

Manajemen komunikasi krisis Garuda Indonesia melalui peran hubungan masyarakat dan media = Crisis communication management of Garuda Indonesia through the role of public relations and the media / Muhammad Adri Fahreza manajemen

Muhammad Adri Fahreza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498908&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam situasi krisis, perusahaan harus dapat mengirim pesan mereka kepada publik dengan baik di media. Media memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik secara efisien dan mampu menciptakan persepsi publik terhadap suatu perusahaan. Oleh karena itu, tujuan dari jurnal ini adalah untuk memahami bagaimana Garuda Indonesia mengelola strategi komunikasi dan hubungan masyarakat mereka selama krisis tertentu seperti kecelakaan Boeing 737-400 pada tahun 2007 di Yogyakarta yang dapat menyebabkan penurunan reputasi Garuda Indonesia. Penelitian ini akan didasarkan pada Two-step flow of Communication (Lazersfeld, Berelson, & Gaudet, 1944) yang menjelaskan bagaimana para pemimpin opini memperhatikan media massa dan menyampaikan interpretasi mereka terhadap pesan-pesan media kepada orang lain dan Timothy Coombs (2007) Situational Crisis Communication Theory yang memberikan strategi komunikasi krisis, pedoman dan juga tipe & kluster ketika sebuah perusahaan menghadapi krisis. Penelitian ini akan didasarkan pada data sekunder yang akan didasarkan pada beberapa artefak dan juga koleksi data lainnya. Dari pengumpulan data, kita dapat mengatakan bahwa Garuda Indonesia memiliki rekor dan prestasi yang hebat, dan menunjukkan bahwa Garuda Indonesia dapat menggunakannya untuk melawan segala krisis yang mungkin terjadi. Dari hasilnya juga diketahui bahwa Garuda Indonesia sebagian besar menyusun pesan mereka dengan menggunakan teori: membangun kembali, dan memperkuat strategi respons krisis. Makalah ini juga dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana ketika krisis komunikasi terjadi, pesan yang disampaikan akan memainkan peran yang sangat penting.

<hr>

ABSTRACT

In crisis situations, companies must be able to send their messages to the public properly in the media. The media provides beneficial information to the public efficiently and is able to create public perception towards a company. Therefore, the purpose of this journal is to understand how Garuda Indonesia managed their communication and public relations strategies during certain crisis such as the Boeing 737-400 crash in 2007 in Yogyakarta which might lead to a downgrade reputation of Garuda Indonesia. This research will be based on Two-step flow of Communication (Lazersfeld, Berelson, & Gaudet, 1944) that explains how opinion leaders pay close attention to the mass media and pass on their interpretation of media messages to others and Timothy Coombs (2007) Situational Crisis Communication Theory which provides crisis communication strategies, guidelines and also types & clusters when a company is facing a crisis. This research will be based on secondary data that will draw upon several artefacts and also other data collections. From the data collection, we can say that from the exceptional records of Garuda Indonesia and

their track records, it indicates that Garuda Indonesia can use these to counter any crisis that might happen. The result also found out that Garuda Indonesia mostly craft their messages by using the theorys: rebuild, and bolstering crisis response strategies. This paper can also give an understanding of how when crisis communication occurs, the message that is being conveyed will play such a significant role.