

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pendidikan yang semakin pesat dengan didukung image sebagai Kota Pelajar menjadikan Yogyakarta sebagai destinasi favorit bagi para generasi muda dari berbagai penjuru tanah air untuk melanjutkan pendidikan terutama pada jenjang perguruan tinggi. Jumlah mahasiswa yang semakin meningkat berperan besar dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Berbagai usaha bisnis tumbuh dan berkembang di Yogyakarta untuk mengakomodir kebutuhan para mahasiswa. Salah satu usaha bisnis yang cukup populer yaitu bisnis kuliner.

Fungsi bisnis kuliner tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan nutrisi makan dan minum namun juga memiliki fungsi rekreasi dan sosial bagi para konsumen. Warung kopi merupakan salah satu tempat bagi para konsumen untuk bersantai sekaligus bersosialisasi. Salah satu warung kopi yang cukup populer di Yogyakarta yaitu Warung Kopi Blandongan yang beralamat di Jl. Sorowajan No. 11, Banguntapan, Bantul. Warung Kopi Blandongan berdiri sejak tahun 2000 dan merupakan warung kopi pertama di Yogyakarta dengan menu utama kopi tubruk yang secara khas disajikan dengan cangkir kecil klasik (170 ml) khas Jawa Timur.¹ Setelah Warung Kopi Blandongan berdiri banyak usaha kuliner yang mengikuti jejak dengan sajian

¹ Wawancara dengan Bapak Nasruddin di Kantor Warung Kopi Blandongan pada 15 Oktober 2017.

kopi tubruk khas Jawa Timur di Yogyakarta seperti Mato, Goboex, Kopas, Grisse, Gandrung dan masih banyak yang lainnya.

Meskipun disebut dengan warung kopi, Warung Kopi Blandongan tidak hanya menjual minuman kopi, namun juga menyediakan makanan, kudapan, dan berbagai jenis minuman non alkohol lainnya. Mayoritas konsumen Warung Kopi Blandongan adalah para mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi. Sebagian besar dari mereka juga merupakan pelanggan tetap yang setiap hari menjadi pengunjung warung kopi ini. Aktifitas para pengunjung warung kopi yang didominasi oleh para mahasiswa ini bukan sekedar menikmati secangkir kopi namun cukup beragam, mulai dari sekedar ngobrol, bermain musik dan kartu, hingga diskusi-diskusi tentang ilmu pengetahuan, masalah sosial dan politik, serta agama dan budaya. Pengunjung Warung Kopi Blandongan sangat banyak, terutama antara pukul 20.00 WIB hingga 00.00 WIB jumlah pengunjung semakin meningkat. Berdasarkan pengamatan penulis, jumlah pengunjung pada *golden time* tersebut mencapai seratus orang lebih.

Secara resmi Warung Kopi Blandongan berdiri pada tanggal 17 Mei 2000. Pada awalnya Warung Kopi Blandongan berlokasi di daerah Nggatan, Condongcatur, Sleman. Pada saat itu tempat Warung Kopi Blandongan masih berupa ruko sederhana yang relatif kecil di tengah pemukiman padat penduduk. Pengunjung warung kopi ini semakin hari semakin banyak. Kapasitas tempat duduk dan parkir yang terbatas tidak lagi memadai, para pengunjung meluber hingga di tepi jalan. Ketenangan warga sekitar juga

terganggu oleh aktifitas para pengunjung yang ramai. Parkir kendaraan di pinggir jalan juga dianggap mengganggu kelancaran lalu lintas. Kondisi tersebut berakibat warung kopi ini mendapat teguran dari warga sekitar. Puncak konflik terjadi ketika sekelompok warga mendatangi Warung Kopi Blandongan dan melakukan tindakan anarkis untuk menutup warung kopi ini.

