
Email	: Silversilktour@Yahoo.Com
Telp	: (0761) 679192
Hotline	: 08117044441 / 08117044442
Motto	: Solusi Tepat Untuk Kualitas Ibadah Anda

[59]Brosur PT.Silver Silk Tour Dan Travel

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Visi Dan Misi PT. Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru

Dalam hal pencapaian suatu tujuan diperlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, dimana visi dan misi perusahaan PT.Silver silk adalah sebagai berikut:

1. **Visi**
   a. Untuk menjadikan salah satu perusahaan yang mempunyai pelayanan serta produk yang lengkap khususnya dalam bidang paket umroh, wisata dan internasional, ticketing pesawat.
   b. Menjadi Travel & Tour yang terkemuka serta mendapat kepercayaan jamaah dan masyarakat.
2. **Misi**
   a. Memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada pelanggan
   b. Memberikan kesejahteraan kepada setiap anggota perusahaan, pemegang saham, manajemen dan seluruh karyawan.
   c. Peningkatan produk Haji dan Umroh yang variatif dan berkualitas untuk kepuasan bagi setiap jamaah.
   d. Peningkatan kepercayaan jamaah dengan peningkatann kecepatan layanan dan hubungan berdasarkan kekeluargaan.
   e. Pengembangan kantor perwakilan dibanyak daerah.
   f. Memberikan keuntungan stake holder, manajemen dan karyawan.

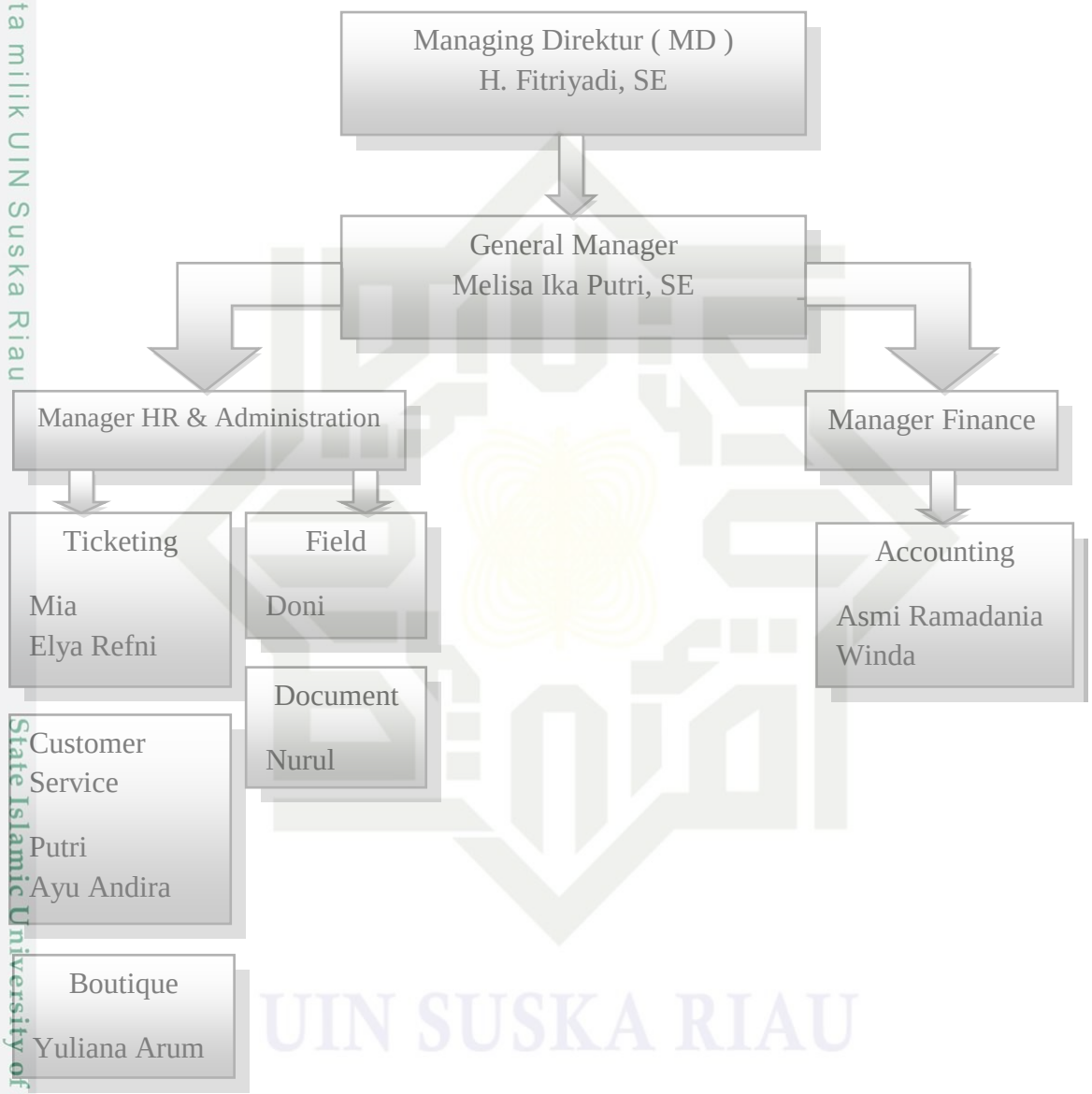
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Struktur Organisasi PT. Silver Silk Tour Dan Travel

