

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti memulai dengan cara menelaah serta mencantumkan beberapa kajian pustaka atau penelitian terdahulu yang bisa dijadikan sebagai referensi penulisan. Pada penelitian terdahulu, memiliki tujuan untuk mendapatkangambaran awal, pelengkap serta bahan perbandingan maupun acuan. Penelitian yang dipilih adalah penelitian yang sejenis dan memiliki korelasi serta relevansi dengan apa yang sedang diteliti oleh peneliti. Untuk itu, merujuk dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan adanya kesamaan judul penelitian sebelumnya, pada bagian ini peneliti menuliskan berbagai judul penelitian serta nama penulis, teori yang digunakan serta metode penelitian dan juga hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang kemudian akan dibuat perbandingan dengan penelitian yang dilakukan saat ini.

Table 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Strategi Manajem en Krisis Public	Made Widya Sekar Buana	Manajem en Krisis Rhenald Kasali	Kualitatif Deskriptif	Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa humas adalah divisi yang penting untuk

	<p>Relations PT Angkasa 1 Bandara Internasio nal Dalam Menghad api Dampak Erupsi Gunung Agung (2017)</p>		<p>dan Public Relations</p>	<p>mengatasi permasalahan dari dampak erupsi gunung agung dan terdapat beberapa strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh humas Angkasa 1 Bandara Internasional yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi krisis dan bekerjasama dengan instansi terkait. • Analisis dengan menggunakan formula 5W+1H dan mengembangkan secara sistematis, informatif dan juga deskriptif.
--	--	--	-------------------------------------	--

					<ul style="list-style-type: none"> • Tidak melakukan isolasi krisis namun melakukan eksekusi program. • Memiliki empat strategi yaitu identifikasi, eksekusi, strategi pemulihan ada di tahap krisis dan program pengendali
2.	Strategi Manajemen Krisis Public Relations Persatuan Bulutang	Fitria Puji Astutik	Teori Manajemen krisis	Kualitatif analisis deskriptif	Terdapat beberapa strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh PBTSI yaitu rapat internal, investigasi sementara dan juga melangsungkan press conference.

	kis Seluruh Indonesia (2022)				
3.	Komunka si dalam Komunik asi Kelompo k	Ririn Pus- pita Tu- tiasri, S.I.Ko m ., M.Med. Kom	Teori Komuni- kasi Kelom- pok	Kualitatif	Penelitianini menyebutkan bahwakomunikasi memiliki proses komunikasiyang jumlah partisipannyaterlibat dalam interaksi 3 sampai 20 orang (>20 orang kurang mendukung Ber - langsungnya interaksi dan juga perkembangan kelompok memiliki empat tahap perkembangan : <ul style="list-style-type: none"> • Forming • Storming • Norming • Performing

4.	Pola Komunikasi Kelompok Dalam Memproduksi Film di Pekanbaru	Ayu Septika Dewi	Teori fungsional Komunikasi Kelompok	Kualitatif Deskriptif	<p>Hasil observasi yang dilakukan peneliti, bahwa komunikasi yang dilakukan oleh komunitas pecinta film Pekanbaru menyebutkan bahwa tidak butuh anggota yang memiliki sikap yang sama, namun memiliki sebuah ketergantungan satu sama lain. Komunikasi yang digunakan dalam komunikasi kelompok ini adalah komunikasi terbuka di mana setiap anggota bisa berkomunikasi tanpa batas dan tidak mempunyai pimpinan. dan juga terdapat</p>
----	--	------------------	--------------------------------------	-----------------------	---

					Hambatan dalam menyampaikan komunikasi kelompok yaitu seperti misalnya faktir kesibukan individu, takut berpendapat
5.	Efektivitas Komunikasi Kelompok Dalam Mempengaruhi Konsep Diri SMA Negeri Kota Jambi (2021)	Ulil Amri	Komunikasi kelompok dan konsep diri	Kualitatif Deskriptif	Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa siswayang bergabung dalamkepengurusan, OSIS memiliki perubahan kosepdiri dan menjadi lebih percaya diri dibanding siswa yang tidak mengikuti kepengurusan OSIS, hal ini turut dipengaruhi oleh adanya aktivitas kelompokdan juga komunikasi kelompok yang mampu memunculkan konsep

					diri yang positif, hal ini ditandaidengan adanya rasa kekeluargaan respect, motivasi.
--	--	--	--	--	---

Sumber : Data Peneliti 2022

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas, terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini, yaitu :

A. Penelitian yang berjudul “Strategi Manajemen Krisis Manajemen PT Angkasa 1 Bandara Internasional Dalam Menghadapi Dampak Erupsi Gunung Agung” oleh Made Widya Sekar.

- Persamaan : penggunaan teori anatomi Manajemen Krisis Steven Fink
- Perbedaan : pada penelitian terdahulu lebih terfokus pada teori public relations dan juga manajemen krisis sedangkan penelitian ini terfokus pada teori komunikasi kelompok dan juga manajemen krisis.

B. Penelitian yang berjudul “Strategi Manajemen Krisis Public Relations Persatuan Bulutangkis Indonesia” oleh Fitria Puji Astutik.

- Persamaan : terfokus pada penyelesaian masalah yang ada atau manajemen krisis.
- Perbedaan : hanya menggunakan teori manajemen krisis stevenfink.

C. Penelitian yang berjudul “Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok”

oleh Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom :

- Persamaan : penggunaan teori yang dipakai adalah teori komunikasi kelompok.
- Perbedaan : pada penelitian terdahulu membahas dan memberikan penjelasan mengenai teori komunikasi kelompok, sedangkan pada penelitian ini akan menunjukkan implementasi dari teori komunikasi kelompok.

D. Penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Kelompok Dalam Memproduksi Film di Pekan Baru” oleh Ayu Septika Dewi.

- Persamaan : membahas tentang teori komunikasi kelompok yang mampu membantu setiap anggotanya untuk tetap konsisten pada tujuan yang ingin dicapai meski memiliki persepsi yang berbeda – beda.
- Perbedaan : dalam penelitian terdahulu, hanya memakai satu teori yaitu teori komunikasi kelompok, berbeda dengan penelitian ini, penulis turut mencantumkan teori manajemen krisis dan juga korelasi antara manajemen krisis dengan teori komunikasi kelompok.