Konflik dengan warga tersebut menimbulkan krisis yang secara signifikan mengancam operasional dan eksistensi bisnis Warung Kopi Blandongan. Konflik dapat diartikan sebagai pertentangan atau perselisihan, sering konflik dinilai negatif dan merugikan padahal konflik adalah bagian proses sosial yang wajar, dan tak mungkin dihindari.² Konflik memang berpotensi besar menimbulkan krisis dalam dunia usaha, tetapi krisis yang terjadi bukan berarti akhir dari segalanya. Menurut Firsan Nova krisis dapat dianggap sebagai *turning point in history life*, yaitu suatu titik balik dalam kehidupan yang dampaknya memberikan pengaruh signifikan, ke arah negatif maupun positif, tergantung reaksi yang diperlihatkan oleh individu, kelompok, masyarakat, atau suatu bangsa.³

Muhammad Nasruddin selaku *owner* Warung Kopi Blandongan menyadari bahwa kapasitas warung yang berada di pemukiman padat penduduk tersebut memang terbatas dan tidak lagi memadai untuk menampung para pengunjung yang semakin banyak. Keramaian dan kebisingan yang ditimbulkan oleh para pengunjung merupakan konsekuensi logis dari kondisi tersebut. Di sisi lain, dari segi bisnis, ia juga tidak mungkin

² I. Komang Ardana, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Graha Ilmu. 2012. Hal. 201.

³ Firsan Nova, *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta, Grasindo. 2009. Hal. 55.

membatasi jumlah pengunjung. Dikarenakan situasi dan kondisi memang tidak memungkinkan untuk melanjutkan aktifitas bisnis di tempat tersebut maka pada tahun 2005 Warung Kopi Blandongan membuat keputusan manajemen penting dengan untuk memindahkan lokasi bisnis ke tempat yang lebih luas di Jl. Sorowajan Baru No. 11, Banguntapan, Bantul.⁴

Perpindahan lokasi Warkop Blandongan ini ternyata tidak menyurutkan jumlah pelanggan. Pengunjung Warung Kopi Blandongan di lokasi baru ini justru semakin meningkat dari waktu ke waktu. Warung Kopi Blandongan menjadikan suasana lingkungan yang sebelumnya relatif tenang menjadi semakin ramai. Tidak dapat dipungkiri bahwa suara musik, gelak tawa, dan bunyi motor para pengunjung mengganggu ketenangan warga masyarakat sekitar, khususnya pada malam hari.⁵ Pada tahun-tahun pertama memang masih sering mendapat teguran dari warga. Bahkan menurut pengakuan salah seorang pelanggan lama, pernah beberapa kali atap warung kopi Blandongan dilempar batu oleh warga ketika suara riuh para pengunjung yang terlalu keras mengganggu warga sekitar pada malam hari.⁶

Kejadian tersebut menunjukkan adanya benturan kepentingan atau konflik antara warga sekitar. Pihak warga sekitar memiliki kepentingan untuk memperoleh ketenangan sedangkan pihak Warung Kopi Blandongan memiliki kepentingan untuk meningkatkan aktifitas bisnis. Konflik di lokasi baru ini

⁴ Wawancara dengan Bapak Nasruddin di Kantor Warung Kopi Blandongan pada 15 Oktober 2017.

⁵ Wawancara dengan Bapak Nasruddin di Kantor Warung Kopi Blandongan pada 15 Oktober 2017.

⁶ Wawancara dengan pelanggan di Warung Kopi Blandongan pada 16 Oktober 2017.

menjadi signal atau tanda bahaya yang dapat mengarah pada krisis sebagaimana yang pernah dialami Warung Kopi Blandongan di lokasi lama.