Gambar 4.5

Struktur Organisai PT. Silver Silk Tour dan Travel



Sumber : Data Internal PT. Silver Silk Tour dan Travel

Adapun uraian tugas masing-masing tingkatan dalam struktur organisasi PT.Silver Silk Tour & Travel adalah:

1. **Direktur**
   a. Menetapkan tujuan dan kebijaksanaan perusahaan yang harus dicapai dalam periode tertentu.

b. Mengesahkan rencana kerja perusahaan dalam periode tertentu.

c. Mengawasi pelaksanaan rencana kerja secara keseluruhan.

d. Mewakili badan usaha diluar perusahaan.

e. Mengurus dan menangani kekayaan perusahaan.

2. General Manager

a. Melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan direktur.

b. Bertanggung jawab atas kemajuan dan kemunduran perusahaan

c. Menandatangani surat-surat yang bersifat prinsipil.

d. Membuatt program kerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang

e. Menjaga nama baik perusahaan

f. Bertanggung jawab dan memberikan laporan tahunan mengenai laba dan rugi kepada direktur.

3. Accounting

a. Menangani keuangan perusahaan

b. Mengatur pembukuan perusahaan

c. Bekerjasama dengan para manager di perusahaan agar perusahaan dapat beroperasi seefisien mungkin.

4. **Customer Service**

a. Menguasai dengan baik informasi mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnya kepada pelanggan.

b. Melakukan pelayanan haji dan umroh kepada pelanggan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata haji dan umrah dan mengurus dokumen-dokumen perjalanan untuk keperluan haji dan umrah.

d. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubunngan dengan haji dan umah, seperti mengecek kuota haji yang diberikan dari departemen Agama.

e. Bersedia mentaati peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

5. **Dokumen atau Visa**

a. Mendata semua kelengkapan dokumen konsumen.

b. Menyimpan semua arsip dokumen konsumen.

c. Menjaga dengan baik semua kelengkapan dokumen.

d. Membuat daftar kelengkapan dokumen konsumen.

e. Betanggung jawab atas semua kelengkapan dokumen konsumen.

6. **Ticketing dan Tour Leader**

a. Menguasai dengan baik informasi mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnya kepada pelanggan.

b. Melakukan penjualan paket-paket Tour.

c. Bertanggung jawab atas sesuatu yang berhubungan dengan tiket, seperti mengecek status ketersediaan tiket maskapai yang dibutuhkan untuk perjalanan.

d. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungn dengan pengurusan jadwal perjalanan konsumen, jumlah peserta, serta megecek status ketersediaan kamar hotel yang dituju oleh pelanggan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Melakukan pemesanan tiket terhdap maskapai penerbangan yang dilakukan oleh pelanggan.

f. Bersedia mentaati peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

E. Kantor Cabang PT. Silver Silk Tour Dan Travel

Perkembangan PT.Silver Silk Tour & Travel semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya kantor cabang PT.Silver Silk diberbagai daerah. Perkembangan tersebut disebabkan karena PT.Silver Silk semakin banyak dipercaya oleh masyarakat sebagai penyelenggara ibadah umrah yang profesional dan terpercaya, yang telah dibuktikan oleh PT.Silver Silk Tour & Travel melalui pelayanan yang mereka berikan kepada jamaah.

Tabel 4.2

Kantor Cabang PT. Silver Silk Tour Dan Travel[60]

KANTOR CABANG PT. SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL	
1.Bangkinang Jl. Jend Sudirman No.18, Bangkinang Hotline : 08117044800	**2. Tembilahan** Jl. Telaga Biru Parit 11 No.13, Tembilahan Hotline : 08117043900 / 081267338880
3. Bengkalis Jl.HR.Soebrantas Wonosari Timur, Bengkalis Hotline : 08117044222	**4. Dumai** Jl. Sultan Syarif Kasim No.309, Dumai Hotline : 08117562444
5. Bukittinggi Jl. Bypass Aurkuning, Bukittinggi Hotline : 08117044488	**6. Jambi** Jl. D.I Panjaitan NO.47, Simp. Puncak Kel. Jeluntung, Jambi Hotline : 08117044044
7. Rokan Hulu	

[60]https://silversilk.co.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jl. Tuanku Tambusai Komp. Ruko Al Hamra Blok B No.7, Rokan Hulu Hotline : 08117044949

Sumber : Brosur PT. Silver Silk Tour dan Travel

F. Persyaratan Haji Dan Umroh PT. Silver Silk Tour Dan Travel Di Masa Pandemi

Paket ibadah umroh yang ditawarkan oleh PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru saat ini berbeda dengan paket paket yang ditawarkan di tahun tahun sebelumnya,antara lain:

Tabel 4.3

Paket Ibadah Haji dan Umroh Tahun 2019 dan 2020

PERBEDAAN PAKET IBADAH HAJI DAN UMROH YANG DITAWARKAN SEBELUM MASA PANDEMI DAN SAAT MASA PANDEMI			
SEBELUM PANDEMI 2019-2020		SAAT PANDEMI 2020-2021	
UMROH	HAJI	Umroh	Haji
1. Umroh Diamond Rp. 21.950.000	1. Haji Express Rp. 195 Juta	1. Paket diamond Rp.28.899.000	1. Haji Furoda USD 16.500
2. Umroh Plus Turkey Rp. 32.950.000	2. Haji Express VIP Rp. 270 Juta	2. Paket Gold Rp. 32.899.000	2. Haji Plus USD 14.000
3. Umroh Plus Dubai Rp. 24.950.000			

Sumber : Data Internal Perusahaan PT. Silver Silk Tour dan Travel

Uang muka yang harus dibayar oleh masing-masing jamaah senilai Rp.3.000.000. Harga paket diatas tidak termasuk biaya pembuatan passport, biaya ziarah tambahan diluar program, pengeluaran pribadi (seperti telepon, laundry, dan lain-lain), biaya kelebihan bagasi dan porter (buru angkutan bagasi), biaya Rapid Antigen Test dan biaya vaksin meningitis. Harga paket tersebut termasuk:

1. Tiket Pesawat dan Bus Full Board
2. Akomodasi Selama di Tanah Suci
   a) Hotel Makkah : Doubletree, Al Fajr El Badee II

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

b) Hotel Madinah : Jewar Al Saqeefa, Rove, Diyar Al taqwa, Diyar Tabah
c) Hotel Jakarta : Ibis

3. Makan Full Board 3 Kali Sehari
4. Travel Bag + Tas sandang, air Zam-Zam 5 liter
5. Manasik Umroh 1 kali
6. Bahan baju seragam
7. Pembimbing ibadah (Mutawir)

Adapun dokumen yang harus dipenuhi oleh masing-masing jamaah umroh adalah sebagai berikut:

1. Passport asli pakai bin/binti, minimal 3 suku kata, berlaku minmal 7 bulan
2. KTP asli
3. Kartu Keluarga (Asli)
4. Surat nikah (Asli)
5. Akte Kelahiran (Asli)
6. Kartu Vaksinasi (wajib 2 kali)
7. Pas foto ukuran 4 x 6 =8 lembar dan 3x4= 4 lembar dengan ketentuan :
   a) Latar belakang putih
   b) Warna baju kontras
   c) Ukuran wajah 80%
8. Untuk jamaah yang berusia diatas 50 tahun diharuskan mengikut sertakan pendamping waktu berangkat dan membuat surat pernyataan kesehatan.

Ada beberapa ketentuan yang diberlakukan oleh PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru bagi para jamaah:

1. Apabila jamaah melakukan pembatalan maka dikenakan 25% dari harga tiket setelah pendaftaran.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apabila jamaah melakukan pembatalan setelah konfirmasi penerbangan, hotel dan visa, maka dikenakan 50% dari harga paket .
3. Apabila jamaah melakukan pembatalan menjelang 3 minggu sebelum keberangkatan, maka uang tidak akan dikembalikan.
4. Bagi jamaah perempuan yang berumur dibawah 45 tahun dan tanpa suami, maka dikenakan biaya tambahan mukhrim sebesar Rp.250.000.

G. Bank Pembayaran Biaya Perjalanan PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru

Adapun pembayaran biaya Umroh, haji plus dan tour bagi jamaah ataupun pelanggan PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru dapat dilakukan melalui rekening rupiah dibawah ini :

Tabel 4.4

Bank Pembayaran Biaya Perjalanan Haji dan Umroh

No	Daftar Bank Pembayaran Biaya Perjalanan
1.	Bank Mandiri Pekanbaru A/C No.108.000.683.1482 PT.Silver Silk Tour & Travel
2	Bank Rakyat Indonsia Pekanbaru A/C No. 2115 01000002 304 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel
3	Bank Central Asia Pekanbaru A/C No.034 1929 848 a.n PT.Silver silk Tour & Travel
4	Bank Riau Pekanbaru A/C No. 118.08.01063 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel
5	Bank Muamalat KCP Pekanbaru A/C No. 487.0000.426 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel
6	Bank BNI Pekanbaru A/C No. 006.095.5563 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel
7	Bank Permat Syariah A/C No.702.0270.20 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel
8	CIMB Syariah A/C No.510.01.001002.00.2 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel

Sumber : Data Internal Perusahaan PT. Silver Silk Tour dan Travel

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H. Kondisi PT. Silver Silk Tour dan Travel Selama Masa Pandemi

Virus corona menimbulkan banyak kepanikan dan tentu saja hal ini membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan sistem “di rumah aja”. Kebijakan ini membuat seluruh tenaga kerja terpaksa diam di rumah, dikurangi gajinya, dan beberapa perusahaan terpaksa melakukan PHK (Pemutusan Hubugan Kerja). Hal ini menunjukkan bahwa covid-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan dan pereknonomian saja, tetapi juga berdampak pada nasib tenaga kerja(Setiawan & Nurwati, 2020).

Dengan melihat kondisi seperti ini, tidak heran rasanya apabila covid-19 dikatakan sebagai sumber utama dari permasalahan ekonomi saat ini. Banyak dampak negatif yang ditimbulkan oleh makhluk mikro tersebut. Dampak covid-19 dirasakan juga oleh biro perjalanan haji dan umrah sebagai salah satu bidang bisnis yang terdampak. Banyak perusahaan merugi akibat penundaan sementara ibadah Umrah selama masa pandemi. Penundaan tersebut tentu diiringi dengan penurunan jumlah pendaftar umrah di seluruh perusahaan. Apabila penurunan pendaftar dan keuntungan terus terjadi, maka bukan tidak mungkin akan ada pengurangan karyawan untuk menstabilkan keuangan PPIU itu sendiri. Kini tinggal nasib yang menentukan akankah perusahaan tersebut bertahan atau malah menyerah pada kondisi ini.

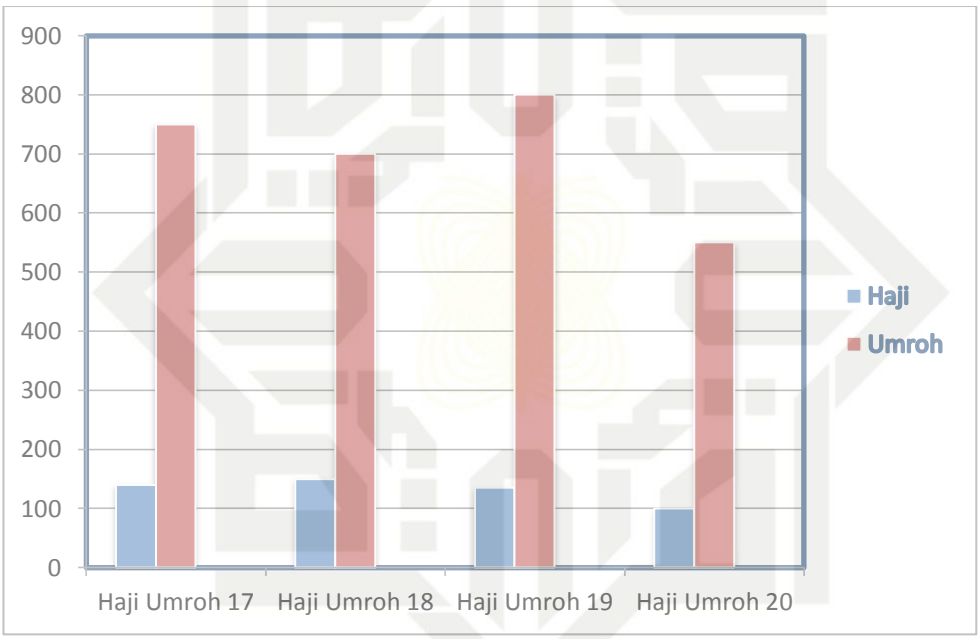
Dilansir dari skinusantara.com menyebutkan bahwa PT. Silver Silk Tour dan Travel telah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja selama masa pandemi ini kepada 19 orang karyawannya tanpa memberikan pesangon yang penuh, hal ini jelas menggambarkan kondisi PT. Silver Silk tour dan Travel pada masa pandemi saat ini. Saat ini pun hanya tinggal tersisa kurang lebih sepuluh orang karyawan tetap dan dengan menggunakan sistem kerja shift untuk mengurangi mobilitas di perusahaan.

Jumlah jemaah haji dan umroh yang berangkat dari tiap tahun ke tahun pun berbeda dengan tahun ini,biasanya PT. Silver Silk Tour dan Travel bisa memberangkatkan kurang lebih 800 jamaah umroh dan 100 jamaah haji namun di tahun 2020 ini tidak ada satu pun jamaah yang

berangkat. Selama masa pandemi ini PT. Silver Silk sudah menerima kurang lebih 18 orang calon jamah yang baru mendaftarkan dirinya karena PT. Silver Silk memberikan potongan harga yang cukup lumayan namun dengan tetap memperhatikan fasilitas yang terbaik di kelasnya, jumlah jamaah haji dan umroh dari tahun ke tahun yang di berangkatkan PT. Silver Silk Tour dan Travel dapat di lihat seperti yang di gambarkan di bawah ini

Gambar 4.6

Jamaah Haji dan Umroh PT. Silver Silk Tour dan Travel



Sumber : Data Internal Perusahaan PT. Silver Silk Tour dan Travel

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat dijelaskan bahwa setiap tahunnya PT. Sillver Silk Tour dan Travel termasuk stabil dalam memberangkatkan jamaah haji dan umroh, dapat dilihat juga pada tahun 2020 jumah jamaah haji dan umroh yang sudah mendaftar bersama PT. Silver Silk Tour dan Travel cukup banyak namun dikarenakan pandemi tidak ada satupun yang di berangkatkan. Dan pada data tahun 2020 adalah data hasil akhir dari jamaah haji yang yakin dan memutuskan untuk tetap menunggu jadwal pemberangkatan setelah Indonesia diperbolehkan memberangkatkan jamaah haji dan umroh oleh pihak Saudi Arabia.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbedaan sangat terasa dibandingkan dengan masa sebelum pandemi pada saat sebelum pandemi PT. Silver Silk Tour dan Travel cukup ramai di kunjungi oleh orang-orang yang akan mendaftar ataupun yang bertanya mengenai paket-paket umroh yang ditawarkan oleh PT. Silver Silk Tour dan Travel, namun saat masa pandemi ini PT. Silver Silk cukup sepi dan hanya memperbolehkan orang yang mengunjungi perusahaan jika sudah memilki janji terlebih dahulu.

Gambar 4.7

Suasana ruang customer service PT. Silver Silk Tour dan Travel

Seperti dilihat dari gambar 4.7 tersebut bahwa selama masa pandemi ini PT. Silver Silk Tour dan Travel terlihat sepi dan para karyawan yang tetap berada di kantor pun hanya bagian customer service untuk menunggu calon jamaah haji yang ingin komplain mengenai pembatalan keberangkatan haji dan umroh ataupun calon jamaah haji yang ingin mendaftar namun tetap harus membuat janji ataupun konfirmasi terlebih dahulu.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan pada bab sebelumnya serta berdasarkan data dan fakta yang di peroleh di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi pembatalan keberangkatan haji dan umroh selama pandemi 2020 PT. Silver Silk Tour dan Travel menggunakan strategi komunikasi krisis Rachmat Kriyantono, dari sepuluh strategi komunikasi krisis ada tujuh strategi yang di gunakan PT. Silver Silk Tour dan Travel yaitu, memiliki tim komunikasi krisis yaitu dengan membentuk tim komunikasi dengan di ketuai oleh direktur PT. Silver Silk Tour dan Travel, pengumpulan fakta-fakta yang dilakukan untuk memperkuat penyampaian informasi kepada para jamaah yang batal berangkat dengan mengumpulkan semua informasi yang di dapat baik itu dari kementerian agama Indonesia dan Arab Saudi, tidak menutup informasi yang di dapat agar tidak timbul *misscommunication* dengan menyampaikan semua informasi mengenai pembatalan yang di dapat kepada para jammaah melalui aplikasi chatting Whatsapp, menyampaikan informasi dengan hati-hati dengan selalu melakukan pengecekan ulang dan konfirmasi dengan direktur perusahaan, melakukan komunikasi reputasi dengan melakukan publikasi mengenai krisis secara berkala yang bertujuan untuk membuat para jamaah merasa PT. Silver Silk tetap terus memperhatikan jamaah sehingga meningkatkan kepercayaann jamaah kepada perusahaan ditengah krisis, melakukan komunikasi empati dengan memposisikan diri sebagai korban sehinggan para jamaah juga tidak menuntut lebih kepada perusahaan, dan menyediakan banyak saluran komunikasi yang digunakan oleh PT. Silver Silk yaitu saluran tatap muka langsung, saluran media nirmasa, dan salura media online.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Saran

Sebagai langkah terakhir dalam proses penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran ataupun masukan yang berkaitan dengan masalah yang peneliti angkat. Hal ini tentu sesuai dengan kemampuan peneliti, maka terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sarankan, yaitu:

1. Diharapkan kepada PT.Silver Silk Tour & Travel terus melakukan komunikasi kepada jamaah nya di masa covid 19 agar para jamaah terus merasa diperhatikan dan tetap menggunakan jasa travel PT.Silver Silk Tour & Travel.
2. Diharapkan kepada PT. Silver Silk Tour dan Travel agar bisa lebih maksimal lagi dalam menerapkan strategi komunikasi krisis untuk menghadapi pembatalan keberangkatan haji dan umroh sehingga bisa menggunakan seluruh strategi komunikasi krisis yang ada .
3. Diharapkan kepada PT. Silver Silk Tour dan Travel untuk terus meng update informasi-informasi terkait krisis ini kepada para jamaah yang batal berangkat
4. Dalam menyampaikan informasi melalui media diharapakn PT. Silver Silk Tour dan Travel bisa menggunakannya dengan maksimal, dan bisa menggunakan media massa seperti media-media online, dan tidak hanya menggunakan media sosial pribadi milik perusahaan saja.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Alison Theaker. *The Public Relations Handbook* .London: Routledge.2001

Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta* : Bumi Aksara,2012.

Ardianto Elvinaro. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2011.

———*Handbook of Public Relation : Pengantar Komprehensif* . Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2011)

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta : PT. Rosdakarya,2005.

———*Penelitian Kualitatif. Jakarta*: PT.Rosdakarya,2008.

Coombs, W. T, " *Parameters for Crisis Communications*". I & S. W. T. Coombs, The Handbook of Crisis Communications (s.18), UK: Blackwell Publishing, 2010.

Firsan Nova. *Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Menbangun Citra Dan Reputasi Peursahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Frank Jefkins. *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2003

Iriantara Yosal. *Manajemen Strategi PR*. Jakarta: Galla Indonesia, 2004.

Iskandar. *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kualitatif Dan Kuantitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press, 2010.

John P. Simandjuntak. *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.

Joko, Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta,2011.

Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.

Oliver,S, *Strategi Public Relations*, Jakarta : Erlangga, 2007.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rahmat Kriyantono. *Public Relations & Krisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

———. *Public Relations, Issue & Crissis Management : Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Krisis & Kualitatif*. Jakarta: PT. Adhitya Adrebina Agung, 2015.

———*Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2006.

——— *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*" Jakarta : Kencana, 18, 2014

RhenaldKasali. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT. Temprint,2000.

Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Soemirat, Soleh, and Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2003.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian : Suatu Pengantar Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Syamsudin, M. *Resolusi Neo-Metode Riset Komunikasi Wacana*. Yogyakarta,2013.

Uber Silalahi. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama,2012.

Widjaja. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.

UIN SUSKA RIAU

Sumber Jurnal :

Abdul , Dicky Z, dan Dion Darlinus, *Dampak COVID-19 terhadap Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Kota Bengkulu,*SEMJ: Sharia Economic Management Business Journal ISSN-Online: 2774-2679, Vol. 2, No. 1,Februari 2021

Akhyar, Dani M., and Arum Sekar Pratiwi. "Media Sosial Dan Komunikasi Krisis." *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 1, 11 (2019).

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Angelica Bella Syafira. "Manajemen Krisis PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk Pekanbaru Tentang Adanya Isu Mie Instan." *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*, 2018.

Coombs, T., & Schmidt, L, " *An Empirical Analysis of Image Restoration: Texaco's Racism Crisis*" Journal Of Public Relations Research, 12(2), (2000).

Falkheimer, J., & Heide, M, *" Crisis Communication in a New World*". Nordicom Review, 30(1), 55-65, (2009)

Ken Anne Kartika Suri. "Manajemen Krisis Pencemaran Lingkungan Oleh PT. Pertamina EP Asset 4 Field Cepu." *Universitas Diponegoro*, 2016.

Megya Rosetyana. "Manajemen Isu Untuk Mendapatkan Penerimaan Publik." *Universitas Atma Jaya*, 2013.

Nur Alinie Wisudani. "Manajemen Krisis Public Relations PT. Pertamina (Persero) Unit Pengolahan IV Cilacap." *Universitas Airlangga*, 2008.

Nur Solikah Putri Suni. "Kesiapsiagaan Indonesia Menghadapi Potensi Penyebaran Corona Virus Disease." *Jurnal Bidang Kesejahteraan Sosial*, 3, XII (2020).

Pratama, Dhiepo, and Dani Yanuar S.IP. M.IKom. "Komunikasi Krisis PT. Ima Monta Sejahtera Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan." *Jurnal Imiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 4, 4 (2019).

Putri, Astri Wibawanti, Sutopo, and Andre Noevi Rahmanto. "Komunikasi Krisis Kementerian Pertanian Pada Kasus Penggerebekan Gudang Beras PT. Ibu." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 1, 23 (2019).

Silviani, Irene, Inggrit Febriani, and David Cardona. "Komunikasi Krisis Dalam New Normal." *Jurnal Message Komunikasi*, 1, 9 (2020): 84.

Yunus, Nur Rohim, and Annisa Rezki. "Kebijakan Pemberlakuan Lockdown Sebagai Antisipasi Penyebaran Virus Covid-19." *Jurnal Sosial Budaya Dan Syar-i*, 3, 7 (2020): 228

Sumber Internet:

https://silversilk.co.id

Coronavirus COVID-19 Global Cases by Johns Hopskin CSSE", https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6, diakses 12 Februari 2020

Fajar febrianto "*Giant tutup Juli 2021 : Serikat pekerja 60-70 % karyawan ingin berhenti"* https://bisnis.tempo.co/read/1467759/giant-tutup-juli-2021-serikat-pekerja-60-70-persen-karyawan-ingin-berhenti (di akses 11/07/2021 17:13)

Hari Ariyanti, " *BPOM : 27 Merek Ikan Sarden Kalengan Mengandung Cacing"*https://www.merdeka.com/peristiwa/bpom-27-merek-ikan-sarden-kalengan-positif-mengandung-parasit-cacing.html(di akses 11/07/2021 16:38)

Heppy Fajrian "*Blunder Eiger, Kesalahan Brand Hadapi Konsumen yang Berulang*" https://katadata.co.id/happyfajrian/brand/6017f7da9c802/blunder-eiger-kesalahan-brand-hadapi-konsumen-yang-berulang (di akses pada 11/07/21 13 : 47)

Yodhia Antariksa, " *Pelajaran Bisnis Dari Kejatuhan Net TV*" https://strategimanajemen.net/2019/08/12/3-pelajaran-bisnis-dari-kasus-kejatuhan-net-tv/ (di akses pada 11/07/2021 13 : 49)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 1

Panduan wawancara

A. Memiliki tim komunikasi

1. Apakah perusahaan memilki tim untuk menangani krisis?
2. Siapa yang berperan penting dalam menangani krisis ini?
3. Apakah dengan menggunakan tim komunikasi krisis cukup efektif untuk menangani krisis ini?
4. Kapan tim komunikasi ini di bentuk?
5. Dimana membentuk tim komunikasi ini?
6. Bagaimana awal mula bisa terbentuknya tim ini?

B. Pengumpulan fakta

1. Apa hal yang dilakukan PT. Silver Silk Tour dan Travel untuk meminimalisir adanya kepanikan dari jamaah yang batal berangkat?
2. Bagaimana PT. Silver Silk Tour dan Travel memberikan tanggapan saat jamaah melakukan komplain dan menuntun informasi lebih?

C. Tidak menutup informasi

1. Apakah PT. Silver Silk Tour dan Travel menutup informasi mengenai krisis perusahaan kepada para jamaah?
2. Siapa yang melakukan komunikasi secara langsung dengan jamaah?

D. Menyampaikan Informasi Dengan Hati-Hati

1. Bagaimana proses penyampain informasi terkait krisis ini kepada para jamaah?
2. Apakah PT. Silver Silk melakukan cross check informasi sebelum di sampailan kepada para jamaah?

E. Komunikasi reputasi

1. Apa hal yang dilakukan PT. Silver Silk Tour dan Travel untuk mempertahanakan dan membangun reputasi ditengah krisis ini?
2. Apakah penyebaran informasi di media secara berkala cukup berpengaruh kepada reputasi perusahaan?

F. Komunikasi Empati

1. Apakah perusahaan melakukan komunikasi empati terhadap para jamaah?
2. Bagaimana PT. Silver Silk Tour dan Travel melakukannya?

G.Menyediakan banyak saluran komunikasi

1. Apa saja media yang digunakan PT. Silver Silk Tour dan Travel untuk tetap menjalin komunikasi dengan jamaah?
2. Apakah media yang digunakan tersebut cukup efektif dalam membangun komunikasi dengan jamaah?
3. Bagaimana PT. Silver Silk Tour dan Travel memperkuat silaturahmi dengan jamaah?

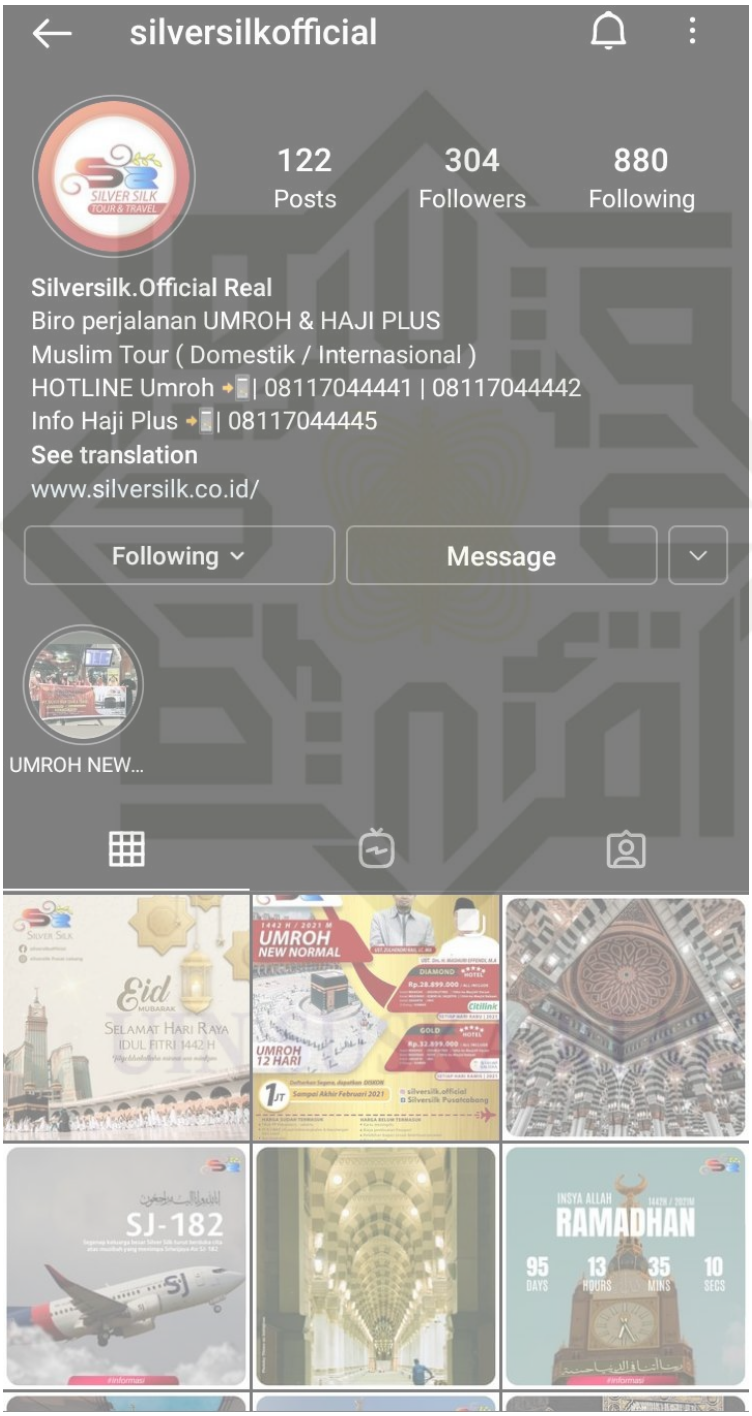
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2

Dokumentasi

Akun isntagram PT. Silver Silk Tour dan Travel



Sumber : akun instagram PT. Silver Silk Tour dan Travel

Dokumentasi dengan ibu mia dari bagian ticketing dan customer service

Dokumentasi ruangan customer service

Sumber : hasil dokumentasi penulis tahun 2020

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dokumentasi ruangan meeting dengan jamaah

Dokumentasi rak penyimpanan brosur dan berkas-berkas jamaah

Sumber : hasil dokumentasi penulis tahun 2020

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3

Surat-surat

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web: https://fdk.uin-suska.ac.id/ Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-8879/Un.04/PP.00.9/05/2020 Pekanbaru, 15 Desember 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **FRESICA ANDINI**

Kepada
Yth. **Rohayati, M.IKom.**
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **FRESICA ANDINI** NIM. **11743201267** dengan judul **"MANAJEMEN KRISIS PT.SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL DALAM MENGHADAPI PEMBATALAN PEMBERANGKATAN HAJI DAN UMROH SELAMA PANDEMI 2020"** saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan.**

Atas kesediaan dan perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :
Yth. Ketua Prodi Komunikasi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: https://fdk.uin-suska.ac.id/ Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-2981/Un.04/F.IV/PP.00.9/06/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 07 Juni 2021

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	:	**FRECISA ANDINI**
N I M	:	**11743201267**
Semester	:	**VIII (DELAPAN)**
Jurusan	:	**ILMU KOMUNIKASI**
Pekerjaan	:	**Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau**

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Komunikasi Krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam Menghadapi Pembatalan Keberangkatan Haji dan Umroh selama Pandemi 2020 ."

Adapun sumber data penelitian adalah :
PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Mahasiswa yang bersangkutan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **P E K A N B A R U**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/41568
T E N T A N G

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9//2021 Tanggal 7 Juli 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama	:	**FRESICA ANDINI**
2. NIM / KTP	:	11743201267
3. Program Studi	:	ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	**KOMUNIKASI KRISIS PT.SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL DALAM MENGHADAPI PEMBATALAN KEBERANGKATAN HAJI DAN UMROH SELAMA PANDEMI 2020**
7. Lokasi Penelitian	:	PT.SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL PEKANBARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 8 Juni 2021

Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI RIAU

Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :
1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. PIMPINAN PT.SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL PEKANBARU
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BIOGRAFI PENULIS

Fresica Andini, lahir di Selatbaru pada tanggal 03 Agustus 1999. Anak pertama dari dua bersaudara ini adalah putra dari pasangan Bapak Sukamto dan Ibu Siti Fadilah, dan saat ini penulis tinggal di Pekanbaru, Riau. Penulis pernah menempuh pendidikan dasar pada tahun 2004 di SDN 001 Bantan, Bengkalis dan lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di SMPN 3 Pekanbaru lulus pada tahun 2014 dan melanjutkan tingkat menengah atas di SMA Muhammadiyah Pekanbaru dan lulus pada tahun 2017. Setelah menyesesaikan pendidikan di bangku SMA, penulis melanjutkan pendidikan untuk Strata Satu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, di Fakultas Dakwah dan Komunikasi lalu memilih program studi Ilmu Komunikasi, tepatnya pada konsentrasi Publik Relations. Pada tahun 2020 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Jl. Ronggowarsito, Kecamatan Sukamaju,Kota Pekanbaru. Kemudian pada tahun yang sama penulis juga melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di kantor Samsat Rumbai. Penulis berhasil menyelesaikan perkuliahan Strata Satu dengan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) melalui Sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan. Demikianlah penulis mengucapkan rasa syukur yang sangat besar dan berterima kasih kepada segala pihak yang telah mendukung penulis atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **"*Komunikasi krisis PT. Silver Silk Tour dan Travel dalam menghadapi pembatalan keerangkatan haji dan umroh selama covid 19 di kota pekanbaru*"**