

**MANAJEMEN KRISIS RESTORAN SEC BOWL DALAM MEMBANGUN
CITRA POSITIF UNTUK MENGATASI KRISIS REPUTASI DI ERA
INFLUENCER KONTROVERSIAL CODEBLU**



Intelligentia - Dignitas

SKRIPSI

Skripsi yang disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : Syifa Musyaffa

Nim : 1410621087

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

ABSTRAK

Syifa Musyaffa (1410621087), Manajemen Krisis Restoran Sec Bowl dalam Membangun Citra Positif untuk Mengatasi Krisis Reputasi di Era Influencer Kontroversial Codeblu. Skripsi. 213 Halaman; 4 Buku, 2004-2020; 28 Jurnal 2016-2024; 5 Situs, 2021-2023. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh krisis reputasi yang dialami restoran Sec Bowl akibat ulasan negatif dari influencer kuliner Codeblu di media sosial. Konten yang viral mengenai dugaan pelanggaran standar kebersihan memicu reaksi negatif publik, menurunkan kepercayaan konsumen, serta berdampak pada citra perusahaan. Dalam era digital, peran influencer menjadi sangat signifikan dalam membentuk opini publik, sehingga perusahaan dituntut memiliki strategi komunikasi krisis yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen krisis yang diterapkan oleh Sec Bowl dalam menangani krisis reputasi serta bagaimana upaya perusahaan dalam membangun kembali citra positif di mata publik pasca krisis tersebut.

Penelitian ini menggunakan landasan Teori Manajemen Krisis dari W. Timothy Coombs dan Sherry J. Holladay yang menjelaskan bahwa manajemen krisis terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu pra-krisis, saat krisis, dan pasca-krisis. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep citra positif, krisis reputasi, serta peran influencer dalam membentuk persepsi publik. Teori ini menekankan pentingnya komunikasi yang cepat, transparan, dan konsisten dalam mengelola krisis serta menjaga hubungan dengan stakeholder. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya melihat bagaimana strategi komunikasi krisis dapat meminimalkan dampak negatif serta memulihkan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Subjek penelitian terdiri dari pihak manajemen Sec Bowl serta informan yang relevan dengan kasus krisis reputasi yang terjadi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber untuk memastikan validitas dan kredibilitas temuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen krisis yang dilakukan Sec Bowl meliputi tahap pra-krisis, saat krisis, dan pasca-krisis. Pada tahap pra-krisis, perusahaan melakukan pemantauan operasional dan evaluasi SOP,

meskipun masih ditemukan kelemahan pengawasan internal yang memicu krisis. Saat krisis terjadi akibat konten viral influencer Codeblu, Sec Bowl merespons dengan klarifikasi publik, permintaan maaf, penutupan permanen cabang Kuningan, pemecatan karyawan terkait, serta pemusnahan peralatan yang tidak memenuhi standar kebersihan. Perusahaan juga menjaga komunikasi dengan publik melalui media sosial untuk meredam persepsi negatif. Pada tahap pasca-krisis, Sec Bowl memperketat pengawasan SOP, memperbaiki sistem kerja internal, dan membangun kembali kepercayaan publik melalui komunikasi yang lebih transparan dan konsisten. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis yang diterapkan mampu mengurangi dampak negatif terhadap reputasi perusahaan, meskipun pemulihan kepercayaan konsumen membutuhkan waktu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam krisis reputasi di era digital, keberhasilan manajemen krisis ditentukan oleh kecepatan respons serta konsistensi tindakan dan komunikasi jangka panjang.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa manajemen krisis yang efektif sangat berperan dalam menjaga dan memulihkan reputasi perusahaan di tengah tekanan publik akibat viralnya konten media sosial. Komunikasi yang cepat, terbuka, dan bertanggung jawab menjadi kunci utama dalam menghadapi krisis reputasi. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan lebih proaktif dalam melakukan pencegahan krisis melalui penguatan SOP dan monitoring media sosial, serta meningkatkan strategi komunikasi yang adaptif terhadap dinamika digital.

Kata Kunci: Manajemen Krisis, Krisis Reputasi, Citra Positif, Influencer, Komunikasi Krisis.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Syifa Musyaffa (1410621087), *Crisis Management of Sec Bowl Restaurant in Building a Positive Image to Overcome Reputation Crisis in the Era of Controversial Influencer Codeblu. Undergraduate Thesis. 213 Pages; 4 Books (2004–2020); 28 Journals (2016–2024); 5 Websites (2021–2023). Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2026.*

This research is motivated by the reputation crisis experienced by Sec Bowl restaurant due to negative reviews from a culinary influencer, Codeblu, on social media. Viral content regarding alleged violations of hygiene standards triggered negative public reactions, reduced consumer trust, and impacted the company's image. In the digital era, the role of influencers has become highly significant in shaping public opinion, requiring companies to implement effective crisis communication strategies. This study aims to analyze how crisis management is applied by Sec Bowl in handling the reputation crisis and how the company attempts to rebuild a positive image in the public's perception after the crisis.

This research is based on the Crisis Management Theory by W. Timothy Coombs and Sherry J. Holladay, which explains that crisis management consists of three main phases: pre-crisis, crisis, and post-crisis. In addition, this study also applies the concepts of positive image, reputation crisis, and the role of influencers in shaping public perception. The theory emphasizes the importance of fast, transparent, and consistent communication in managing crises and maintaining relationships with stakeholders. Through this approach, the study seeks to examine how crisis communication strategies can minimize negative impacts and restore public trust in the company.

This research adopts a constructivist paradigm with a qualitative approach and a case study method. The research subjects include Sec Bowl management and relevant informants related to the reputation crisis case. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis uses the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity is ensured through source triangulation techniques to guarantee the credibility of the research findings.

The results of the study show that the crisis management implemented by Sec Bowl consisted of three main stages: pre-crisis, crisis response, and post-crisis. During the pre-crisis stage, the company conducted operational monitoring and evaluated its Standard Operating Procedures (SOPs),

although weaknesses in internal supervision were still found and later triggered the crisis. In the crisis stage, Sec Bowl responded quickly to the viral content uploaded by influencer Codeblu by issuing public clarifications, delivering an open apology, permanently closing the Kuningan branch, dismissing the employees involved, and destroying equipment that did not meet hygiene standards. The company also maintained communication with the public through social media to reduce negative perceptions. In the post-crisis stage, Sec Bowl strengthened SOP supervision, improved its internal operational system, and rebuilt public trust through more transparent and consistent communication. The findings indicate that the crisis communication strategy helped reduce negative impacts on the company's reputation, although restoring consumer trust required time. This shows that in reputation crises within the digital era, successful crisis management depends not only on the speed of response but also on the consistency of actions and long-term communication in rebuilding public trust.

The conclusion of this study indicates that effective crisis management plays a crucial role in maintaining and restoring a company's reputation amid public pressure caused by viral social media content. Fast, open, and responsible communication becomes the key in dealing with reputation crises. This study suggests that companies should be more proactive in crisis prevention by strengthening SOPs and monitoring social media, as well as improving communication strategies that are adaptive to digital dynamics.

Keywords: Crisis Management, Reputation Crisis, Positive Image, Influencer, Crisis Communication.

Intelligentia - Dignitas

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syifa Musyaffa

NIM : 1410621087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Hukum

Judul KA : MANAJEMEN KRISIS RESTORAN SEC BOWL DALAM
MEMBANGUN CITRA POSITIF UNTUK MENGATASI KRISIS
REPUTASI DI ERA INFLUENCER KONTROVERSIAL
CODEBLU

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul
“MANAJEMEN KRISIS RESTORAN SEC BOWL DALAM MEMBANGUN
CITRA POSITIF UNTUK MENGATASI KRISIS REPUTASI DI ERA
INFLUENCER KONTROVERSIAL CODEBLU” merupakan karya saya
sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil
tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap
menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak
universitas.

Jakarta, 24 Juni 2026



Syifa Musyaffa

NIM. 1410621087

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**MANAJEMEN KRISIS RESTORAN SEC BOWL DALAM MEMBANGUN
CITRA POSITIF UNTUK MENGATASI KRISIS REPUTASI DI ERA
INFLUENCER KONTROVERSIAL CODEBLU** Skripsi ini telah diperiksa dan
disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal



Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc.

24 Juni 2026

NIP. 198405312019032008

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal



Nada Arina Romli, M.I.Kom.

24 Juni 2026

NIP. 199109142019032022

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UNJ



Dr. Dini Safitri, M.Si.

NIP. 198402062010122002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 198402062010122002 Ketua		24 Juni 2026
2.	<u>Dr. M. Fikri Akbar, S.I.Kom., M.Si., M.M.</u> NIP. 198705302024061001 Penguji Ahli I		24 Juni 2026
3.	<u>Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si.</u> NIP. 197311212006042001 Penguji Ahli II		24 Juni 2026
4.	<u>Dr. Wiratri Anindhita, S.I.P., M.Sc.</u> NIP. 198405312019032008 Pembimbing I		24 Juni 2026
5.	<u>Nada Arina Romli, S.I.Kom., M.I.Kom</u> NIP. 199109142019032022 Pembimbing II		24 Juni 2026

Tanggal Lulus: 03 Juli 2026

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Sawangan, Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: (021) 4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syifa Musyaffa

NIM : 1410621087

Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/S1 Ilmu Komunikasi

Alamat Surel : syfmsyffa9232003@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif atas Karya Ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-Lain (.....)

**MANAJEMEN KRISIS RESTORAN SEC BOWL DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF UNTUK MENGATASI KRISIS REPUTASI DI ERA INFLUENCER
KONTROVERSIAL CODEBLU**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif ini, UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, dan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Agustus

2026

Penulis,


Syifa Musyaffa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana. Skripsi ini disusun sebagai bentuk tanggung jawab akademik sekaligus upaya untuk mengkaji Manajemen Krisis Restoran Sec Bowl Dalam Membangun Citra Positif Untuk Mengatasi Krisis Reputasi Di Era Influencer Kontroversial Codeblu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang tulus yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Komarudin, M.Si., beserta seluruh jajaran rektorat Universitas Negeri Jakarta.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., beserta seluruh jajaran dekanat Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dini Safitri, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc dan Nada Arina Romli, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah membimbing, memberikan arahan, serta masukan yang sangat berarti kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, yaitu Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr.

M. Fikri Akbar, M.Si., M.M., Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., Mega Ayu Permatasari, M.Si., dan Noprita Herari, M.I.Kom., yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.

7. Muhammad Adnan Al Zikir selaku triangulator, serta seluruh informan penelitian atas waktu, masukan, dan kesediaannya berbagi pengalaman, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Kepada orang tua peneliti, Dewi Sabarilah dan Anugerah serta Adik peneliti, Fadiya Kamila yang sudah senantiasa mendukung peneliti dari awal masa kuliah hingga proses penyusunan penelitian skripsi.
9. Sahabat dan teman-teman peneliti Najlaa Rasyifa Rianda, Naila Nurhaliza, Nadia Salsabila, Azzahra Bayu Ananda, Raihan Khalis Muhammad, Zacky Sazari Putra, Muhammad Zafron Raihansyah, Berril Nathanda Utomo yang sudah berteman dengan peneliti dari awal perkuliahan sampai saat ini memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Jakarta, 27 April 2026

Intelligentia - Dignitas Peneliti

Syifa Musyaffa

NIM. 1410621087

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN KARYA ILMIAH.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	21
1.3 Keunikan Penelitian	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	23
1.5.1 Manfaat Akademis.....	23
1.5.2 Manfaat Praktis	23
BAB II KAJIAN TEORI.....	25
2.1 Landasan Teori <i>Management crisis</i>	25
2.2 Kajian Konseptual	30
2.2.1 Manajemen Krisis	30
2.2.2 Citra Positif	33
2.2.3 Krisis Reputasi.....	34
2.2.4 <i>Influencer</i>	37
2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
2.4 <i>State of Art</i>	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	59

3.1 Tipe Penelitian	59
3.1.1 Paradigma Penelitian	59
3.1.2 Pendekatan Penelitian	61
3.1.3 Jenis Penelitian	63
3.2 Unit Analisis	65
3.3 Subjek Penelitian	67
3.4 Teknik Penggalan Data	69
3.5 Strategi Penelitian	72
3.6 Teknik Reduksi dan Analisis Data	73
3.7 Teknik Keabsahan Data	75
3.8 <i>Coding</i>	77
3.9 Keterbatasan Penelitian	79
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN, KEABSAHAN DAN CODING	81
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	81
4.2 Hasil Penelitian	83
4.3 Pembahasan Penelitian	131
4.3.1 Pencegahan	132
4.3.2 Persiapan	144
4.3.3 Respon	153
4.3.4 Revisi	163
4.4 Keabsahan Data	172
4.4.1 Pencegahan	173
4.4.2 Persiapan	176
4.4.3 Respon	180
4.4.4 Revisi	183
4.5 <i>Coding</i>	186
4.5.1 Pencegahan	187
4.5.2 Persiapan	191

4.5.3 Respon	198
4.5.4 Revisi.....	204
BAB V PENUTUP.....	209
5.1 Kesimpulan	209
5.2 Saran	211
DAFTAR PUSTAKA	215
LAMPIRAN	xvi



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Foto kontroversial SecBowl.....	10
Gambar 1.2 Komentar Negatif Konsumen SecBowl	14
Gambar 1.3 Penutupan gerai SecBowl.....	15
Gambar 4.1 Diagram Pohon	130



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Cabang Secbowl di Indonesia	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Tabel Informan	69



Intelligentia - Dignitas