



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations saat ini merupakan salah satu bagian terpenting bagi perusahaan. Perusahaan tidak akan bertahan lama apabila perusahaan tersebut memiliki citra yang negatif dimata publik. Dan *public relations* memiliki peran untuk membangun citra positif seperti yang diungkapkan oleh Cutlip & Centre and Canfield dalam Ruslan Rosady (2010:19) salah satunya adalah *public relations* berperan untuk menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, mengatur arus informasi, dan publikasi juga pesan dari badan atau organisasinya dan sebaliknya untuk menciptakan citra positif bagi kedua pihak.

Oleh karena itu, pada umumnya *public relations* dari maskapai penerbangan akan aktif melakukan kegiatan *media relations* sebagai bentuk tanggung jawab informasi dan juga menciptakan pemahaman bersama dengan melakukan aktifitas komunikasi kepada publik seperti melakukan *press conference*, *media gathering*, atau menyebarkan *press release* agar informasi yang diterima publik adalah informasi yang benar, dan dapat dipercaya.

Pada akhirnya poin-poin tersebut akan berkembang kepada sebuah citra dan reputasi yang baik terhadap maskapai penerbangan saat perusahaan aktif dalam

melakukan kegiatan komunikasi kepada para pelanggannya. *Public relations* pada saat ini berkembang menjadi sebuah aktifitas dari *corporate communications* dalam sebuah perusahaan maskapai penerbangan, sehingga *corporate communications* memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan informasi kepada khalayak. seperti yang diungkapkan oleh Argenti yang dikutip dalam buku *The Essentials of Corporate Communications and Public Relations* (2006) yaitu *Corporate communication emerged as a means of harnessing and coordinating all the various communication elements in an organization so that messages could be managed and consistency could be ensured*. Pengertian yang diungkapkan oleh Argenti mengenai *Corporate Communications* tersebut yaitu mengkoordinasikan kepada semua unsur elemen komunikasi dalam suatu organisasi sehingga pesan tersebut dapat dikelola dan konsisten. *Corporate communications* memiliki beberapa elemen, yaitu *public relations, community relations, media relations, shareholder relations, employee relations*.

Dewasa ini, industri penerbangan di Indonesia menjadi salah satu industri yang tengah disorot banyak pihak. Bermula dari kejadian jatuhnya salah satu pesawat di perairan Indonesia yang kemudian terungkap masalah-masalah baru yang ada di dalam industri penerbangan dalam negeri. Hal tersebut tentunya memiliki dampak negatif bagi maskapai-maskapai penerbangan, salah satunya

adalah penurunan jumlah penumpang yang disebabkan karena *trust* calon penumpang angkutan udara terhadap maskapai penerbangan berkurang.

Selain terungkapnya masalah-masalah yang ada di dalam industri penerbangan, maskapai-maskapai penerbangan pun tak luput dari masalah yang membuat sorotan publik pun semakin tertuju langsung pada maskapai tersebut. Salah satunya adalah keterlambatan penerbangan atau *delay*. *On time performance* menjadi salah satu bagian yang penting untuk diperhatikan oleh setiap maskapai. Dan ketika *on time performance* tidak dikelola dengan baik, maka hal tersebut juga dapat membuat citra yang negatif bagi maskapai penerbangan.

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, merupakan salah satu maskapai yang melihat bahwa aktifitas *corporate communications* sebagai hal yang penting bagi perusahaan. Maskapai milik negara ini sebelumnya mengalami masa-masa yang tidak baik bagi sebuah perusahaan. Baik dari kegiatan operasional, keuangan perusahaan, bahkan manajemen perusahaan bermasalah. Ditambah pada tahun 2007, maskapai Garuda Indonesia mengalami peristiwa jatuhnya pesawat Boeing 737 di Yogyakarta. Dari peristiwa ini, menjadi sebuah berita buruk bagi maskapai-maskapai penerbangan Indonesia khususnya Garuda Indonesia, yaitu munculnya larangan untuk menerbangi rute Eropa karena alasan keselamatan.

Reputasi yang buruk tersebut akhirnya dapat menjadi titik balik PT Garuda Indonesia dengan melakukan transformasi di semua lini perusahaan. Namun, transformasi tersebut tidak berarti tanpa adanya kegiatan komunikasi ke khalayak. Transformasi yang dilakukan perusahaan penerbangan ini selalu didukung oleh aktifitas dari divisi *corporate communications*, salah satunya ialah unit *public relations*. *Public relations* Garuda Indonesia berperan untuk merubah persepsi khalayak dari yang negatif menjadi positif. Terbukti, pada tahun 2009 beberapa media asing seperti New York Times, Air Transport World, The Business Times, Business Asia memberitakan tentang hal positif yang telah dicapai oleh Garuda Indonesia. Pada tahun berikutnya, Garuda Indonesia juga mendapatkan penghargaan “*Airline Turnaround of the Year*” pada tahun 2010 oleh Centre for Asia Pacific Aviation dan predikat “*the world’s most improved airline*” oleh Skytrax di tahun 2011, dan penghargaan–penghargaan selanjutnya diraih oleh Garuda Indonesia setiap tahunnya sampai kepada di tahun 2014 yaitu “*World’s best cabin crew*” dan “*5-Star Airline*” oleh Skytrax.

Prestasi–prestasi yang berhasil dicapai oleh Garuda Indonesia merupakan menjadi salah satu faktor keberhasilan dari aktifitas elemen *corporate communications* yaitu melalui *public relations* dengan melakukan fungsi *media relations*, yaitu dengan menyebar luaskan informasi–informasi positif baik kinerja atau performa yang dilakukan dan dicapai oleh Garuda Indonesia kepada publik melalui media massa sebagai perantara sehingga dapat mengembalikan

kepercayaan publik dan membuat *brand* Garuda Indonesia lebih dikenal sebagai maskapai penerbangan aman, nyaman, dan terbaik di Indonesia bahkan menjadi salah satu maskapai penerbangan terbaik di dunia dengan bergabungnya Garuda Indonesia dengan aliansi global Skyteam.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan latar belakang di atas, maksud dan tujuan penulis melakukan magang adalah:

1. Untuk mengetahui peranan unit *public relations* di PT Garuda Indonesia.
2. Untuk mengetahui aktivitas *media relations* PT Garuda Indonesia sebagai sebuah badan usaha milik negara (BUMN) dan industri transportasi udara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan kerja magang oleh penulis dilakukan selama dua bulan, terhitung dari 02 Februari – 02 April 2015 di dalam divisi *Corporate Communications*, unit *Public Relations*. Jam kerja yang ditetapkan oleh pihak Garuda Indonesia adalah sebagai berikut:

- Senin – Kamis, pukul 07.30 – 16.30
- Jumat, pukul 07.30 – 17.00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

Tahapan awal penulis untuk memulai pelaksanaan magang diawali dengan tahap persiapan oleh penulis yaitu mempersiapkan *curriculum vitae* (CV) dan surat lamaran yang kemudian penulis ajukan kepada SM Public Relations PT Garuda Indonesia melalui *e-mail* dan langsung diteruskan kepada SM General Support Garuda Indonesia Training Center (GITC).

Selanjutnya penulis membawa kelengkapan administrasi seperti Surat Pengantar Kerja Magang (Form KM-02) yang telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi akan dilampirkan bersama CV, surat lamaran, beserta copy KTP dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) dan diantar ke GITC, Jl. Raya Duri Kosambi No. 125, Cengkareng, Jakarta Barat. Setelah melengkapi perlengkapan administrasi kerja magang, penulis kemudian mendapatkan konfirmasi penerimaan kerja magang di Garuda Indonesia di unit *Public Relations* yang dapat dimulai pada 2 Februari 2015 hingga 2 April 2015.

Surat penerimaan kerja magang yang penulis terima, kemudian penulis serahkan kepada pihak universitas untuk mendapatkan dokumen – dokumen (lembar absensi, lembar penilaian, dan lain – lain) yang harus diisi pada saat proses kerja magang dan akan dilampirkan pada saat melaporkan kerja magang.