Berpijak dari pengalaman sebelumnya, maka pihak manajemen Warung Kopi Blandongan melakukan berbagai upaya pendekatan untuk membangun keharmonisan hubungan dengan warga sekitar. Upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen warung kopi Blandongan ini merupakan tindakan manajemen krisis. Sebagai hasilnya, warga sekitar saat ini tidak lagi memberi teguran atau tindakan anarki dengan melempar batu. Bahkan sejak tahun 2016 Warung Kopi Blandongan telah beroperasi selama 24 jam tanpa ada komplain dari warga sekitar. Perubahan sikap warga sekitar ini menunjukkan keberhasilan manajemen krisis yang diterapkan oleh pihak Warung Kopi Blandongan.

Dari uraian diatas, menurut penulis, konflik kepentingan antara warga sekitar dengan Warung Kopi Blandongan dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk dari krisis *public relation* yaitu krisis yang terjadi dalam hubungan dengan masyarakat. Konflik dengan warga masyarakat yang pernah dialami oleh Warung Kopi Blandongan berakibat pada krisis, tetapi keberhasilan manajemen krisis Warung Kopi Blandongan menjadi bukti bahwa penanganan krisis secara tepat dapat membawa pengaruh signifikan ke arah positif. Strategi manajemen yang diterapkan oleh Warung Kopi Blandongan untuk mengatasi krisis yang timbul akibat konflik dengan warga sekitar sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut. Berpijak dari uraian tersebut maka penulis mengajukan proposal penelitian skripsi dengan judul “Strategi Manajemen

Krisis Warung Kopi Blandongan (Studi Tentang Penanganan Krisis Akibat Konflik dengan Masyarakat) Periode 2017-2018.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah penelitian ini yaitu: Bagaimana strategi manajemen krisis Warung Kopi Blandongan dalam menangani krisis akibat konflik dengan masyarakat periode 2017-2018 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengungkap dan mendeskripsikan strategi manajemen krisis Warung Kopi Blandongan dalam menangani krisis akibat konflik dengan masyarakat periode 2017-2018.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberi sumbangan bagi khazanah keilmuan dalam bidang ilmu komunikasi terutama tentang manajemen krisis.

2. Secara Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberi manfaat bagi para praktisi atau pelaku bisnis sebagai referensi dalam melakukan tindakan manajemen krisis, terutama berkaitan dengan krisis dunia usaha yang timbul akibat konflik dengan warga masyarakat.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan dilingkungan tertentu guna mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas.⁷ Lokasi yang menjadi tempat penelitian lapangan ini yaitu Warung Kopi Blandongan yang beralamat di Jl. Sorowajan Baru No. 11, Banguntapan, Bantul, D.I. Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengungkap gejala secara holistik-konseptual (secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks atau apa adanya) melalui pengumpulan data dari latar alami.⁸

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Objek Penelitian

Objek penelitian atau sasaran yang menjadi fokus dari penelitian ini yaitu strategi manajemen krisis yang diterapkan Warung

⁷ Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta. PT. Gramedia. 2002. Hal. 16.

⁸ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta. Teras. 2011. Hal. 64.

Kopi Blandongan dalam menangani konflik dengan masyarakat sekitar.

b. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah informan yang memiliki peran penting dalam memberikan informasi terkait dengan objek penelitian. Para informan sebagai subjek penelitian ini yaitu pemilik, karyawan, dan pelanggan Warung Kopi Blandongan. Pemilik (*owner*) Warung Kopi Blandongan dipilih sebagai informan penelitian ini dengan landasan pemikiran bahwa ia merupakan pembuat keputusan terkait kebijakan manajerial Warung Kopi Blandongan. Karyawan Warung Kopi Blandongan dipilih menjadi informan dengan landasan pemikiran bahwa karyawan merupakan pelaksana operasional dari keputusan manajerial dari pemilik Warung Kopi Blandongan. Pelanggan juga dipilih untuk menjadi salah satu informan mengingat pelanggan secara langsung dan tidak langsung juga terkena dampak dari setiap kebijakan manajemen Warung Kopi Blandongan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan pihak yang diwawancarai yang memberikan jawaban

atas pertanyaan itu.⁹ Dalam wawancara ini peneliti bertindak sebagai pewawancara sedangkan pihak yang diwawancarai adalah pemilik (*owner*), karyawan, dan pelanggan Warung Kopi Blandongan. Teknik wawancara ini secara umum bertujuan untuk memperoleh data primer atau data utama yang tentang masalah penelitian secara langsung dari subjek penelitian

Wawancara dengan pemilik (*owner*) Warung Kopi Blandongan terutama bertujuan untuk memperoleh berbagai informasi terkait dengan kebijakan manajemen krisis yang diterapkan Warung Kopi Blandongan dalam penanganan konflik dengan masyarakat. Wawancara dengan karyawan Warung Kopi Blandongan bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan operasional kebijakan manajemen terutama terkait dengan penerapan strategi manajemen krisis untuk menangani konflik dengan warga sekitar. Wawancara dengan pelanggan Warung Kopi Blandongan bertujuan untuk mengetahui pengalaman mereka selama menjadi pelanggan di Warung Kopi Blandongan terutama terkait dengan konflik yang terjadi dengan masyarakat.

b. Dokumentasi (*documentation*)

Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau *variable* yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar,

⁹ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rodaskarya. 2004. Hal. 135

majalah prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.¹⁰ Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data-data sekunder yang bersumber dari berbagai literatur dan dokumen yang berhubungan dengan masalah penelitian.

c. Observasi (*observation*)

Observasi adalah pengamatan langsung dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki.¹¹ Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian yaitu Warung Kopi Blandongan.

4. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah terdiri atas tiga alur kegiatan yang yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kegiatan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan rangkaian kegiatan analisis yang saling susul menyusul atau suatu proses siklus interaktif.¹² Analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi Data; yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang muncul dari pengumpulan data. Data primer dan sekunder yang diperoleh dari pengumpulan data dikaji ulang sehingga didapatkan data-data pokok yang relevan dengan masalah penelitian.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 218

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*. Yogyakarta. Andi Offset. 2004. Hal. 136

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta. 2013. Hal. 247.

- b. Penyajian Data; yaitu proses menyajikan data-data secara sistematis dalam bentuk deskripsi sesuai dengan penelitian. Dalam penyajian data ini dilakukan klasifikasi secara sistematis terhadap data-data yang telah melewati proses reduksi data. Kemudian dilakukan interpretasi terhadap data-data tersebut. Hasil interpretasi data disajikan secara deskriptif dalam bentuk tulisan.
- c. Penarikan Kesimpulan; yaitu proses untuk memperoleh jawaban dari masalah penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap. Semua data yang telah melewati proses reduksi data dan penyajian data kemudian ditelaah dengan menggunakan cara berfikir induktif, yaitu dengan menghubungkan data-data yang diperoleh untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah.

F. Kerangka Teoritis

1. Tinjauan Teoritis Tentang Konflik

Konflik dapat diartikan sebagai pertentangan atau perselisihan.¹³

Konflik merupakan pertentangan pendapat antara orang-orang, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi.¹⁴ Dalam aktivitas komunikasi sering timbul perbedaan antar masyarakat, karena proses sosialisasi dalam masyarakat ini lahir perbedaan yang mendasar dalam masyarakat. Penduduk asli merasa dirinya lebih kuat dan hebat sehingga menekan masyarakat lain sebagai pendatang di lingkungan mereka dalam kehidupan

¹³ I. Komang Ardana, *Op.cit.* Hal. 201.

¹⁴ Winardi, *Manajemen Konflik: Konflik Perubahan dan Pengembangan.* Bandung : Mandar Maju. 1994. Hal. 1.

sehari-hari. Akibat penekanan yang demikian maka konflik terhadap kegiatan komunikasi dapat timbul secara tidak langsung di masyarakat.¹⁵

Secara umum konflik mengacu pada semua bentuk benturan, tabrakan, ketidaksesuaian, ketidakserasian, pertentangan, perkelahian, oposisi, dan interaksi-interaksi antagonis yang saling bertentangan.