E. Penelitian yang berjudul “Efektivitas Komunikasi Kelompok Dalam Mempengaruhi Konsep Diri Siswa SMA Negeri 1 Kota Jambi” oleh Ulil Amri.

- Persamaan : memiliki kesamaan dalam konsep teori komunikasi kelompok dan membahas mengenai perubahan sikap yang didapat

dari komunikasi kelompok.

- Perbedaan : teori komunikasi kelompok pada penelitian terdahulu digunakan sebagai penilaian terhadap sesuatu hal yang sudah terjadi, sementara penelitian ini digunakan untuk membentuk suatu hal yang belum terjadi.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Manajemen

Ada banyak definisi mengenai manajemen, secara umum manajemen adalah seni dalam ilmu pengorganisasian dengan cara menyusun dan mengelompokkan sesuai dengan rencana dan bagiannya. Namun secara etimologis, arti dari manajemen adalah seni dalam melaksanakan dan mengatur⁴.

Menurut Handoko manajemen ialah proses perencanaan, pengarahan dan pengawasan usaha – usaha anggota organisasi agar mencapai tujuan yang telah ditentukan⁵. Teori dari Handoko ini berkorelasi dengan Ricky W. Griffin, yang mengatakan bahwa proses perencanaan, pengorganisasian, pengelompokan sumber daya agar lebih efisien adalah manajemen.

Sedangkan Sutikno memberikan suatu kesimpulan mengenai pengertian manajemen bahwa Manajemen adalah

⁴ Juliansyah “Noor, Penelitian ilmu Manajemen” Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Tahun 2013, Hal : 01

⁵ T. Hani Handoko “ Pengantar Manajemen Karangan T.Hani Handoko” Bab 1

serangkaian kegiatan yang merencanakan dan mengembangkan segala upayadidalam mengatur sumber daya yang ada⁶.

Selain itu Henri Fayol mengelompokan juga memperkenalkan 14 prinsip manajemen sebagai aturan yang mendasar atau fundamental, yaitu⁷ :

- 1) *Divisi Pekerjaan*, hal ini diperlukan karena untuk mengefisiensikan pemanfaatan kinerja sumber daya yang ada.
- 2) *Wewenang serta Tanggung Jawab*, Fayol memiliki anggapan bahwa kombinasi dari otoritas resmi yang berasal dari posisi resmi dan diperkuat dengan pengalaman, kecerdasan dan nilai moral.
- 3) *Disiplin*, dalam bukunya Fayol menyatakan bahwa disiplin juga membutuhkan atasan yang baik dari semua tingkatan.
- 4) *Persatuan Komando*, ialah prinsip yang menyarankan karyawanharus menerima perintah satu saja.
- 5) *Kesatuan Pengarahan*, tertulis di dalam bukunya prinsip kesatuan pengarahan menyiratkan bahwa setiap kelompok kegiatan memiliki beberapa tujuan yang memiliki satu kepala dan satu rencana.

⁶ Indah Kusuma Pradini, Siti Rochanah “Manajemen Mutu Dalam Upaya Peningkatan Prestasi Sekolah” Studi di SDN Tanah Tinggi 3 Kota Tangerang dan SD Islam Al-Ikhlash Kota Tangerang, Tahun 2016, Hal : 04

⁷ Modul Manajemen dan Organisasi UT “Pemikiran, Konsep dan Doktrin Keilmuan SumbanganHenri Fayol Terhadap Dunia Manajemen” Hal : 05

6) *Sub-ordinasi Kepentingan Individu dengan Kepentingan Bersama*, yaitu dengan mengutamakan kepentingan bersama dibanding kepentingan individu.

7) *Remunerasi Personil*, ialah memberikan kepuasan yang maksimum pada karyawan dan pengusaha.

8) *Sentralisasi*, prinsip Fayol mengacu pada sejauh mana otoritas terkonsentrasi atau tersebar dalam perusahaan.

9) *Rantai Skalar*, Fayol memiliki anggapan bahwa rantai saklar sebagai garis otoritas, rantai atasan dari tingkat tinggi ke terendah.

10) *Ketertiban*, dalam prinsip ini mengacu ke pengaturan hal – hal dan orang – orang dalam suatu organisasi.

11) *Kesetaraan*, faktor ini menekankan keadilan antara manajer dengan bawahannya.

12) *Stabilitas Kepemilikan Personalia*, Fayol menyebutkan bahwa adanya efek buruk apabila keuangan dari biaya pergantian yang tidak perlu.

13) *Inisiatif*, yaitu memahami proses berpikir dalam melaksanakan rencana dan juga mengorbankan ego seorang atasan untuk membiarkan bawahan untuk ikut andil dalam melakukan kegiatan.

14) *Semangat Kerjasama*, Fayol menekankan bahwa pentingnya kerjasama antar tim dan juga komunikasi yang baik.

Selain itu manajemen diuraikan menurut Follet sebagai seni, dan Stoner mengatakan jika manajemen ialah proses. Yang bila disimpulkan, manajemen adalah seni yang mengindikasikan sebuah keterampilan khusus untuk merangkai sesuatu secara detail dan terperinci.

Dengan mempelajari teori manajemen maka akan mempermudah dalam membentuk suatu pandangan mengenai organisasi maupun lingkungan dan juga mengenai asumsi – asumsi lingkungan sosial, ekonomi, politik dan juga kekuatan teknologi yang ada di waktu tertentu. Di lain sisi mempelajari teori manajemen juga akan memberi petunjuk mengenai perilaku dari sebuah organisasi dan juga manusia.

Dalam sejarah teori – teori manajemen berkembang dan memiliki sifat yang evolusioner yang terbentuk dari pemikiran sederhana sehingga mencapai kompleksitasnya di masa sekarang.

2.2.2 Krisis

Krisis yang berasal dari bahasa Yunani *krisis (xpion)*, yang artinya adalah keputusan, dan ketika terjadinya krisis perusahaan harus memutuskan sebuah keputusan tentang apa yang akan dilakukan kedepannya.

Definisi krisis oleh Duke dan Masland dan juga Kouzmin, menekankan bahwa krisis adalah situasi yang menyebabkan

kerusakan kerusakan fisik dan non fisik, seperti peristiwa yang membahayakan jiwa manusia dan juga merusak sistem organisasi serta lingkungan secara keseluruhan khususnya bagi korban⁸.

Penjelasan lainnya mengenai krisis yaitu menurut Borodzics adalah krisis lebih dari sekedar situasi darurat, meski darurat dan krisis memiliki kemiripan karena sama – sama membutuhkan respon yang cepat serta sistematis. Namun situasi emergency diartikan sebagai situasi yang membahayakan dan dapat dihadapi dengan menggunakan prosedur dan mekanisme yang normal, sehingga penyebab dan akibat ditimbulkannya bisa dapat diprediksi.

Krisis bisa terjadi di mana saja dan kapan saja entah itu pada individu maupun organisasi, baik organisasi kecil maupun organisasi besar. Berbeda dengan krisis berskala nasional, krisis nasional akan mengarah pada bencana alam seperti misalnya banjir, longsor, tsunami. Dalam bisnis krisis terjadi ketika nilai penjualan jatuh dan keuntungan berkurang⁹

⁸ Rachmat, Kritantono, *Public Relations Crisis Management*, Jakarta: Kencana Prenada MediaGroup, 2012, Hal : 172

⁹ Keith, Butterick, *Pengantar Public Relations : Teori dan Praktik*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012 Hal :72

Krisis dapat terjadi melalui beberapa peristiwa, sesuai dengan kejadiannya, Jenis krisis dapat di golongkan antara lain¹⁰ :

- 1) Kecelakaan industry
- 2) Masalah lingkungan
- 3) Masalah perburuhan
- 4) Masalah produk
- 5) Peraturan pemerintah

Dalam krisis Klinik Narini Medical Aesthetic hadapi adalah masalah lingkungan dan juga pemerintahan

Seorang konsultan krisis terkenal dari Amerika Steven Fink membuat konsep anatomi krisis. Fink mendeskripsikan krisis layaknya penyakit yang menyerang manusia, kemudian membagi tahapan krisis sesuai dengan terminologi dari kedokteran yang dipakai untuk melihat stadium penyakit yang menyerang organisasi atau kelompok¹¹.

a) *Tahap pradomal*

Ialah tahap yang sering disebut dengan warning stage karena memberikan tanda – tanda bahaya internal yang harus segera diatasi. Apabila pihak manajemen gagal dalam memahami tanda – tanda krisis ini, kemungkinan

¹⁰ Soleh, Soremirat, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004, Hal :182

¹¹ Suharyati, "Analisis Krisis Pada Organisasi Berdasarkan Model Anatomi Krisis dan Perspektif Public Relations" *Journal Communications Spectrum*, Vol.2 No. 2 Tahun 2013, Hal : 168

besar tanda – tanda ini akan bergeser menjadi tahapan krisis yang lebih serius.

b) Tahap Akut

Ialah tahap dimana krisis benar – benar terjadi dan menyebabkan kepanikan yang dramatis karena gejala yang terjadi sudah semakin jelas dan tingkat bahaya sudah semakin meningkat, kerusakan mulai terjadi, reaksi mulai dialami, dan juga isu – isu akan cepat menyebar luas. Jika sudah seperti ini, organisasi maupun perusahaan akan bergantung pada pihak internal guna menyelesaikan masalah yang terjadi. Jika pihak internal gagal dalam menyelesaikan tugasnya di tahap ini krisis akan masuk ke dalam tahap kronik.

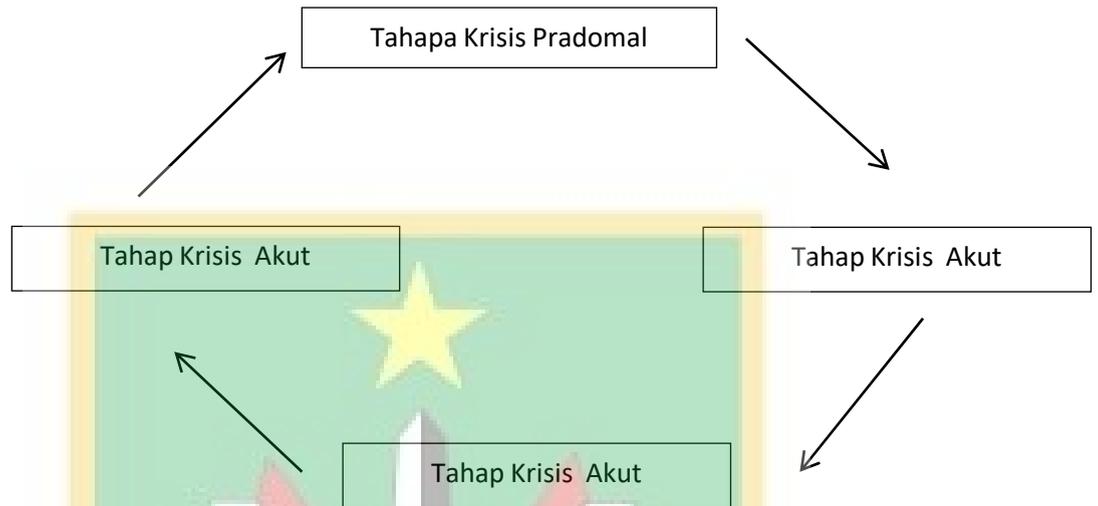
c) Tahap Kronik

Ditahap ini sering juga disebut dengan tahap recovery atay self analysis. Dalam perusahaan, tahap ini ditandai dengan adanya perubahan structural baik dari manajemen, penggantian pemilik atau bahkan menambahkan nama – nama baru dalam perusahaan.

d) Tahap Resolusi

Pada tahap ini perusahaan sudah kembali pulih dan perusahaanakan melakukan riset

dalam kasus – kasus krisis, guna menunjukkan bahwa krisis tidak akan berhenti begitu saja setelah berhasil diatasi.



Gambar2.2 Tahapan Krisis

Sumber : Analisis Organisasi Anatomi Krisis dan Perspektif PR

Apapun penyebabnya, membiarkan krisis bukanlah hal yang benar dan harus segera dicari solusinya. Dan menurut Rosady Ruslan suatu organisasi bisa menimbulkan resiko seperti¹² :

1. Masalah semakin banyak.
2. Publik mulai menyoroti perusahaan namun dengan citra yangburuk disebarkan lewat mulut ke mulut.
3. Mengganggu kegiatan dan aktivitas dari sehari – hari.
4. Merusak sistem kerja dan etos kerja perusahaan.

¹² Andi Nirmalasari “Manajemen Krisis Dalam Public Relations : Analisis Meta – sintesis AktivismeOnline” Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol.24 No.2 Tahun 2020, Hal : 109

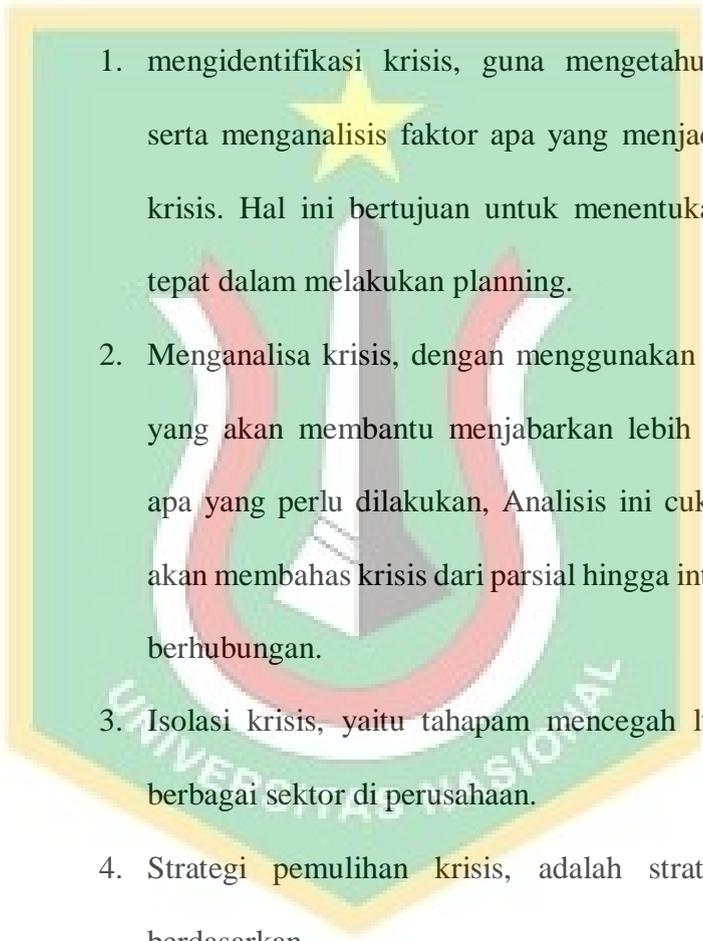
5. Masyarakat ikut merasa panic.
6. Pemerintah juga ikut serta dalam mengatasi masalah yang timbul.
7. Memiliki dampak yang cukup besar bagi masyarakat dan perusahaan.
8. Penyebaran dampak dengan cepat meluas.

Selain itu terdapat tipe – tipe krisis yang berdasarkan waktu seperti misalnya *Immediate Crisis* atau krisis yang bersidat segera karena terjadinya secara tiba – tiba dan tidak terduga, yang menyebabkan perusahaan tidak memiliki waktu untuk melakukan riset tentang masalah yang akan datang. Biasanya ini terjadi seperti adanya bencana alam.

Selanjutnya ada *Emerging Crisis* , dalam krisis ini tentu membutuhkan praktisi dari Public Relations guna meneliti krisisnya sebelum terjadi ledakan krisis yang menyebabkan perusahaan bangkrut. Contoh dari tipe krisis ini adalah penyalahgunaan jabatan dan korupsi.

Kemudian ada *Sustained Crisis*, tipe ini adalah tipe krisis yang sudah berlalu namun masih saja sering terungkit dan muncul dalam kurun waktu tertentu. Contohnya adalah mengenai rumor yang bersangkutan dengan perusahaan maupun organisasi.

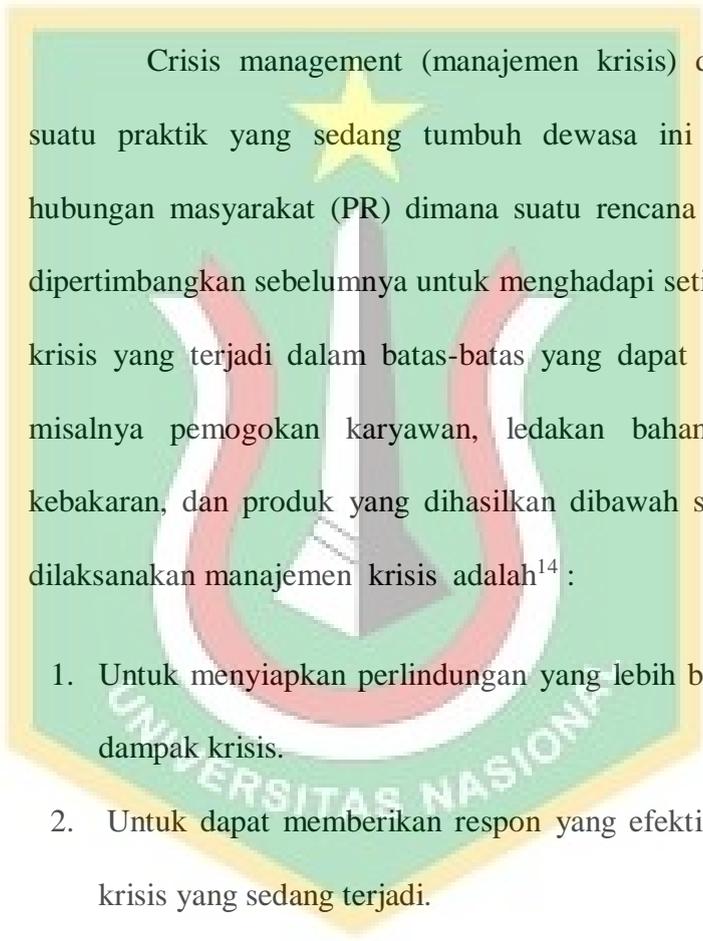
Selain itu menurut dalam melakukan manajemen krisis tentu harus ditanggapi secara serius untuk mencegah meluasnya krisis dengan menerapkan strategi yang tepat. Penetapan strategi didasarkan oleh analisis serta menentukan pengelolaan pada situasi krisis yang tepat. Seorang ahli Rhenald Kasali menjabarkan cara mengelola krisis sebagai berikut :

- 
1. mengidentifikasi krisis, guna mengetahui permasalahan serta menganalisis faktor apa yang menjadi penyebab dari krisis. Hal ini bertujuan untuk menentukan langkah yang tepat dalam melakukan planning.
 2. Menganalisa krisis, dengan menggunakan formula 5W+1H yang akan membantu menjabarkan lebih dalam mengenai apa yang perlu dilakukan, Analisis ini cukup detail karena akan membahas krisis dari parsial hingga integra yang saling berhubungan.
 3. Isolasi krisis, yaitu tahapam mencegah luasnya krisis ke berbagai sektor di perusahaan.
 4. Strategi pemulihan krisis, adalah strategi paca krisis berdasarkan.

2.2.3 Manajemen Krisis

Dalam menyelesaikan krisis yang terjadi di sebuah komunitas, organisasi ataupun kelompok dibutuhkan segala perhitungan agar penyelesaian masalah tersebut tidak menimbulkan

kekacauan yang lain atau masalah baru, salah satu cara untuk membantu mengatasi krisis adalah dengan menggunakan strategi manajemen krisis, dalam penetapan strategi didasarkan atas identifikasi dan analisis situasi, Rhenald Kasali menjabarkan strategi dalam mengelola krisis¹³.



Crisis management (manajemen krisis) diartikan sebagai suatu praktik yang sedang tumbuh dewasa ini dalam kegiatan hubungan masyarakat (PR) dimana suatu rencana yang rinci telah dipertimbangkan sebelumnya untuk menghadapi setiap kemungkinan krisis yang terjadi dalam batas-batas yang dapat dipahami seperti misalnya pemogokan karyawan, ledakan bahan kimia, pabrik kebakaran, dan produk yang dihasilkan dibawah standar. Perlunya dilaksanakan manajemen krisis adalah¹⁴ :

1. Untuk menyiapkan perlindungan yang lebih baik melawan dampak krisis.
2. Untuk dapat memberikan respon yang efektif terhadap suatu krisis yang sedang terjadi.
3. Untuk memberikan rencana- rencana dan sumber-sumber untuk penyembuhan dan rehabilitasi setelah krisis terjadi :

✓ Mengidentifikasi krisis, yang merupakan langkah awal

¹³ Made Widya Sekarbuana “Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali dalam Menghadapi Dampak Erupsi Gunung Agung” Tahun: 2017, Hal: 05

¹⁴ Ita Suryani, Asriyani Sagiyanto, “Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT Blue Bird Group” Journal Comunication, Vol.9 No.1 Tahun:2018, Hal: 104

untuk mengetahui permasalahan dengan melihat faktor apa yang menyebabkan krisis terjadi

- ✓ Menganalisis krisis, pengembangan dari proses identifikasi dengan bantuan formula 5W+1H untuk menjabarkan penyebab krisis

- ✓ Mengisolasi krisis, merupakan tahapan pencegahan meluasnya krisis ke berbagai sektor di perusahaan, maka krisis perlu di karantina dengan melihat jangka waktu terjadinya krisis.

Strategi pemulihan krisis, ialah strategi lanjutan dalam menghadapi daur hidup krisis berdasarkan analisa yang telah dilakukan sebelumnya, yang tertuang dalam tiga strategi generik yaitu :

- Strategi Defensif, dengan mengulur waktu untuk bertahan kuat, tidak melakukan apa apa, dan membentengi diri dengan kuat
- Strategi Adaptif, dengan mengubah kebijakan dan memodifikasi operasional dan kompromi.
- Strategi Dinamis, sifatnya besar - besaran karena mampu mengubah profil dan karakter perusahaan.
- Program pengendali, merupakan langkah penerapan



menuju strategi generik yang telah dirumuskan¹⁵.

Dalam kasus Strategi Manajemen Krisis Klinik Narini Medical Aesthetic, menggunakan strategi adaptif, yaitu dengan mengubah kebijakan dan juga memodifikasi operasional. manajemen krisis tidak sekedar memiliki petunjuk manual tetapi juga memiliki kemampuan untuk berhadapan dengan sesuatu yang tidak terduga tersebut (krisis) dengan cepat dan respon yang efektif. Pada kenyataannya, memiliki kemampuan untuk berhadapan dengan sesuatu yang tidak terduga tersebut (krisis) dengan cepat dan respon yang efektif. Pada kenyataannya, memiliki sebuah petunjuk yang kaku, justru akan membuat mati kutu.

2.2.4 Teori Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia bisa berhubungan satu sama lain dengan. Biasanya komunikasi juga dilakukan melalui dua cara yaitu secara verbal dan non verbal. Verbal yang artinya pesan tersebut dilakukan secara lisan atau kata – kata dan nonverbal bisa berupa kode – kode maupun *gesture*.

Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan dan lain – lain dengan menggunakan symbol seperti kata, figure, dan

¹⁵ Ibid, Hal.5

grafik serta memberi meyakinkan ucapan dan tulisan¹⁶ Komunikasi sendiri dapat dipandang sebagai proses, yang artinya komunikasi berlangsung secara dinamis. Sebab pada dasarnya komunikasi adalah proses menyampaikan isi pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator 1) kepada orang lain (komunikator 2). Isi pikiran itulah yang disebut oleh Walter Lippman sebagai “picture ini our head¹⁷,

Komunikasi menurut Carl I. Hovland, komunikasi adalah proses yang mana individu maupun indicator mengirimkan stimulant biasanya dengan menggunakan lambang – lambang bahasa guna mengubah tingkah laku orang lain¹⁸. Di lain sisi menurut Theodorson, komunikasi adalah penyebaran informasi serta ide – ide sebagai sikap maupun emosi dari seseorang. Yang artinya komunikasi dimaksudkan untuk mengungkapkan segala emosi – emosi yang dirasakan agar orang yang dituju bisa mengetahui apakah dirinya marah, senang,kecewa ataupun sedih, teori Theodorson ini lebih mengacu untuk mengharapkan perubahan sikap dari seseorang yang sekiranya berkontribusi atas emosinya. tersebut. Terdapat beberapa fungsi dari komunikasi sebagai proses sosial dimasyarakat, yakni sebagai berikut

:

¹⁶ Muhammad Mufid, M. Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta : Kencana

¹⁷ Muhammad Fahrudin Yusuf, M.A “*Buku Pengantar Ilmu Komunikasi*” Yogyakarta : PustakaIlmu,Tahun:2021, Hal: 19

¹⁸ Mulyana,”*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*” Bandung: Rosda Karya Tahun:2014, Hal:69

- 1) Komunikasi menghubungkan antar berbagai komponen masyarakat. Komponen di sini meliputi individu, masyarakat, lembaga sosial, asosiasi, stratifikasi sosial, organisasi desa, dan lain-lain.
- 2) Komunikasi membuka peradaban baru manusia. Seperti peradaban negara barat yang menjadi maju dalam ilmu pengetahuan.
- 3) Komunikasi adalah manifestasi kontrol sosial dalam masyarakat.
- 4) Komunikasi berperan dalam sosialisasi nilai ke masyarakat.
- 5) Ketika individu bersosialisasi dengan orang lain, maka ia menunjukkan jati diri kemanusiaannya.

Berdasarkan definisi di atas penulis menyimpulkan kalau perilaku komunikasi adalah bertujuan untuk menyampaikan informasi, gagasan ataupun pesan dari satu tempat ke tempat lain. Yang kemudian fungsi komunikasi menurut Deddy Mulyana, mengutip kerangka berfikir William I. Gordon mengenai fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat, yaitu¹⁹ :

- Fungsi Komunikasi Sosial.
- Fungsi Komunikasi Ekspresif.
- Fungsi Komunikasi Ritual.

¹⁹ Ngalimun, S.Pd.,M.Pd.,M.I.Kom, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, Yogyakarta:2017, Hal :30

- Fungsi Komunikasi Instrumental

Selain itu terdapat pula hambatan – hambata komunikasi, atau gangguan dalam pesan komunikasi yang menyebabkan pesan disampaikan berbeda dengan pesan yang disampaikan, berikut beberapa hambatan dalam komunikasi :

- 1) Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis merupakan unsur – unser dari hambatan kegiatan psikis manusia, yang terdapat kepentingan, prasangka, stereotip dan motivasi, prasangka juga berkaitan dengan persepsi tentang seseorang terhadap orang lain ataupun kelompok lain, dan prasangka ini lah yang menjadi tantangan seorang komunikator dalam menyampaikan pesannya, sebab prasangka melibatkan emosi yang memaksa untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan pemikiran yang netral.

- 2) Hambatan Sosiokultural

Hambatan sosiokultural ini melibatkan lingkungan sosial dan budaya seorang komunikan. Perbedaan pemahaman mengenai budaya akan memungkinkan terjadinya pertentangan nilai, arti kebiasaan dan adat istiadat.

- 3) Hambatan Interaksi Verbal

Interaksi nonverbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal, secara sederhana pesan nonverbal

adalah semua isyarat yang bukan kata – kata. Masyarakat saat ini sadar bahwa dalam berkomunikasi tidak hanya melalui kata – kata namun juga bisa melalui indera lainnya seperti mata, alis, dagu dan sebagainya namun hal ini terkadang membuat orang lain salah menangkap makna dari komunikator.²⁰

2.2.5 Teori Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi saat individu – individu berinteraksi dalam kelompok kecil, serta bukan pula sejumlah nasehat – nasehat tentang cara – cara bagaimana yang harus ditempuh. Menurut Shaw (1976, p. 182) komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu yang mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, selain itu komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, berinteraksi untuk mencapai tujuan dan juga mengambil peranan serta terikat satu sama lain yang berkomunikasi secara tatap muka. Komunikasi kelompok juga dapat dikelompokkan menjadi²¹ :

²⁰ Siti Rahma Harap, “Hambatan – Hambatan Komunikasi” Jurnal Al-Manaj, Vol.01 No.01 Tahun :2021 , Hal: 59

²¹ Nadia Ayu Jayanti “Komunikasi Kelompok Social Climber Pada Kelompok Pergaulan di SurabayaTownsquare (Sutos)” Jurnal E-Komunikasi, Vol.3 No.2, Tahun:2016, Hal:3

1. Komunikasi Kelompok Kecil (Micro Group) : ialah kelompok komunikasi yang dalam situasinya terdapat kesempatan untuk memberi tanggapan secara verbal atau dalam komunikator dapat melakukan komunikasi antar pribadi dengan salah seorang anggota kelompok dan lainlain. Umpan balik yang diberikan dalam komunikasi kelompok kecil ini biasanya bersifat rasional, serta di antara anggota yang terkait dapat menjaga perasaan masing-masing dengan norma – norma yang ada.

2. Komunikasi Kelompok Besar, sekumpulan orang yang sangat banyak dan komunikasi antar pribadi jauh lebih sulit karena banyaknya orang yang berkumpul seperti halnya yang terjadi pada saat acara tabligh akbar. Komunikasi kelompok ini bersifat emosional dan juga memiliki keberagaman usia, pekerjaan, pendidikan, agama dan pengalaman yang jauh lebih beragam.

Proses komunikasi kelompok pada dasarnya sama dengan komunikasi pada umumnya, komponen dasar pada komunikasi kelompok adalah komunikan, komunikator, pesan, media dan juga respon. Akan tetapi dalam komunikasi kelompok proses komunikasi berlangsung secara tatap muka, dengan lebih mengintensifkentang komunikasi dengan individu antar individu dan individu dengan personal structural (formal). Ketika seluruh orang yang

terlibat dalam komunitas atau kelompok tersebut berkomunikasi di luar forum, maka komunikasi yang terjalin antar individu berlangsung secara pribadi dan bahasa yang digunakan cenderung tidak formal. Akan tetapi jika individu tersebut bertemu dalam satu forum yang dihadiri anggota kelompok atau komunitas tersebut, maka komunikasi yang berlangsung akan cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal.

Terdapat beberapa karakteristik dari komunikasi kelompok kecil, yang pertama adalah mudah beramah tamah, yang kedua adalah personality kelompok, yang ketiga adalah kekompakan yaitu daya tarikan anggota satu sama lain untuk bersatu dan yang keempat adalah komitmen terhadap tugas.²² Dalam Klinik Narini Medical Aesthetic, komunikasi yang digunakan adalah komunikasi kelompok kecil, hal ini juga didukung dengan jumlah karyawan yang ada di Klinik Narini Medical Aesthetic. Komunikasi kelompok kecil juga mementingkan aspek – aspek keharmonisan seperti misalnya²³ :

1. Kasih sayang antar anggota, dengan cara menunjukkan saling meyangi selayaknya keluarga dan mengekspresikan melalui penghargaan atas hal- hal yang sudah dicapai.

