



**POLA TANGGAPAN PEMBERITAAN NEGATIF ISU
BROMAT PADA AIR AQUA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

@sehataqua

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
LISA SULY SETIANINGSIH
44221110059
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Suly Setianingsih
NIM : 44221110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pola Tanggapan Pemberitaan
Negatif Isu Bromat Pada Air
AQUA Di Media Sosial Instagram
@sehataqua

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 24 Juni 2025

UNIVERSITA
MERCU BUANA

SEPULUH RIBU RUPAH
10000
TGL. 20
METERAI
TEMPEL
4E91BALX200644894

Lisa Suly Setianingsih

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Lisa Suly Setianingsih
NIM	: 44221110059
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pola Tanggapan Pemberitaan Negatif Isu Bromat Pada Air AQUA Di Media Sosial Instagram @sehataqua

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

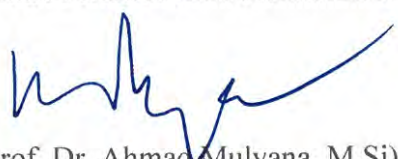
Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dr. Irmulansati	()
	Tomohardjo, SH, M.Si	
NIDN	: 0330077301	
Ketua Penguji	: Engga Probi Endri	()
	S.I.Kom., M.A	
NIDN	: 0317089402	
Penguji Ahli	: Andi Pajolloi Bate	()
	S.I.Kom., M.A, M.BA	
NIDN	: 0303069401	

Jakarta, 24 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

()
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Suly Setianingsih
NIM : 44221110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pola Tanggapan
Pemberitaan Negatif Isu
Bromat Pada Air AQUA Di
Media Sosial Instagram
@sehataqua

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juni 2025

Yang menvatakan,



(Lisa Suly Setianingsih)

ABSTRAK

Nama : Lisa Suly Setianingsih
NIM : 44221110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pola Tanggapan Pemberitaan Negatif Isu Bromat
Pada Air AQUA Di Media Sosial Instagram
@sehataqua
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H. M.Si

Isu kandungan senyawa Bromat dalam air minum dalam kemasan (AMDK) mencuat pada 16 Februari 2024 dan memicu kekhawatiran publik. Meski awalnya tidak menyebut merek tertentu, isu ini dengan cepat menjadi sorotan karena menyangkut kesehatan masyarakat. Sebagai salah satu merek AMDK terkemuka, AQUA turut terseret dalam polemik ini dan merespons kekhawatiran tersebut melalui akun Instagram resmi @sehataqua pada 24 Februari 2024, dengan menyatakan bahwa produknya aman dikonsumsi.

Namun, situasi kembali memanas ketika pada 28 Februari 2024, akun TikTok @masmasgalon69 menyebut bahwa AQUA memiliki kandungan Bromat tertinggi dibandingkan merek lain. Tuduhan ini memperbesar tekanan publik terhadap AQUA, mendorong perusahaan untuk lebih aktif merespons tuduhan tersebut melalui kanal media sosialnya. Dalam konteks ini, komunikasi strategis menjadi sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memperbaiki citra merek.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola tanggapan terhadap pemberitaan negatif mengenai isu Bromat oleh akun Instagram @sehataqua. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi terhadap konten unggahan terkait isu tersebut. Fokus utama adalah mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan AQUA dalam menghadapi krisis reputasi di ruang digital, khususnya melalui media sosial.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tanggapan AQUA terhadap isu Bromat

menggunakan strategi komunikasi krisis berdasarkan *Image Repair Theory* dari William Benoit, terutama dalam bentuk penyangkalan (*denial*) dan pengurangan dampak negatif (*reducing offensiveness*). Strategi ini diwujudkan melalui pernyataan bahwa produk AQUA aman dari Bromat serta penyampaian hasil uji laboratorium yang mengacu pada standar WHO. Gaya komunikasi yang digunakan bersifat informatif dan persuasif, dengan bahasa yang sederhana namun meyakinkan. Strategi ini mencerminkan upaya pemulihan citra yang efektif dan terstruktur dalam merespons pemberitaan negatif melalui media sosial.

Kata Kunci: AQUA, Bromat, Instagram, komunikasi krisis, strategi tanggapan, image repair



ABSTRACT

Name : Lisa Suly Setianingsih
NIM : 44221110059
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : Response Patterns to Negative News Regarding the
Bromat Issue in AQUA Bottled Water on the Instagram
Account @sehataqua
Counsellor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H. M.Si

The issue of Bromate compounds in bottled drinking water (AMDK) emerged on February 16, 2024, sparking public concern. Although no specific brands were initially mentioned, the issue quickly gained attention due to its implications for public health. As one of the leading bottled water brands in Indonesia, AQUA became entangled in the controversy and responded to public concerns through its official Instagram account, @sehataqua, on February 24, 2024, by stating that its products are safe for consumption.

The situation escalated further on February 28, 2024, when the TikTok account @masmasgalon69 claimed that AQUA had the highest Bromate content compared to other brands. This allegation increased public pressure on AQUA, prompting the company to take a more active approach in addressing the accusations through its social media channels. In this context, strategic communication became crucial in maintaining consumer trust and repairing the brand's reputation.

This study aims to analyze the response patterns to the negative news regarding the Bromate issue, as conveyed through the Instagram account @sehataqua. The research adopts a descriptive qualitative approach using content analysis of relevant posts. The main focus is to identify the communication strategies used by AQUA in managing its reputational crisis in the digital space, particularly through social media.

The analysis reveals that AQUA's response to the Bromate issue employed

crisis communication strategies based on William Benoit's Image Repair Theory, particularly the strategies of *denial* and reducing offensiveness. These strategies were demonstrated through statements asserting that AQUA products are free from Bromate contamination, supported by laboratory test results that refer to World Health Organization (WHO) standards. The communication style used was informative and persuasive, employing simple yet convincing language. This approach reflects an effective and structured image repair effort in response to negative publicity via social media.

Keywords: AQUA, Bromate, Instagram, crisis communication, response strategy, image repair



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-NYA, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “POLA TANGGAPAN PEMBERITAAN NEGATIF ISU BROMAT PADA AIR AQUA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @sehataqua” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tugas akhir ini disusun dalam rangka salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Hubungan Masyarakat. Semoga penelitian ini dapat menjadi motivasi bagi saya untuk terus meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menyusun penelitian tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari penelitian tugas akhir skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari semua pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung.

1. Ibu Dr. Irmulansati T., S.H., M.Si, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Mercu Buana, juga selaku pembimbing yang telah memberikan waktu dan panduan kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan juga telah sabar dan bersedia membimbing serta memberi masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir skripsi penelitian ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
4. Ibu Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
5. Bapak dan Ibu Dosen, beserta Staff Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana atas bantuan dan motivasi kepada penulis;

6. Allah SWT, yang telah memberikan saya kesehatan, kekuatan serta karunia-NYA untuk dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Kedua orangtua yang hebat Bapa Bedjo Waluyo dan Mama Rokhmatun yang selalu siap mendukung dalam hal materi maupun moril serta menjadi pilar kekuatan, penyemangat terbesar dalam hidup peneliti. Peneliti sangat berterimakasih atas cinta kasih sayang yang telah diberikan oleh Bapa dan Mama sepanjang perjalanan akademis peneliti. Tidak lupa atas semua doa yang tiada hentinya dipanjatkan oleh Ayah dan Mama untuk kebaikan peneliti.
8. Rahmat Aryanto yang selalu menemani dan selalu menjadi support sistem penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi, maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya, dan terima kasih telah menjadi bagian perjalanan saya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Rekan-rekan yang setia menemani keluh kesah selama penulis menempuh pendidikan , Putri yang telah menjadi sahabat yang selalu memberikan dukungan. Tak lupa seluruh teman-teman seperjuangan Angie, NurHikmah, Salsa, Ririn, Wulan, Rahma, Arin, Diana, Sabeth.
10. Seluruh pihak yang membantu penulis dalam penyelesaian penulisan Tugas Akhir ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.
11. Terakhir, Kepada diri saya sendiri Lisa Suly Setianingsih. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri dan Selamat melanjutkan perjalanan baru.

Penulis harap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa pada penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna,

maka itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak.

Terima kasih.

Jakarta, 14 Juni 2025

Lisa Suly Setianingsih



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademik	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kajian Teoritis	24
2.2.1 Komunikasi.....	24
2.2.2 <i>Public relation</i>	25
2.2.3 <i>Image Repair Theory</i>	27
2.2.4 Tanggapan.....	28
2.2.5 Pesan	29

2.2.6	Isu Manajemen.....	29
2.2.7	Pemberitaan	32
2.2.8	Media Baru	33
BAB III_ METODOLOGI PENELITIAN.....		34
3.1	Paradigma Penelitian	34
3.2	Metode Penelitian.....	35
3.3	Definisi Konsep & Kategorisasi Konsep.....	36
3.3.1	Definisi Konsep	36
3.3.2	Kategorisasi Konsep Penelitian	36
	Tabel 3. 1 Kategorisasi Konsep Penelitian	36
3.4	Unit Analisis.....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6	Teknik Analisis Data	46
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV_ HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.2	Tentang Perusahaan dan Profile Media Sosial Instagram Aqua.....	48
4.2.	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Hasil Unit Analisis 1 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	56
4.2.2	Hasil Unit Analisis 2 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	61
4.2.3	Hasil Unit Analisis 3 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	64
4.2.4	Hasil Unit Analisis 4 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	68
4.2.5	Hasil Unit Analisis 5 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	73
4.2.6	Hasil Unit Analisis 6 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	77
4.2.7	Hasil Unit Analisis 7 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	80
4.2.8	Hasil Unit Analisis 8 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	83
4.2.9	Hasil Unit Analisis 9 Berdasarkan Teori <i>Image Repair</i>	86
4.3	Pembahasan	89
4.3.1	Pola Tanggapan Melalui Postingan Instagram @sehataqua.....	90
BAB VI_ KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan.....	103

1.2	Saran	104
1.2.1	Saran Akademisi	104
1.2.2	Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN		111
Lampiran 1. Data Penelitian akun Instagram @sehataqua selama 24 Februari 2024 hingga 16 Mei 2024		111
Lampiran 2. Analisis Strategi Komunikasi AQUA pada Postingan Instagram @sehataqua Berdasarkan Teori Image Repair William L. Benoit		113
Lampiran 3. Curriculum Vitae Peneliti		119
Lampiran 4. Pernyataan <i>Similarity Check</i>		120



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Kategorisasi Konsep Penelitian	36
Tabel 3. 2 Unit Analisis	38
Tabel 4. 1 Hasil Unit Analisis 1	58
Tabel 4. 2 Hasil Unit Analisis 2	61
Tabel 4. 3 Hasil Unit Analisis 3	66
Tabel 4. 4 Hasil Unit Analisis 4	69
Tabel 4. 5 Hasil Unit Analisis 5	74
Tabel 4. 6 Hasil Unit Analisis 6	77
Tabel 4. 7 Hasil Unit Analisis 7	80
Tabel 4. 8 Hasil Unit Analisis 8	84
Tabel 4. 9 Hasil Unit Analisis 9	86
Tabel 4. 10 Pola Tanggapan Berbentuk Penyangkalan.....	91
Tabel 4. 11 Pola Tanggapan Pengurangan Dampak Negatif	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram AQUA	2
Gambar 1. 2 Isu Bromat Di Website Info Publik.....	4
Gambar 1. 3 Instagram AQUA	5
Gambar 1. 4 Isu Bromat AQUA lebih tinggi dari produk lain.....	6
Gambar 1. 5 Website AQUA	9
Gambar 1. 6 Postingan Instagram AQUA.....	10
Gambar 1. 7 Postingan Instagram AQUA.....	12
Gambar 4. 1 Display AQUA.....	49
Gambar 4. 2 Display AQUA.....	50
Gambar 4. 3 Instagram AQUA	54
Gambar 4. 4 Klarifikasi Produk AQUA Aman Dari Bromat.....	57
Gambar 4. 5 Video Reels Fakta AQUA 100% Murni	61
Gambar 4. 6 Slide Foto Ada Apa Dengan Bromat.....	65
Gambar 4. 7 Slide Foto 2 Pabrik AQUA Aman dari Bromat	69
Gambar 4. 8 Video Reels AQUA Berkomitmen Menjaga Kemurnian Airnya.....	73
Gambar 4. 9 Video Reels Apel Pagi AQUA (Pengecekan Bromat)	77
Gambar 4. 10 Video Reels Pemeriksaan Kadar Bromat Harian	80
Gambar 4. 11 Video Reels Pengujian 400 Parameter	83
Gambar 4. 12 Video Reels Apel Pagi AQUA dalam Menjaga Kemurnian AQUA	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian akun Instagram @sehataqua selama 24 Februari 2024 hingga 16 Mei 2024	90
Lampiran 2. Analisis Strategi Komunikasi AQUA pada Postingan Instagram @sehataqua Berdasarkan Teori Image Repair William L. Benoit.....	92
Lampiran 3. Curriculum Vitae Peneliti.....	98