Secara prinsipil konflik merupakan benturan kepentingan yang berbeda antar pihak. Adanya perbedaan kepentingan dalam kehidupan sosial merupakan hal yang wajar karena tiap pribadi atau kelompok memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan ini terkadang berbenturan sehingga menimbulkan konflik.

Konflik seringkali dinilai negatif dan merugikan padahal konflik adalah bagian proses sosial yang wajar, dan tak mungkin dihindari.¹⁶ Dengan demikian konflik sebenarnya dapat dilihat dari segi positif dan negatif sebagai berikut:

- a. Dari segi positif, konflik dapat mendinamisasikan kelompok-kelompok dalam masyarakat. Konflik dapat memacu bagi terjadinya kompetisi yang sehat, orang berupaya untuk menjadi lebih baik dari yang lainnya. Konflik bisa menjadi tahap awal perubahan sosial.
- b. Dari segi negatif, konflik merupakan salah satu masalah yang perlu diatasi. Konflik yang sengit dapat memicu perselisihan dan

¹⁵ Ridwan Usman. "Konflik dalam Perspektif Komunikasi: Suatu Tinjauan Teoretis", *Mediator*, Vol 2, No. 1, 2001, Hal. 36.

¹⁶ Komang Ardana, et al, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012. Hal. 201.

permusuhan yang tajam, yang mengganggu suasana antarkelompok dalam masyarakat (Johnson, 1986).¹⁷

Konflik juga dapat dibedakan antara konflik realistik dan konflik nonrealistik. Konflik realistik merupakan suatu alat untuk suatu tujuan tertentu, yang kalau tujuan itu tercapai mungkin akan menghilangkan sebab-sebab dasar dari konflik itu. Sebaliknya, konflik nonrealistik adalah ungkapan permusuhan sebagai tujuannya sendiri (Johnson, 1990).¹⁸

Dalam penelitian ini konflik yang terjadi antara pihak Warung Kopi Blandongan dan pihak warga masyarakat sekitar menunjukkan adanya benturan kepentingan. Warung Kopi Blandongan berkepentingan untuk meningkatkan jumlah konsumennya. Konsekuensi dari kepentingan tersebut menimbulkan suara gaduh dan ramai dari para konsumen. Hal tersebut berlawanan dengan kepentingan masyarakat sekitar yang mengharapkan suasana tenang. Kondisi ini berujung pada konflik dengan antara Warung Kopi Blandongan dan warga sekitar. Konflik yang pernah terjadi mulai dari teguran hingga tindakan anarki. Konflik ini menimbulkan krisis yang mengganggu roda bisnis sehingga menjadi keniscayaan bagi Warung Kopi Blandongan untuk merumuskan dan menerapkan strategi untuk mengatasi krisis tersebut.

2. Tinjauan Teoritis tentang Manajemen Krisis

Krisis menurut Barton adalah peristiwa besar yang tak terduga yang secara potensial berdampak negatif terhadap perusahaan maupun

¹⁷ Suwandi Sumartias dan Agus Rahmat, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konflik Sosial", *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 16 No. 1, Juli 2013, Hal. 15.

¹⁸ *Ibid.*, Hal. 16.

publik. Peristiwa ini mungkin secara cukup berarti merusak organisasi, karyawan, produk, jasa yang dihasilkan organisasi, kondisi keuangan dan reputasi perusahaan.¹⁹ Krisis dapat terjadi karena persepsi publik. Krisis karena persepsi publik biasanya disebabkan karena perusahaan melakukan hal-hal yang bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat atau yang bertentangan dengan keinginan dan kepentingan publik. Saat krisis terjadi, perusahaan yang mengalaminya mungkin akan menjumpai krisis lain karena krisis yang terjadi sebelumnya tidak teratasi dengan baik. Inilah yang menyebabkan potensi kerugian menjadi berlipat ganda, baik dari segi keuangan maupun moral karyawan karena citra perusahaan yang terus memburuk.²⁰

Krisis tidak terjadi begitu saja, tetapi ada sebab dan proses bertahap hingga krisis terjadi. Mengenai penyebab timbulnya krisis, Shirivasta dan Mitroff membagi krisis ke dalam empat kategori berdasarkan penyebab krisis yang dikaitkan dengan tempat krisis. Pertama, yang terkategori dalam penyebab teknis dan ekonomis. Kedua, yang terkategori sebagai penyebab manusiawi, organisatoris dan sosial.²¹ Adapun proses tahapan terjadinya krisis menurut Steven Fink, sebagaimana dikutip oleh Rhenald Kasali, terdapat empat tahapan sebagai berikut :²²

¹⁹ I Gusti Ngurah Putra. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta. 1999. Hal. 84.

²⁰ Firsan Nova, *Op.cit.* Hal. 70.

²¹ Putra, I Gusti Ngurah, *Op.cit.* Hal. 90.

²² Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. PT. Pustaka Utama Grafisi. 1994. Hal. 227-230.

a. Tahap Prodromal

Tahap prodromal sering disebut juga *warning stage*, karena ia memberi sirene tanda bahaya mengenai simtom-simtom yang harus segera diatasi. Ada tindakan yang musti di lakukan supaya krisis tidak menjadi akut.

b. Tahap Akut

Pada tahap ini krisis sudah kelihatan dan orang menyadari krisis sudah terjadi. Pada tahap akut ini kecepatan krisis ditentukan oleh jenis krisis yang menimpa perusahaan, sedangkan intensitas krisis ditentukan oleh kompleksitas permasalahan.

c. Tahap Kronis

Pada tahap ini merupakan tahap untuk melakukan pemulihan dan analisa diri. Ini. Ada langkah-langkah yang dilakukan, seperti pergantian manajemen perusahaan, struktur perusahaan, atau perubahan nama perusahaan.

d. Tahap Resolusi (Penyembuhan)

Tahap ini adalah tahap penyembuhan (pulih kembali) dan tahap terakhir dari 4 tahap krisis. Meski bencana besar dianggap sudah berlalu, *crisis manager* tetap perlu berhati-hati, karena riset dalam kasus-kasus krisis menunjukkan bahwa krisis tidak akan berhenti begitu saja pada tahap ini.

Tahapan krisis umumnya berbentuk siklus yang akan membawa kembali keadaan semula (*prodromal stage*). Hal ini seperti pasien yang

sedang dalam proses penyembuhan (tahap resolusi) tidak dapat menahan diri, dan bila penyembuhannya tidak tuntas benar, ia akan kembali lagi ke tahap prodromal.

Krisis dapat dianggap sebagai *turning point in history life*, yaitu suatu titik balik dalam kehidupan yang dampaknya memberikan pengaruh signifikan, ke arah negatif maupun positif, tergantung reaksi yang diperlihatkan oleh individu, kelompok, masyarakat, atau suatu bangsa. Krisis dapat terjadi secara alamiah, tidak terprediksi, dan tidak selalu merupakan hal yang buruk. Krisis tidak selalu memiliki sisi negatif, tetapi juga positif. *Outcome* dari situasi krisis memberikan skor yang berimbang/sama antara yang positif (seperti yang diharapkan) dan yang negatif (yang tidak diharapkan).²³

Tindakan untuk merespon krisis merupakan bentuk dari manajemen krisis. Teori manajemen krisis umumnya didasarkan atas bagaimana menghadapi krisis (*crisis bargaining and negotiation*), membuat keputusan di saat krisis (*crisis decision making*), dan memantau perkembangan krisis (*crisis dynamics*).²⁴ Dalam menghadapi krisis, optimisme untuk menyusun langkah-langkah agar dapat keluar dari krisis merupakan modal utama. Berkaitan dengan tindakan nyata maka mekanisme lain dari krisis sering dinyatakan dengan “*zero hour*”. Artinya, tidak ada waktu untuk berdiam diri. Krisis harus segera direspon secara

²³ Firsan Nova. *Op.cit.* Hal. 55-57.

²⁴ *Ibid.*, Hal. 130.

cepat dan tepat.²⁵ Yosai Iriantara menyarankan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam mengelola krisis yaitu :²⁶

a. Identifikasi Krisis

Dalam mengidentifikasi krisis, praktisi *public relations* melakukan penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang akan digunakan untuk melakukan tindakan pada tahap berikutnya.

b. Analisis Krisis

Data dan informasi yang dikumpulkan pada tahap identifikasi krisis dianalisis sebagai dasar untuk menentukan pengambilan tindakan yang tepat.

c. Isolasi Krisis

Krisis seperti penyakit yang kadang bisa juga menular. Untuk mencegah krisis menyebar luas maka harus diisolasi, dikarantinakan sebelum tindakan serius dilakukan.

d. Pilihan Strategi

Setelah melakukan analisis dan mengisolasi krisis, penting untuk menentukan strategi mana yang akan dipergunakan. Strategi generik dalam menangani krisis ini ada tiga bentuk yaitu strategi defensif, strategi adaptif, dan strategi dinamis.

²⁵ *Ibid.*, Hal. 57.

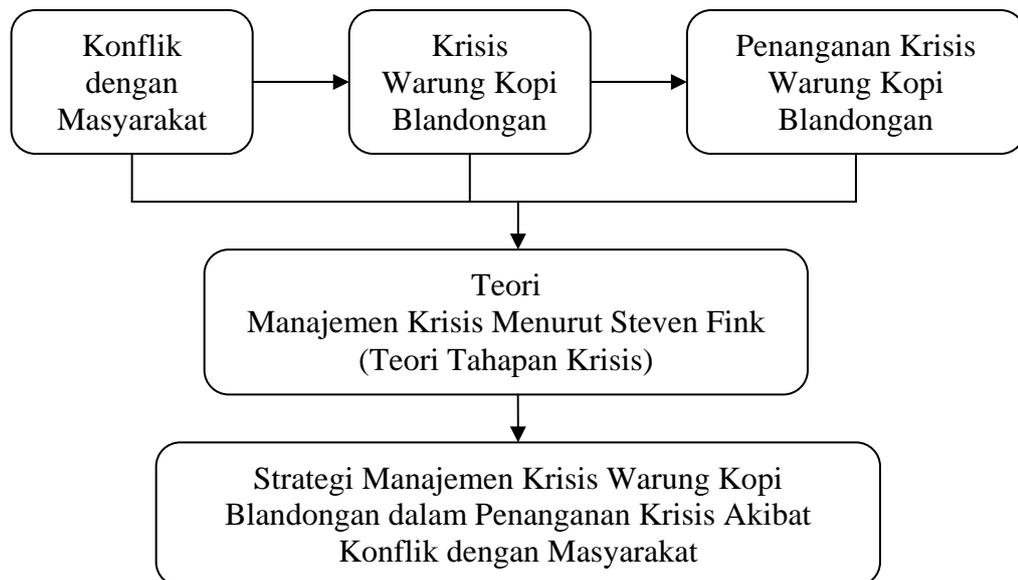
²⁶ Yosai Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004. Hal. 124.

e. Program Pengendalian

Program pengendalian adalah langkah penerapan yang dilakukan sesuai strategi generic yang dirumuskan. Program pengendalian biasanya disusun di lapangan ketika krisis telah muncul.

Dalam penelitian ini strategi yang diterapkan Warung Kopi Blandongan dalam penanganan krisis yang terjadi akibat konflik antara Warung Kopi Blandongan dengan warga masyarakat sekitar dianalisis dari perspektif teori manajemen krisis.

G. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1: Kerangka Berpikir