

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri maskapai penerbangan di Indonesia semakin berkembang pesat, didukung dengan kebutuhan mengenai transportasi udara semakin meningkat. Dengan mengusung (*low cost carier*) atau penerbangan dengan biaya yang sangat terjangkau, banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Tersedianya promosi tiket, baik itu pada saat *peak season* maupun *low season*. Masing-masing manajemen maskapai penerbangan menerapkan berbagai strategi agar mampu bersaing dan terus berkembang sejalan dengan tuntutan konsumen. Setiap manajemen maskapai penerbangan berusaha untuk memperoleh dukungan publik melalui citra (*image*) positif yang ditampilkan perusahaan, baik itu fasilitas maupun pelayanan yang ditawarkan. Citra positif ini diharapkan dapat mempengaruhi jumlah konsumen dari masing-masing maskapai penerbangan.

Salah satu perusahaan penerbangan terbesar di Indonesia adalah PT Lion Mentari Airlines yang didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000. Beroperasi sebagai Lion Air, maskapai penerbangan ini telah menguasai sebagian besar pangsa pasar domestik. Berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. Lion Air terbang ke kota-kota di Indonesia, Singapura, Vietnam, Malaysia dan Arab Saudi. Basis utama dari maskapai penerbangan ini adalah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, Jakarta.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pasti melibatkan banyak faktor untuk menjaga reputasi dan citra, karena tipikal *customer* yang dimilikinya berbeda-beda. PT Lion Mentari Airline sendiri, membutuhkan keberadaan hubungan masyarakat (*humas*) atau *public relations* (PR) dalam menunjang manajemen untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Fungsi humas menurut Cutlip and center (dalam Kusumatuti 2002: 23-24) adalah membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal. Humas tidak hanya sekedar membuat rancangan strategis, sebagai juru bicara perusahaan, melainkan menurut Wicaksono Noeradi (dalam Kriyanto, 2012: 94) hampir 70% kegiatan humas merupakan aktivitas tulis-menulis. Adapun kegiatan tulis-menulis tersebut antara lain: *news letter*, majalah dinding (*message board*),

company profile, press release, annual report, naskah pidato maupun iklan korporat.

Tugas humas Lion Air antara lain: mempromosikan produk dan layanan, menerbitkan brosur atau *company profile*, mempersiapkan temu pers, menciptakan kerja sama dengan pemerintah, menciptakan kerja sama dengan kalangan industri, menciptakan hubungan baik dengan media, serta membuat *press release*.

Adapun humas menjalin hubungan baik dengan media, itu merupakan salah satu bentuk kegiatan humas eksternal yaitu *media relations*. Lesly (dalam Iriantara 2006: 13) menguraikan *media relations* sebagai “berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap organisasi”. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan yang dilakukan organisasi/perusahaan dalam menjalankan *media relations* berupa publisitas. Sedangkan kegiatan yang bisa menopang publisitas itu adalah merespons kepentingan media.

Di lain pihak melalui pers kegiatan penyebaran informasi perusahaan dapat diketahui masyarakat luas, dan bila ada pendapat dari sebagian publik yang bernada sumbang terhadap perusahaan, maka pers dapat memberi bantuan untuk menetralsir pendapat publik tersebut melalui informasi yang di dapatnya, sehingga pers dapat membantu untuk menghasilkan opini publik yang menguntungkan terhadap citra perusahaan. Dalam prakteknya seorang humas suatu organisasi, sedikitnya harus mengetahui ikhwal jurnalistik, terutama sekali di dalam mempersiapkan suatu *press release*.

Press release atau Siaran Pers biasanya menjadi suatu cara yang digunakan oleh para praktisi dalam menyampaikan informasi kepada publik organisasi melalui media massa (Prayudi, 2007: 21-22). Siaran Pers memang menjadi suatu produk PR yang paling banyak dan sering digunakan untuk menginformasikan perusahaan kepada khalayak karena kepraktisan dan keefektifannya. Siaran Pers dikirimkan kepada media cetak (koran, majalah) atau media elektronik seperti televisi, radio maupun *online*.

Dalam membuat sebuah siaran pers yang baik menurut Smith (dalam Sopian 2016: 18) informasinya harus mengandung nilai berita dan tulisannya pun berkualitas. Penulisan siaran pers yang berkualitas tampak dari penggunaan kalimat yang ringkas dan bahasanya sederhana. Penggunaan bahasa sederhana ini, berkenaan dengan penggunaan kata atau kalimat yang mudah dipahami oleh publik pembaca. Ciri lain dari siaran

pers berkualitas yaitu disajikan secara faktual atau berdasarkan fakta, bukan pendapat penulis.

