

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Hubungan Masyarakat atau biasa disebut sebagai Humas merupakan bagian dalam *corporate communication* suatu perusahaan. Humas adalah orang yang bekerja di suatu instansi di mana tugas seorang humas adalah menjadi jembatan antara instansi yang dinaungi dengan masyarakat. Humas mempunyai tugas yang penting dalam menyampaikan dan menerima pesan, baik dari instansi maupun dari masyarakat. Pesan harus dapat dimengerti sehingga tidak terjadi *miss communication* antara pengirim pesan dan sang penerima pesan. Jenis pesan ada dua, yakni pesan verbal maupun non-verbal. Pesan verbal adalah pesan yang menggunakan kata-kata dan dibicarakan secara langsung, pesan verbal juga disebut dengan komunikasi verbal di mana komunikasi verbal memiliki komponen-komponen yaitu suara, kata-kata, berbicara atau bahasa. Sedangkan pesan non-verbal atau komunikasi non-verbal merupakan pesan yang menggunakan bahasa isyarat, simbol-simbol, ataupun bahasa tubuh. Komunikasi ini lebih tua dibandingkan komunikasi verbal karena, secara otomatis orang yang berkomunikasi verbal pasti menggunakan komunikasi nonverbal.

Pesan sangat erat kaitannya dengan komunikasi. Komunikasi tidak akan terjadi jika tidak ada pesan di dalamnya. Pesan berfungsi untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan. Dengan adanya pesan, diharapkan dapat menimbulkan efek yang diinginkan dari komunikator. Ketika komunikator gagal menyampaikan pesan kepada komunikan, komunikator tersebut akan gagal mendapatkan efek yang ia harapkan. Ketika komunikator ingin mengirimkan pesan kepada komunikan yang lebih banyak, dibutuhkan media untuk menjangkau komunikan tersebut. Efek atau timbal balik bisa bermacam-macam. Ada yang positif, ada pula yang negatif. Tergantung bagaimana komunikator tersebut menyampaikan

pesan kepada komunikan. Seperti seorang humas yang ingin menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat, pasti humas tersebut membutuhkan media yang dapat

Seiring berkembangnya zaman yang semakin canggih, berkembang pula media-media dalam menyampaikan pesan atau dapat disebut dengan media baru. Media baru adalah media yang menggunakan teknologi internet atau berbasis online, dimana pengirim pesan dapat menyampaikan pesan dengan mudah ke banyak orang tanpa perlu bertatap muka. Banyak perusahaan menggunakan media baru dalam menyampaikan maupun menerima informasi. Perusahaan sangat penting mempunyai akun media sosial karena dapat menjangkau masyarakat luas dalam melakukan penyebaran pesan dan informasi maupun menerima pesan dan informasi dari masyarakat tersebut. Perusahaan pun harus mengetahui media baru apa saja yang lebih banyak digunakan oleh masyarakatnya agar ketika menyampaikan suatu pesan maupun informasi, masyarakat dapat dengan mudah mengakses pesan atau informasi tersebut. Salah satu media baru atau sosial media yang paling sering digunakan di Indonesia adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi jejaring sosial yang berfungsi untuk menyebarkan pesan atau informasi melalui unggahan foto yang disertai dengan *caption* atau keterangan terkait foto yang di unggah tersebut. Pada tahun 2018, Indonesia menempati urutan ke-3 sebagai negara dengan jumlah pengguna aktif Instagram terbesar. (sumber: teknologi.id) sehingga dapat kita simpulkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan Instagram sebagai sarana menyampaikan maupun pencarian pesan dan informasi.

Lion Air merupakan maskapai swasta nasional dari Indonesia yang didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000. Sudah 18 tahun Lion Air mengudara dan melayani masyarakat dalam rute penerbangan domestik di seluruh Indonesia dan beberapa rute internasional seperti Malaysia, Singapura, Saudi Arabia, dan China. Lion Air telah mendapat beberapa prestasi dan penghargaan selama 18 tahun mengudara. Beberapa di antaranya yaitu sertifikasi ISSA atau standar keselamatan dan keamanan berskala internasional yang

diberikan oleh IATA dan diraih pada Januari 2016. Lion Air sendiri merupakan dari Lion Air Group yang juga menaungi maskapai lainnya seperti Wings Air, Batik Air, Lion Bizjet, Malindo Air yang berbasis di Malaysia dan Thai Lion Air yang berbasis di Thailand. (Sumber: www.lionair.co.id).

Gambar 1. Maskapai Indonesia Terburuk



Sumber: Airlinesrating.com & katadata.com

Pada awal tahun 2016 lalu, situs airlinesrating.com merilis daftar maskapai penerbangan terburuk di dunia sepanjang tahun 2015, dan Lion Air menempati urutan ke-9. Tentu dengan adanya pernyataan ini, membuat citra Lion Air semakin buruk bahkan di kancah internasional. Lalu, pada penghujung tahun 2018 ini, tanggal 29 Oktober 2018 terjadi bencana dalam Lion Air. Setelah dinyatakan hilang kontak sejak lepas landas dari Bandara Soekarno Hatta selama 3 (tiga) jam, akhirnya ditemukan jatuh di Tanjung Karawang. Jatuhnya pesawat milik Lion Air penerbangan JT-610 dengan registrasi pesawat PK-LQP tujuan ke Pangkal Pinang yang membawa penumpang sebanyak 189 jiwa yang terdiri dari 178 orang dewasa, 1 (satu) anak-anak, 2 (dua) bayi, 2 (dua) kru kabin, dan 6 (enam) awak kabin pesawat. Hal tersebut

merupakan duka yang mendalam baik bagi keluarga korban maupun bagi Lion Air sendiri. (sumber: www.liputan6.com).

Corporate Communications Strategic Lion Air, Danang Mandala Prihantoro mengatakan, pesawat Lion Air JT 610 rute Jakarta-Pangkalpinang yang jatuh, belum lama beroperasi. Danang Mandala Prihantoro mengatakan, pesawat dengan registrasi PK-LQP jenis Boieng 737 MAX 8 itu baru dibuat pada tahun 2018. "Pesawat ini buatan 2018 dan baru dioperasikan oleh Lion Air sejak 15 Agustus 2018," ujar Danang, dalam keterangannya, Senin (29/10/2018). Meski demikian, ia menegaskan bahwa pesawat tersebut dinyatakan laik beroperasi. "Pesawat dinyatakan laik operasi," imbuhnya. (sumber: www.tribunjatim.com).

Dengan terjadinya bencana yang secara tiba-tiba ini, ini menambahkan *track record* Lion Air yang terkenal dengan lima catatan hitam yaitu salah antar penumpang, pilot mogok, tidak mengoperasikan rute, pencurian bagasi, dan yang paling viral adalah penerbangan yang sering *Delay*.

Gambar 2. 5 Catatan Hitam Lion Air



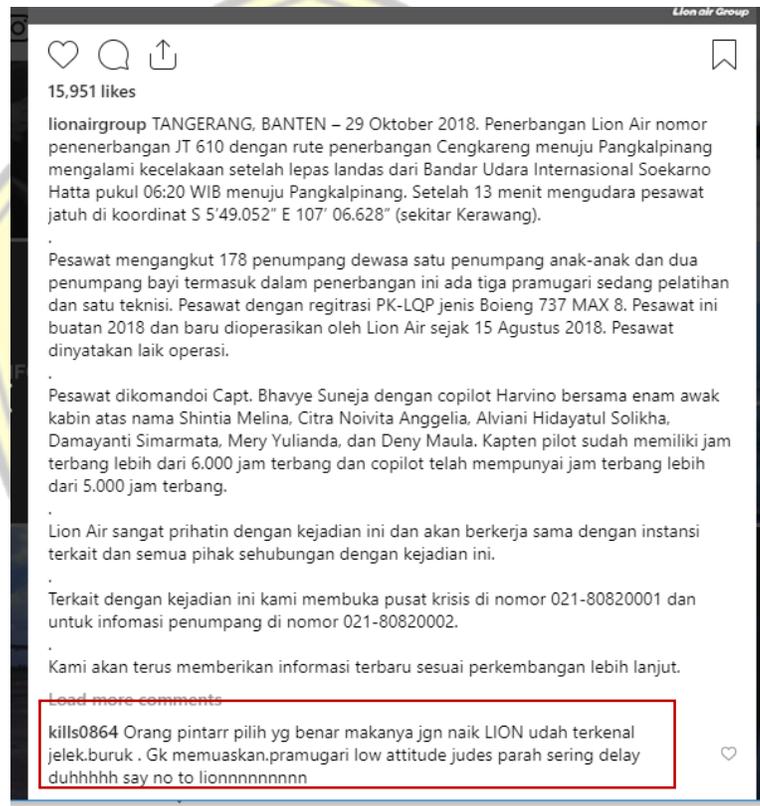
Sumber: Kemenhub, Tempo, Kompas.

Ketika kasus kecelakaan ini terjadi, masyarakat pasti mencari tahu informasi mengenai peristiwa yang terjadi. Pihak Lion Air harus segera memberikan pesan dan informasi terkait insiden tersebut. Humas juga harus dapat menyampaikan segala hal terkait kasus tersebut kepada masyarakat melalui bantuan media dengan jujur, rinci, cepat dan tanggap agar informasi yang diberikan dapat lebih tersebar luas sehingga masyarakat dapat segera mengetahui kebenaran tentang informasi tersebut. Ketika humas tidak memberikan *statement* apapun atau *no comment* terkait kasus yang sedang terjadi, hal itu akan membuat masyarakat bertanya-tanya dan media-media marah yang nantinya akan menambahkan masalah. Dalam menyampaikan pesan dan informasi, humas pun harus bisa membuat pesan yang terselubung didalam pesan dan informasi tersebut. Gunanya pesan yang terselubung tersebut adalah agar pesan tersebut dapat mempengaruhi komunikasi yang membacanya sehingga dapat menimbulkan efek yang diinginkan humas tersebut. Jadi, humas perusahaan harus segera mungkin mengeluarkan pesan pernyataan yang resmi sehingga ketika kasus sedang terjadi, para media dapat memberitahu kebenarannya dan dapat menginformasikan terkait kasus tersebut pada *public*, masyarakat pun menjadi tidak bertanya-tanya karena sudah merasa puas keingintahuannya terpenuhi. Ketika keingintahuan masyarakat akan suatu informasi tidak terpenuhi, dikhawatirkan akan timbul berita-berita miring atau isu simpang siur terkait kasus tersebut dan berujung menjadi krisis yang semakin besar.

Dengan berbagai kasus yang menimpa maskapai penerbangan Lion Air, deretan kasus tersebut membentuk opini publik bahwa maskapai Lion Air merupakan maskapai yang buruk kemudian terbentuklah menjadi citra buruk perusahaan. Tentu deretan kasus tersebut dapat mempengaruhi sikap masyarakat mengenai maskapai Lion Air. Masyarakat akan menjadi tidak peduli lagi dengan apapun yang berhubungan dengan Lion Air, misalnya seperti tidak mau menerima informasi apapun lagi yang diberikan oleh Lion Air. Dengan berubahnya sikap masyarakat terhadap Lion Air tersebut, hal tersebut dapat mempengaruhi pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Lion Air. Pada gambar di bawah ini, seorang *netizen* mengatakan “*say no to Lion*” karena *track record*

Lion Air yang lebih terkenal dengan citra buruknya. Ketika masyarakat tidak percaya lagi kepada maskapai Lion Air, hal tersebut dapat merubah sikap seseorang sehingga bisa mempengaruhi jasa yang disediakan Lion Air kepada masyarakat yaitu jasa penerbangan. Dikhawatirkan karena masyarakat tidak percaya lagi terhadap Lion Air, bisa membuat penurunan penjualan tiket penerbangan dan berujung kepada kebangkrutan perusahaan.

Gambar 3. Pendapat Netizen



Sumber: Instagram Lion Air

Pada gambar di atas, seorang netizen mengomentari unggahan Instagram Lion Air dengan isi komentar yang menyampaikan kekecewaannya terhadap maskapai Lion Air. Sikap netizen tersebut dikhawatirkan dapat mempengaruhi masyarakat lainnya yang membaca kolom komentar pada unggahan Instagram Lion Air yang berwarna

hitam-putih tersebut karena dalam bersosial media, semua orang dapat melihat dan dapat mengetahui apa yang ingin diketahui. Tidak sedikit pula masyarakat Indonesia yang masih menggunakan jasa penerbangan dari maskapai Lion Air. Maskapai Lion Air masih menjadi pilihan masyarakat karena murah harga penjualan tiket bahkan maskapai Lion Air masuk kedalam 10 maskapai murah yang bersaing di ASEAN. Tetapi, dengan adanya kasus jatuhnya pesawat JT-610 ini, dikhawatirkan memengaruhi penjualan tiket pesawat Lion Air.