²² Sanny Aprilinda Damani, “Komunikasi Kelompok Dalam Meningkatkan Kualitas Redaksi Bidang Berita Lembaga Penyiaran Public TVRI Sumatra Utara di Medan” Jurnal Prointegrita, Vol.2 No.348, Tahun: 2018, Hal:3

²³ Asep Anshorie, “Pernanan Komunikasi Kelompok Dalam Menciptakan Keharmonisan Antar Anggota Komunitas Pengajian Barokah Sekumpul Mushola Ar-Raudah Loa Bakung Samarinda” eJournak Ilmu Komunikasi, Vol.3 No.4 Tahun:2015, Hal: 36

2. Saling pengertian, komunikasi kelompok kecil juga mementingkan sikap saling pengertian guna menghindari terjadinya kesalah pahaman dan juga konflik.
3. Mendengarkan, anggota kelompok meningkatkan saling pengertian dengan menjadi pendengar yang baik dan aktif.

Mereka tidak menghakimi, menilai, menyetujui, atau menolak pernyataan atau pendapat pasangannya. Mereka menggunakan feedback, menyatakan/menegaskan kembali, dan mengulangi pernyataan

Komunikasi kelompok besar memiliki jumlah yang relative sangat banyak, sehingga mereka tidak sempat berfikir logis terhadap pesan komunikator, hal ini dikarenakan pikiran audiens lebih didominasi oleh perasaan seperti misalnya pada saat kampanye. Proses komunikasi kelompok besar bersifat linier, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang terjadi dialog atau tanya jawab dalam berpidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi dialog antara seorang orator dengan halayak massa²⁴

2.2.6 Kebutuhan Primer, Sekunder, Tersier

Setiap orang memiliki kebutuhan hidup untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya sendiri ataupun bahkan

²⁴ Ibid, hal:365

untuk memenuhi kebutuhan untuk bertahan hidup. Manusia akan selalu dihadapkan pada persoalan kebutuhan hidup, baik itu kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Pemenuhan kebutuhan hidup selalu dikaitkan pada persoalan pengorbanan atau yang kita kenal dengan biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang kita butuhkan. Dari usaha tersebut tentu akan kita ketahui perilaku manusia saat dihadapkan pada persoalan kebutuhan hidupnya.

Pada saat ini, suatu usaha manusia di dalam memenuhi kebutuhannya dikenal dengan istilah perilaku konsumen. Kebutuhan hidup setiap orang pada umumnya dapat digolongkan menjadi tiga, meliputi kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang tidak dapat ditawar dan wajib dipenuhi. Kebutuhan primer merupakan tuntutan secara alamiah yang harus dipenuhi. Manusia akan berusaha sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan primer. Artinya bila kebutuhan ini tidak terpenuhi manusia akan mengalami kesulitan. Itulah sebabnya mengapa sehingga kebutuhan ini disebut juga dengan kebutuhan dasar manusia. Contoh kebutuhan primer adalah kebutuhan makanan dan minuman, kebutuhan pakaian, dan kebutuhan tempat tinggal.

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang diperlukan setelah semua kebutuhan pokok primer telah terpenuhi semuanya dengan baik, dengan kata lain, kebutuhan sekunder sifatnya tidak

mendesak dan menunjang kebutuhan primer, pemenuhannya dapat ditanggguhkan dan jika tidak terpenuhi tidak akan mengancam kelangsungan hidup manusia. Namun, meskipun begitu, kebutuhan ini sebisa mungkin tetap diusahakan untuk dipenuhi karena bila tidak terpenuhi kegiatan manusia akan terganggu. Ada banyak contoh dalam kehidupan sehari-hari yang termasuk dalam kebutuhan sekunder manusia. Beberapa contoh dari kebutuhan sekunder seperti; hiburan, olahraga, sepeda motor, surat kabar, majalah, kulkas, dan televisi. Semua kebutuhan umumnya sangat diperlukan oleh manusia. Dengan terpenuhinya kebutuhan sekunder, manusia bisa hidup lebih baik.

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang hanya bisa dipenuhi dengan mengonsumsi benda yang tergolong mewah. Kebutuhan tersier atau kebutuhan ketiga merupakan tingkat kebutuhan yang paling tinggi. Kebutuhan tersier muncul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Oleh karena itu kebutuhan tersier lebih bersifat prestisius, Artinya, orang yang dapat memenuhi kebutuhan ini akan terangkat derajat atau martabatnya. Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi, akan membeli mobil mewah dan perhiasan mahal karena barang-barang dirumahnya telah lengkap. Atau dengan kata lain, kebutuhan primer dan sekundernya sudah terpenuhi. Contoh lainnya, seperti : rumah mewah, alat musik, makanan mewah, dan lain-lain, Kebutuhan Aesthetic yang disediakan oleh Klinik Narini Medical Aesthetic juga menjadi salah

satu kebutuhan tersier

2.2.7 Segmentasi Produk

Setiap pembeli di pasar memiliki keinginan, sumber daya, lokasi, sikap dalam membeli yang berbeda – beda. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil yang dapat diraih lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang cocok dengan kebutuhan unik pembeli²⁵. Karena pasar sifatnya heterogen, maka akan sulit bagi produsen untuk melayaninya. Oleh karenanya pemasar harus memilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan bagian pasar lainnya. Bagian yang dipilih oleh segmen itu ialah bagian yang homogen yang memiliki ciri- ciri yang sama dan cocok dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi tuntutannya.

Segmentasi adalah proses pengelompokan pasar kedalam segmen yang berbeda-beda. Segmen pasar (market segmen) adalah sekelompok pembeli yang memiliki karakteristik yang sama dan memberikan respon yang sama terhadap aktivitas pemasaran tertentu.²⁶

Pada garis besarnya kita mengenal 3 (tiga) pola dasar untuk mengelompokkan pasar, yaitu :

a. *Geographic Segmentation*

Pengelompokkan didasarkan atas daerah dimana para penjual membeda-bedakan secara teliti, kira-kira daerah mana yang bisa memberikan keuntungan yang berbeda-beda. Pengecer kecil dapat

²⁵ Pieter Gunawan Widjaya, “Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya” AGORA Vol.5 No.1 Tahun:2017 Hal:1

²⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Penada Media Group, Tahun:2010 Hal:384

pula membedakan langganan dari daerahnya sendiri dengan daerah lainnya. Produsen nasional menggolongkan langganan menurut daerah penjualan. Pada Klinik Narini Medical Aesthetic yang memiliki lokasi usaha yang ada di lingkungan pemukiman dengan kelas ekonomi menengah ke bawah di Bekasi.

b. Demographic Segmentation

Demographic segmentation ini dimaksudkan untuk membedakan berbagai macam kelompok dasar keadaan suatu masyarakat yang berubah (demographic variabel) seperti misalnya, pengelompokan dalam bidang umur, jenis kelamin, dan besarnya famili, pendapatan, jabatan kepala keluarga, pendidikan, siklus penghidupan keluarganya (family life cycle), pengelompokan dalam bidang agama, sosial, suku. Pada Klinik Narini Medical Aesthetic, mengelompokan targetnya pada perempuan muda yang berusia 20 tahun ke atas, yang telah memiliki pendapatan minimal UMR di Indonesia terutama Jakarta dan Bekasi.

c. Pshychographic Segmentation

Dengan psychographic segmentation ini kita mencoba membedakan berbagai macam kebutuhan pembeli atau timbul sebagai hasil dari kenyataan bahwa kebutuhan pembeli lebih berbeda sepanjang life style atau personality life dari pada demographic lifes. Kelompok pshychographic ini adalah :

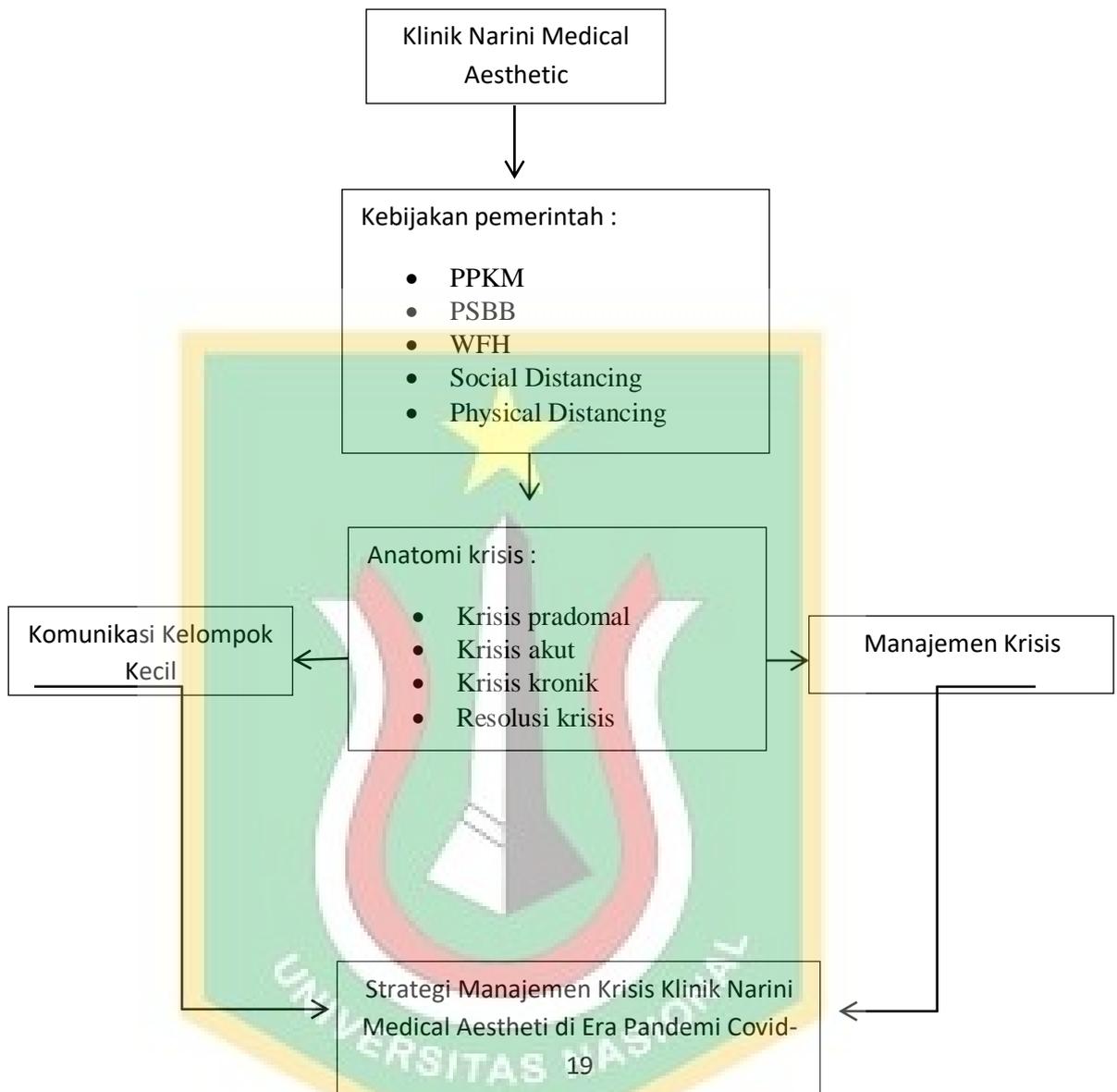
- Swingers : adalah kelompok yang selalu mencari baran yang up to date, dan bergerak cepat. Cara hidupnya adalah mementingkan kesenangan.

- Seekers : kelompok yang memberli barang untuk mencerminkan kedudukan di mana mereka tinggal dan dari kalangan apa.
- Plain Joes : ialah kelompok barang yang selalu mencari barang yang biasa, tidak mencolok mata namun sesuai dengan kebutuhan.

Pada Klinik Narini Medical Aesthetic, juga menargetkan pada kelompok yang pertama yaitu Swingers, atau pada kaum – kaum muda yang menginginkan skin care, facial dan perawatan up to date, karena Klinik Narini Medical Aesthetic juga terus mengupdate produknya sesuai dengan tren yang ada. Saeperti misalnya yang terbaru adalah DNA Salmon.

2.3 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian yang berjudul Strategi Manajemen Krisis Klinik Narini di Era Pandemi Covid-19 dalam upaya mempertahankan atau survive dari Covid-19.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Dokumen Pribadi 2022