



**MANAJEMEN KOMUNIKASI ISU PRODUK YUPI  
TERKONTAMINASI BAHAN NON HALAL  
DI MEDIA *ONLINE***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Chantika Permata Haryo Mokoginta

41182037200089

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA  
UNIVERSITAS ISLAM 45  
BEKASI  
2024 M/1445 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 27 Mei 2024



Chantika Permata Haryo Mokoginta

41182037200089

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Isu Produk Yupi Terkontaminasi Bahan Non Halal di Media *Online*

Nama : Chantika Permata Haryo Mokoginta

NPM : 41182037200089

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan diberikan persetujuan oleh dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai salah satu prasyarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 27 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Winda Primasari, M.Si.**  
NRP 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi



**Siti Khadijah, M.Si.**  
NRP 45.1.01.02.2011.004

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul : “Manajemen Komunikasi Isu Produk Yupi Terkontaminasi Bahan Non Halal di Media *Online*”.

Hari : Kamis

Tanggal : 06 Juni 2024

Waktu : 08.00 – 09.00 WIB




### Oleh

Nama : Chantika Permata Haryo Mokoginta

NPM : 41182037200089

Program Studi : Ilmu Komunikasi

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Dr. Tatik Yuniarti, M. I. Kom.	
Penguji 1	Saepudin, M. Soc., Sc.	
Penguji 2	Siti Khadijah, M. Si.	

Bekasi, 05 Juli 2024


Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Komunikasi,  
Sastra dan Bahasa

Mengesahkan  
Dekan Fakultas  
Sastra dan Ba



**Dr. Nuryadi, M.Hum.,**  
NRP 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi



**Winda Primasari, M.Si.**  
NRP 45.1.01.02.2012.016

## ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

2024

Chantika Permata Haryo Mokoginta / 41182037200089

Manajemen Komunikasi Isu Produk Yupi Terkontaminasi Bahan Non Halal di  
*Media Online*

Di bawah bimbingan Ibu Siti Khadijah

166 halaman skripsi dan 14 halaman romawi, 40 daftar gambar, dan 5 lampiran.

Produk Yupi pada tahun 2022 diisukan terkontaminasi bahan non halal, oleh karenanya perusahaan membuat strategi untuk penanganan kasus tersebut. Penelitian bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut pengelolaan manajemen komunikasi isu bahan non halal produk Yupi melalui media *online*. Metode penelitian menggunakan paradigma post-positivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian juga menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui jurnal dan situs *website* PT. Yupi Indo Jelly Gum untuk melengkapi data yang telah tersedia dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen isu yang dilakukan Yupi dalam penanganan isu dengan tahap identifikasi menunjukkan bahwa diperlukan langkah analisis untuk menentukan sumber asal. Kemudian pada tahap analisis menunjukkan sumber isu berasal dari akun media sosial TikTok @congean124 sehingga diperlukan strategi perubahan menggunakan media sosial, media *release*, dan media *gathering* agar konsumen mengetahui kebenaran informasi. Selanjutnya pada tahap pemrograman aksi isu Yupi melaksanakan kegiatan *champaign lets speak up* cukup memberikan edukasi mengenai kandungan bahan halal Yupi. Serta pada tahap evaluasi hasil menunjukkan *champaign lets speak up* dapat mengelola penanganan isu secara efektif. Pengimplementasian komunikasi publik melalui informasi dapat meyakinkan para konsumen produk Yupi telah dipastikan aman dan halal. Oleh karena itu, penelitian menunjukkan manajemen komunikasi isu produk PT. Yupi Indo Jelly Gum terkontaminasi bahan non halal di media *online* berjalan secara efektif sehingga isu bisa tidak kembali muncul melalui media *online*. Berdasarkan hasil penelitian maka direkomendasikan penanganan isu diimplementasikan secara cepat untuk menghindari penyebaran isu semakin meluas di kalangan konsumen sekaligus mengantisipasi potensi terjadinya krisis.

Kata Kunci : Isu Yupi, Komunikasi Publik, Manajemen Isu, Media *Online*, Non Halal.

## **ABSTRACT**

*45 Islamic University of Bekasi*

*Study of Communication Science Faculty of*

*Communication, Literature, and Language*

*2024*

*Chantika Permata Haryo Mokoginta / 41182037200089*

*Communication Management on the Issue of Yupi Products Contaminated by Non-Halal Materials in Online Media*