Gambar 4. Infografis maskapai pesawat murah



Sumber: Kata Data

Lion Air mempunyai media resmi milik Lion Air Group dalam menginformasi apapun terkait Lion Air yaitu Website, Twitter dan Instagram. Dalam kasus ini, humas Lion Air melakukan penyebaran informasi terkait kasus tersebut salah satunya menggunakan media sosial Instagram. Media sosial Instagram adalah jejaring sosial

yang mempunyai fungsi untuk membagi foto beserta keterangan terkait foto tersebut. Media sosial Instagram digunakan pihak Lion Air dalam menginformasi karena ketika terjadi suatu kasus pada perusahaan, sangat penting bagi humas agar segera mungkin menginformasikan kepada masyarakat terkait kasus tersebut, walau respon yang akan didapatkan perusahaan pada kasus tersebut negatif ataupun positif. Pada kasus jatuhnya pesawat ini, selain menginformasikan melalui *press release* yang dilakukan oleh presiden direktur Lion Air, pihak humas atau *corporate communication* Lion Air menginformasikan kasus tersebut ke masyarakat melalui *Instagram* dengan mengunggah foto terkait kejadian menggunakan warna hitam dan putih.

Gambar 5. Postingan *Instagram* Lion Air



5,509 likes

lionairgroup Lion Air menyediakan kurang lebih 150 Family Assistance untuk membantu dan mendampingi keluarga korban hingga semua urusan yang berubungan dengan kejadian #JT610 terselesaikan.

Sumber: @lionairgroup

Unggahan foto tersebut juga menggunakan keterangan terkait foto yang di unggah tersebut atau *caption* yang menginformasi masyarakat terkait kasus yang tengah terjadi tersebut serta menunjukkan dan memberitahu kepada seluruh masyarakat yang mengikuti Instagram Lion Air bahwa pihak Lion Air bertanggung jawab atas insiden yang terjadi, yaitu kasus jatuhnya pesawat JT610. Logo Lion Air pun yang tadinya berwarna merah dan putih, kini menjadi putih dan hitam. Dengan postingan-postingan tersebut, humas Lion Air secara tidak langsung berupaya untuk memertahankan citra perusahaannya agar tidak semakin buruk dan juga pihak Lion Air berusaha untuk mempertahankan sikap masyarakat Indonesia *followers* Instagram @lionairgroup yang menjadi pengguna jasa Lion Air agar tidak berdampak pada jasa yang pihak Lion Air sediakan dan perusahaan tetap ada dan berjalan lancar. Tetapi, apakah pesan pada unggahan Instagram tersebut benar-benar mempunyai pengaruh dalam sikap masyarakat agar tetap menggunakan jasa dari maskapai Lion Air dalam melakukan penerbangan? Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui “***Pengaruh Pesan Pada Unggahan Instagram Berwarna Hitam-Putih JT610 Lion Air Terhadap Sikap Masyarakat Indonesia. (survei terhadap followers Instagram @lionairgroup).***”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian ini yaitu: Adakah pengaruh pesan pada unggahan Instagram Lion Air berwarna hitam-putih JT610 terhadap sikap masyarakat Indonesia yang mem-*follow* Instagram @lionairgroup?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti menentukan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pesan yang disampaikan humas Lion Air dalam unggahan Instagram berwarna hitam-putih JT610 terhadap sikap masyarakat Indonesia yang mem-*follow* Instagram @lionairgroup.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi berbagai kalangan. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis.

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan rangsangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi karya ilmiah mahasiswa komunikasi selanjutnya umumnya dalam teori komunikasi, khususnya pada teori integrasi informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan-perusahaan atau lembaga-lembaga mengenai pentingnya menyampaikan pesan agar dapat berpengaruh pada sikap masyarakat yang secara tidak langsung akan berdampak pada perusahaan tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Didalam bab ini, berisi tentang signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan peneliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian dasar untuk menyelesaikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan peneliti berupa metode pengumpulan data, penetapan *key-informant* dan *informant*, Teknik analisis data, Teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

BAB V PENUTUP

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

LAMPIRAN

Lampiran ini berisikan data-data pendukung untuk penelitian seperti perhitungan statistic dan dokumentasi.