Oleh karenanya, dalam penulisan siaran pers memasukkan unsur seperti: *Who, What, When, Why, Where*, dan *How* yang disingkat dengan 5W+1H. Siaran pers memiliki struktur penulisan yaitu mengacu pada struktur piramida terbalik. Di atasnya disertai *lead* atau teras tulisan dan di bagian paling atas adalah judul.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diketahui dalam melakukan pembuatan siaran pers adalah dengan memosisikan diri sebagai reporter. Dan hal tersebut didukung dengan terjalinnya hubungan baik antara humas dengan media. Serta humas juga harus memahami media itu sendiri. Humas dapat memisahkan berita tentang perusahaan, agar tidak tercampur dengan upaya promosi yang berlebihan dan dapat memilih tema yang menarik dan sesuai dengan target media.

1.2 Rumusan Masalah

Siaran pers yang dibuat oleh humas Lion Air sudah dimuat oleh media, seperti dalam pemberitaan yang dikutip dari Liputan6.com pada 13 Mei 2017 dengan judul berita Maskapai Lion Air Tambah Rute Internasional. Adapun isi beritanya, maskapai Lion Air kembali membuka rute barunya. Tidak tanggung – tanggung, maskapai yang berada di bawah naungan Lion Air Group ini akan membuka tiga penerbangan internasional pada kuartal II 2017. Dan dipertegas oleh pernyataan Manager Lion Air Group, “Selain memperluas jaringan konektivitas untuk destinasi internasional, rute ini kami lakukan untuk terus mendorong wisatawan asing agar berlibur di Indonesia,” ujar Andy M. Saladin.

Hal tersebut menunjukkan bahwa siaran pers yang diberikan PT Lion Mentari Airlines kepada pihak media massa, berhasil dipublikasi. Akan tetapi, siaran pers tersebut tidak sejalan dengan citra “*delay*” yang melekat pada maskapai Lion Air. Perusahaan yang memiliki slogan “*we make people fly*” tersebut sering diganti oleh masyarakat menjadi “*we make people delay*”. Dikarenakan seringnya penerbangan mengalami keterlambatan jadwal sehingga masyarakat menjadi kesal. Pemberitaan dari media massa juga menambah kekesalan masyarakat.

Dikutip dari Metrotvnews.com 10 Februari 2016 dengan judul berita Lion Air, Citra Delay dan Tugas Berat PR. “...Maskapai penerbangan swasta nasional tersebut kerap menjadi objek curhatan negatif orang di media sosial yang kemudian menjadi viral. Sebagian besar berita Lion Air disitus yang Anda baca ini juga terkait dengan hal negatif, terutama keterlambatan alias *delayed*. Efek keterlambatan jadwal

penerbangan ini cukup berat untuk Lion Air. Mereka kerap jadi bahan olok-olok, misalnya, “Murah kok minta selamat”, “Lie On Air”, dan seterusnya”.

Menanggapi hal tersebut, Direktur Utama Lion Air, Edward Sirait tengah berupaya menghapus citra buruk Lion Air sebagai maskapai yang sering mengalami keterlambatan atau penundaan jadwal penerbangan (*delay*). Dikutip dari Merdeka.com pada 6 Februari 2018, “Tahun ini kami sedang ingin membentuk opini. Dari tadinya *delay*, kami ingin perbaikannya,” kata Edward dalam sebuah acara diskusi di Kawasan Harmoni, Jakarta Pusat, Senin (5/2/2018).

Uraian di atas menjelaskan bahwa siaran pers telah dimuat di media, dari banyaknya pemberitaan, citra *delay* tetap melekat pada maskapai Lion Air. Maka timbul pertanyaan dibenak peneliti, Apakah disebabkan karena syarat siaran pers yang tidak terpenuhi? Apakah masyarakat kurang paham? Atau Apakah salah dalam memilih media?. Sejalan dengan pernyataan Edward Sirait, mengenai upaya menghapus citra buruk dengan membentuk opini. Maka Peneliti fokus pada pemenuhan syarat siaran pers. Penting hal tersebut dilakukan, agar opini yang berkembang melalui postingan berita tentang Lion Air diharapkan ada perubahan. Serta citra positif yang diharapkan dapat tercapai.

Berdasarkan penjabaran yang telah diuraikan diatas, maka peneliti telah menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana pemenuhan syarat berita pada siaran pers PT Lion Mentari Airlines Periode 2017 (Januari-Desember)?

Serta telah menentukan judul penelitian, sebagai berikut: **“Pemenuhan Syarat Berita Dan Gaya Penulisan Pada Siaran Pers PT Lion Mentari Airlines Periode 2017”** sebagai bahan penelitiannya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui apa sajakah pemenuhan syarat berita dalam siaran pers dan apakah sudah memenuhi syarat berita pada siaran pers yang dibuat oleh Humas PT Lion Mentari Airlines.
2. Untuk mengetahui penerapan gaya penulisan pada siaran pers yang di buat oleh Humas PT Lion Mentari Airlines.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini ditujukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan pada perkembangan ilmu dibidang siaran pers. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi pengetahuan tentang karakteristik jenis siaran pers dan syarat berita pada siaran pers.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi para praktisi humas mengenai analisis isi pemenuhan syarat berita pada siaran pers.



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul