



Sumber: (Instagram @sehataqua, 2023)

ANALISIS PESAN STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* AQUA DALAM MENGELOLA KRISIS REPUTASI TERHADAP ISU BOIKOT *BRAND* AFILIASI ISRAEL (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM @SEHATAQUA)

Tugas akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Maulana Kusumadewa Iskandar

NIM : 2110411116



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA**



**ANALISIS PESAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS AQUA
DALAM MENGELOLA KRISIS REPUTASI TERHADAP ISU
BOIKOT BRAND AFILIASI ISRAEL (ANALISIS ISI
KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM @SEHATAQUA**

SKRIPSI

Maulana Kusumadewa Iskandar

2110411116

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM
SARJANA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Maulana Kusumadewa Iskandar

NIM : 2110411116

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Juni 2025

Yang menyatakan,


(Maulana Kusumadewa Iskandar)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulana Kusumadewa Iskandar
NIM : 2110411116
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PESAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS AQUA DALAM MENGELOLA KRISIS REPUTASI TERHADAP ISU BOIKOT BRAND AFILIASI ISRAEL (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM @SEHATAQUA)

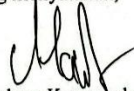
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 3 Juni 2025

Yang menyatakan,


(Maulana Kusumadewa Iskandar)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Maulana Kusumadewa Iskandar
NIM : 2110411116
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Pesan Strategi Public Relations AQUA dalam
Mengelola Krisis Reputasi terhadap Isu Boikot Brand Afiliasi
Israel (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @sehataqua)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., MA)

Penguji 1



(Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si., Ph.D.)

Penguji 2



(Uljanatunnisa, S.Sos., MA)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Uljanatunnisa, S.Sos., MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 20 Juni 2025

**ANALISIS PESAN STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* AQUA DALAM
MENGELOLA KRISIS REPUTASI TERHADAP ISU BOIKOT *BRAND*
AFILIASI ISRAEL (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN
INSTAGRAM @SEHATAQUA)**

MAULANA KUSUMADEWA ISKANDAR

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi *public relations* AQUA dalam mengelola krisis reputasi akibat isu boikot *brand* afiliasi Israel, dengan fokus pada pesan yang disampaikan melalui akun Instagram @sehataqua. Isu tersebut muncul karena adanya anggapan bahwa AQUA memiliki keterkaitan dengan Israel melalui kepemilikan saham oleh Danone. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk, yang meliputi analisis teks (struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro), kognisi sosial, dan konteks sosial. Data diperoleh dari enam unggahan di akun Instagram @sehataqua yang berkaitan dengan isu boikot pada periode November 2023 hingga Juni 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AQUA berupaya membangun narasi positif dengan menekankan nilai kemanusiaan, komitmen terhadap masyarakat, serta identitas sebagai produk asli Indonesia. Analisis wacana kritis van Dijk membuktikan bahwa pesan-pesan tersebut dirancang secara strategis, informatif, persuasif, dan kontekstual, dengan mempertimbangkan persepsi publik Indonesia yang pro-Palestina. Adaptasi AQUA terhadap dinamika krisis di era digital melalui media sosial menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi sarana efektif dalam membangun kembali citra perusahaan yang terdampak isu sensitif.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, Krisis Reputasi, Isu Boikot, Analisis Wacana Kritis van Dijk, AQUA.

***ANALYSIS OF AQUA'S PUBLIC RELATIONS STRATEGIC MESSAGE IN
REPUTATION CRISIS MANAGEMENT ON THE BOYCOTT ISSUE OF
ISRAEL'S AFFILIATED BRAND (QUALITATIVE CONTENT ANALYSIS
OF @SEHATAQUA INSTAGRAM ACCOUNT)***

MAULANA KUSUMADEWA ISKANDAR

ABSTRACT

This research aims to analyze and identify AQUA's public relations strategies in managing reputation crisis due to the boycott issue against brands affiliated with Israel, focusing on messages conveyed through the Instagram account @sehataqua. The issue arose from the perception that AQUA was linked to Israel through Danone's share ownership. This study employs a qualitative approach using Teun A. van Dijk's critical discourse analysis model, which includes text analysis (macro structure, superstructure, micro structure), social cognition, and social context. Data were collected from six posts on the @sehataqua Instagram account related to the boycott issue between November 2023 and June 2024. The findings indicate that AQUA sought to construct a positive narrative by emphasizing humanitarian values, commitment to society, and its identity as an authentic Indonesian product. Van Dijk's critical discourse analysis proves that these messages were strategically designed to be informative, persuasive, and contextual, considering the pro-Palestinian sentiments of the Indonesian public. AQUA's adaptation to crisis dynamics in the digital era through social media demonstrates that Instagram can be an effective tool for rebuilding corporate image affected by sensitive issues.

Keywords: Public Relations Strategy, Reputation Crisis, Boycott Issue, Van Dijk's Critical Discourse Analysis, AQUA.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Analisis Pesan Strategi *Public Relations* AQUA dalam Mengelola Krisis Reputasi terhadap Isu Boikot *Brand* Afiliasi Israel (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @sehataqua)” Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak dukungan, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta atas segala doa, kasih sayang, dan dukungan moral maupun materi yang tidak pernah putus. Terima kasih atas kesabaran dan kepercayaan yang telah diberikan sepanjang proses ini.
2. Kak Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., MA. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar membimbing, memberikan masukan, serta arahan yang sangat berarti.
3. Kak Uljanatunnisa, S.Sos., MA. Selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberikan dukungan dan arahan selama masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen dan staf terutama dalam Program Studi Ilmu Komunikasi atas ilmu, pengalaman, dan bantuan yang telah diberikan selama masa studi.
5. Nasywa Nathania Raby'ah Hamzah yang telah menjadi warna baru sekaligus sumber semangat, dukungan, dan pengertian yang berarti.
6. Teman-teman kelas C yang telah memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan peneliti dari awal sampai akhir semester.
7. Keluarga Olahraga Tarung Derajat khususnya di lingkungan UPNVJ (UKM) yang telah banyak memberikan peneliti pelajaran dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
8. Seluruh jajaran makhluk Allah di dunia ini yang telah memberikan dukungan baik berupa doa, kontribusi, maupun rasa percaya terhadap peneliti serta apapun bentuknya yang memberikan dampak positif kepada peneliti.

Jakarta, 14 Juni 2025

Maulana Kusumadewa Iskandar

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Praktis	15
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....	27
2.2.1 Strategi Public Relations.....	27
2.2.2 Konsep Komunikasi Krisis	37
2.2.3 Reputasi.....	40
2.2.4 Media Sosial Instagram Sebagai Alat Strategi <i>Public Relations</i>	46
2.2.5 Teori Analisis Wacana Kritis Van Dijk	48
2.2.6 Perbandingan Teori.....	56
2.3 Kerangka Pemikiran.....	57

BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Objek Penelitian.....	58
3.2 Jenis Penelitian.....	60
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.3.1 Observasi.....	62
3.3.2 Studi Literatur	62
3.4 Sumber Data.....	65
3.5 Teknik Analisis Data.....	66
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	66
3.5.2 Teknik Keabsahan Data	68
3.6 Tabel Rencana Waktu	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	70
4.2 Hasil Penelitian	71
4.2.1 Analisis Teks.....	71
4.2.2 Hasil Analisis Teks	101
4.2.3 Analisis Kognisi Sosial	108
4.2.3 Analisis Konteks Sosial	111
4.3 Pembahasan.....	114
4.3.1 Analisis Teks.....	114
4.3.2 Analisis Kognisi Sosial	116
4.3.3 Analisis Konteks Sosial	118
4.3.4 Strategi <i>Public Relations</i> AQUA Menghadapi Krisis.....	120
BAB V PENUTUP	123
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	124
5.2.1 Saran Akademis	124
5.2.2 Saran Praktis	125
DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambaran Umum AQUA	1
Gambar 2 Dampak Boikot AQUA	3
Gambar 3 Statistik Penjualan AQUA Menurun	4
Gambar 4 Tagar #TolakDanoneAqua	5
Gambar 5 Penggunaan Tagar Boikot pada Aplikasi X	6
Gambar 6 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 7 Akun Instagram Resmi AQUA	59
Gambar 8 Model Analisis Van Dijk	66
Gambar 9 Unggahan Instagram 1	71
Gambar 10 Unggahan Instagram 2	75
Gambar 11 Unggahan Instagram 3	81
Gambar 12 Unggahan Instagram 4	86
Gambar 13 Unggahan Instagram 5	91
Gambar 14 Unggahan Instagram 6	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2 Elemen Wacana Kritis Model Van Dijk	55
Tabel 3 Perbandingan Teori	56
Tabel 4 Perencanaan Waktu Penelitian	69
Tabel 5 Analisis Teks Unggahan 1	72
Tabel 6 Analisis Teks Unggahan 2	77
Tabel 7 Analisis Teks Unggahan 3	82
Tabel 8 Analisis Teks Unggahan 4	87
Tabel 9 Analisis Teks Unggahan 5	92
Tabel 10 Analisis Teks Unggahan 6	97