*Under the guidance of Siti Khadijah*

*166 thesis pages and 14 roman pages, 40 image lists, and 5 appendices.*

*In 2022, Yupi products were rumored to be contaminated with non-halal ingredients, therefore the company created a strategy to handle this case. The research aims to find out more about the communication management of Yupi product issues through online media. The research approach uses descriptive qualitative research methods involving primary data collection, namely the process of observation, interviews and documentation. The research also applies secondary data obtained through journals and the PT website. Yupi Indo Jelly Gum to complete the available data. The research source triangulation and data collection techniques using a post-positivist paradigm in combining and completing data. The research prove the issue management carried out by Yupi in handling issues using the identification stage shows that an analysis step is needed to determine the source of origin. Then at the analysis stage it shows that the source of the issue comes from the TikTok social media account @congean124 so a change strategy is needed using social media, media releases and media gathering so that consumers know the truth of the information. Next, at the Yupi issue action programming stage, carrying out the Champaign Lets Speak Up activity is enough to provide education regarding Yupi's halal ingredients. And the evaluation stage the results showed that Champaign Lets Speak Up was running effectively. Then implementing public communication through information can ensure consumers that Yupi products are safe and halal. Based on the research results, it is recommended that issue handling be implemented quickly to avoid the spread of the issue becoming more widespread among consumers.*

*Keywords : Yupi Issues, Public Communication, Issue Management, Online Media, Non-Halal.*

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan puji kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sukses. Judul skripsi ini adalah “Manajemen Komunikasi Isu Produk Yupi Terkontaminasi Bahan Non Halal di Media *Online*”.

Penyusunan skripsi ini dilaksanakan dengan tujuan memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan tercapai dengan tepat waktu tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada:

1. Universitas Islam 45 Bekasi, Fakultas Komunikasi Sastra, dan Bahasa merupakan tempat penulis dalam mencari pengetahuan dan mengembangkan keterampilan yang dimiliki pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*.
2. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Winda Primasari, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Siti Khadijah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Dr. Tatik Yuniarti, M. I. Kom selaku Dosen Ketua Penguji yang sudah memberikan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Bapak Saepuddin, M. Soc., Sc selaku Dosen Penguji 1 yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi.
7. Semua dosen – dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
8. Orang tua, terutama ibu tercinta, Iin Gitawardhani Mokoginta, memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
9. Kedua saudara, adik – adikku Shabira Hayatul Farah dan Izzah Muhana yang selalu memberikan support dalam berbagai keadaan penulis.
10. Terima kasih kepada keluarga besar atas segala dukungan yang diberikan, yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
11. Teruntuk Almarhum papa Haryo Negoro dan Almarhumah nenek Hartati S Daun yang telah banyak mengajarkan hal - hal baik semasa hidupnya sehingga membuat penulis menjadi lebih termotivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Juan Muchsin Sayyiti, sebagai teman terdekat penulis, memberikan semangat dan motivasi sangat berarti yang telah menjadi dukungan penting dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
13. Kepada rekan – rekan seperjuangan semuanya, mahasiswa dan mahasiswi prodi ilmu komunikasi, UNISMA Bekasi, angkatan 2020.



Bekasi, 27 Mei 2024

  
Peneliti

**Chantika Permata Haryo Mokoginta**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1 Rumusan Masalah .....	6
1.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.3 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur .....	7
2.1.2 Komunikasi <i>Public Relations</i> Dalam Manajemen Isu Aduan Siswa Stres Saat Pandemi Covid-19 Di Jakarta .....	9
2.1.3 Manajemen Komunikasi Isu Pada Pemerintahan Daerah Dalam Menanggapi Berita Negatif.....	11
2.1.4 Strategi Manajemen Isu dan Komunikasi Krisis PT. Unilever yang Terkena Imbas Informasi Hoaks Fatwa MUI Mengenai Haramnya Membeli Produk Israel .....	13
2.2 Persamaan dan Perbedaan .....	15
2.3 Kerangka Teori.....	18
2.3.1 Isu .....	18
2.3.2 Manajemen Isu .....	19
2.3.3 Komunikasi Publik.....	22

2.3.4 Media <i>Online</i> .....	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Unit Analisis .....	31
3.2.1 Key Informan .....	31
3.2.2 Informan.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Data Primer .....	34
3.3.2 Data Sekunder .....	36
3.4 Definisi Konseptual.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Keabsahan Data.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil PT. Yupi Indo Jelly Gum .....	43
4.1.2 Visi Misi PT. Yupi Indo Jelly Gum .....	44
4.1.3 Logo PT. Yupi Indo Jelly Gum.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Yupi Indo Jelly Gum.....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Manajemen Isu Produk Yupi Terkontaminasi Bahan Non Halal.....	48
4.2.2 Produk Yupi Terkontaminasi Bahan Non Halal di Media <i>Online</i> .....	53
4.2.3 Identifikasi Isu ( <i>Issue Identification</i> ) dalam Manajemen Isu.....	82
4.2.4 Analisis Isu ( <i>Issue Analysis</i> ) dalam Manajemen Isu.....	83
4.2.5 Pilihan Strategi Perubahan Isu ( <i>Issue Change Strategy Options</i> ) dalam Manajemen Isu .....	84
4.2.6 Pemrograman Aksi Isu ( <i>Issue Action Programming</i> ) dalam Manajemen Isu .....	95
4.2.7 Evaluasi Hasil ( <i>Result Evaluation</i> ) dalam Manajemen Isu.....	101
4.2.8 Komunikasi Publik.....	105
<b>BAB V.....</b>	<b>111</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>

5.1 Kesimpulan .....	111
5.2 Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>114</b>
<b>LEMBAR CATATAN BIMBINGAN .....</b>	<b>121</b>
<b>PENULISAN SEMINAR PROPOSAL .....</b>	<b>121</b>
<b>LEMBAR CATATAN BIMBINGAN .....</b>	<b>123</b>
<b>PENULISAN LAPORAN SKRIPSI.....</b>	<b>123</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>124</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Produk Yupi Terbuat dari Kulit Babi di TikTok .....	1
Gambar 4. 1 Logo Yupi Indo Jelly Gum.....	45
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Yupi Indo Jelly Gum.....	46
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Yupi Indo Jelly Gum.....	47
Gambar 4. 4 Profil Facebook Yupi .....	54
Gambar 4. 5 Konten LPPOM MUI Klarifikasi Kandungan Produk Yupi di Facebook .....	55
Gambar 4. 6 Profil TikTok Yupi.....	59
Gambar 4. 7 Konten Promosi Produk Yupi di TikTok .....	60
Gambar 4. 8 Konten Klarifikasi Kandungan Produk Yupi di TikTok.....	61
Gambar 4. 9 Konten Klarifikasi Kandungan Produk Yupi di TikTok.....	62
Gambar 4. 10 Kolom Komentar @echaanaa_ di TikTok .....	64
Gambar 4. 11 Profil Instagram Yupi.....	65
Gambar 4. 12 Konten Klarifikasi Kandungan Produk Yupi di Instagram.....	66
Gambar 4. 13 Profil Youtube Yupi.....	68
Gambar 4. 14 Konten Sistem Jaminan Halal Produk Yupi di Youtube.....	69
Gambar 4. 15 Kolom Komentar Sistem Jaminan Halal Yupi.....	71
Gambar 4. 16 Konten Sistem Jaminan Halal Mutu Produk Yupi di Youtube .....	72
Gambar 4. 17 Kolom Komentar Youtube Yupi.....	74
Gambar 4. 18 Konten Media Gathering Yupi di Youtube .....	75
Gambar 4. 19 Website Kompas Klarifikasi Kandungan Produk Yupi .....	78
Gambar 4. 20 Media Release Ketentuan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal .....	79
Gambar 4. 21 Media Release Klarifikasi Kandungan Produk Yupi .....	80
Gambar 4. 22 Konten Kandungan Bahan Non Halal Produk Yupi di TikTok .....	83
Gambar 4. 23 Media Release Klarifikasi Kandungan Produk Yupi .....	85
Gambar 4. 24 Media Release Klarifikasi Kandungan Produk Yupi .....	87
Gambar 4. 25 Media Gathering Klarifikasi Kandungan Produk Yupi.....	88
Gambar 4. 26 Konten Kandungan Bahan Halal Produk Yupi di Instagram .....	89
Gambar 4. 27 Konten Klarifikasi Kandungan Produk Yupi di Facebook .....	90
Gambar 4. 28 Konten Kandungan Bahan Produk Yupi di TikTok.....	91
Gambar 4. 29 Cara Mengetahui Status Halal Produk Yupi .....	92
Gambar 4. 30 Logo Halal Yupi.....	93
Gambar 4. 31 Sertifikat Ketetapan Halal Yupi .....	94
Gambar 4. 32 Konten Campaign Lets Speak Up dan Halal di Instagram.....	96
Gambar 4. 33 Konten Campaign Lets Speak Up dan Halal di Sdn Saber .....	98
Gambar 4. 34 Konten Campaign Lets Speak Up dan Halal di Sdn Sanur .....	100
Gambar 4. 35 Konten Campaign Lets Speak Up dan Halal di Pondok Al - Wathoniyah .....	102
Gambar 4. 36 Konten Campaign Lets Speak Up dan Halal di Sdn Saber .....	103

Gambar 4. 37 Konten Champaign Lets Speak Up dan Halal di Sdn Sanur .....	104
Gambar 4. 38 Konten Kandungan Produk Yupi di Instagram .....	107
Gambar 4. 39 Sistem Jaminan Halal Yupi di Website.....	108

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Cek Hasil Turnitin.....	113
Lampiran Dokumentasi Penelitian 1.....	125
Lampiran Dokumentasi Penelitian 2.....	126
Lampiran Hasil Wawancara Key Informan 3.....	127
Lampiran Hasil Wawancara Informan 4.....	129