

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi seperti sekarang ini berkembangnya informasi dan teknologi yang begitu pesat yang dapat disikapi baik dengan positif ataupun negatif. Dalam penggunaan teknologi komunikasi merupakan faktor yang sangatlah penting dimana sebagai penunjang penggunaan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan yang juga memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan terampil. Komunikasi sangat dibutuhkan misalnya dalam penyampaian informasi, mengajak seseorang untuk bertindak dan melakukan perubahan atau komunikasi juga bisa sebagai bentuk perintah. Komunikasi juga diartikan sebagai proses penyampaian pesan sehingga pesan yang akan disampaikan dapat dimengerti dan diterima dengan baik oleh penerima. Komunikasi itu sendiri tak hanya penting dalam kehidupan sehari-hari bagi individu ataupun kelompok akan tetapi komunikasi yang efektif juga dibutuhkan dalam sebuah organisasi. Akan tetapi dalam kenyataan komunikasi yang efektif sekalipun tidak menjamin bahwa perusahaan atau organisasi tersebut akan terbebas dari krisis.

Dalam sebuah organisasi dimungkinkan mengalami suatu krisis dalam operasional sehari-hari. Ketika itu terjadi krisis yang ada tersebut haruslah dapat ditangani dengan baik. Pada setiap krisis mempunyai pengaruh pada citra organisasi, khususnya ketika krisis tersebut berdampak menjadi luas, yang mengakibatkan dalam

sebuah organisasi akan mengalami kerugian yang besar, seperti menurunnya tingkat penjualan, keuntungan, nilai saham, dan rasa percaya diri.

Potensi krisis pada sebuah perusahaan hampir setiap waktu mengincar perusahaan baik itu berasal dari dalam ataupun luar perusahaan, sehingga pemahaman akan krisis sangatlah diperlukan dan nantinya dilanjutkan pada pemahaman bagaimana mengelola sebuah krisis. Berbagai krisis yang sedang melanda beberapa perusahaan dalam beberapa tahun terakhir menjadi sebuah pelajaran dan memerlukan kajian yang lebih mendalam agar dimasa yang akan datang berbagai macam krisis yang terjadi di perusahaan dapat ditanggulangi dengan strategik manajemen krisis yang lebih baik, efisien dan tepat sasaran. Dalam konteks ini maka fungsi strategic manajemen krisis menjadi penting bagi pihak manajemen perusahaan dalam menyelesaikan berbagai permasalahan dan mengakhiri kondisi krisis yang sedang melanda perusahaan dan menciptakan image yang lebih baik lagi sebelum krisis terjadi di perusahaan.

Krisis dapat diartikan sebagai sebuah situasi yang tidak stabil dengan berbagai kemungkinan menghasilkan hasil yang tidak diinginkan. Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa jika organisasi mengalami krisis, maka prosedur-prosedur normal tidak dapat berjalan dengan baik. Organisasi mengalami keterlanjutan. Jika situasi ini terus berlanjut dalam waktu yang lama, akan menghasilkan beberapa hasil negatif yang tidak diharapkan. (Rachmat, 2014, p. 172)

Kasali juga mengemukakan Langkah-langkah pengelolaan krisis yaitu mendefinisikan krisis, sehingga dapat diketahui siapa saja yang akan terkena

dampaknya. Kedua, menjabarkan Langkah selanjutnya untuk mengurangi resiko yang ditimbulkan oleh krisis, ketiga, mengidentifikasi penyebab krisis. Keempat memerhatikan Langkah manajemen yang bertanggung jawab, yaitu siap, mudah bekerjasama dan kredibel. (Kasali, 2005 : 496).

Dalama krisis komunikasi, dalam perusahaan dimana hubungan baik dalam manajemen suatu perusahaan bisa mengakibatkan perusahaan tersebut menjadi kurang dipercaya karena dari faktor internalnya saja sudah tidak dapat dipercaya. Dalam penelitian ini penulis ingin melakukan sebuah penelitian yang mendeskripsikan kinerja *Public Relations* PT Lion Air Group dalam menjalankan manajemen krisis, dimana yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah bagian *Public Relations* dan Internal perusahaan pada PT Lion Air Group. Pada perusahaan PT Lion Air Group tentunya pada setiap organisasi di dalamnya mengharapkan setiap hari akan semakin baik, baik kinerja, kekompakan anggotanya, prestasinya juga reputasinya. Namun hal tersebut tampaknya tidak dapat dijalankan dengan sebagaimana mestinya. Karyawan merasa adanya pilih kasih pada pemberian hak libur yang tidak sepadan beban kerja yang tidak sepadan satu dengan yang lainnya, karyawan yang lebih didengar adalah karyawan yang aktif pada saat melakukan meeting organisasi dan pada saat di grup whatsapp saja serta karyawan yang hanya ditempatkan di posisi sentral. Keadaan tersebut tanpa disadari telah menciptakan jarak antar anggotanya. Dimana adanya jarak tersebut dapat mengganggu jalannya suatu organisasi. Ketika adanya suatu informasi yang penting terkait pekerjaan karyawan yang dalam pekerjaan dalam dunia penerbangan informasi

teraktual adalah hal yang sangat penting dimana setiap informasi selalu update mengenai prosedur, informasi penerbangan terbaru seperti penutupan bandara pembatalan penerbangan baik karena bencana ataupun karna internal perusahaan yang hingga pengambilan keputusan yang berdampak terhadap pelanggan. Ketika adanya suatu masalah terhadap informasi-informasi tersebut informasi yang diterima masih simpang siur yang menjadikan seringnya miss komunikasi antara setiap karyawan dalam organisai yang khususnya berkaitan dengan pelayanan pelanggan, setiap karyawan terkadang mendapatkan informasi yang berbeda dan ketika adanya suatu permasalahan terhadap penerbangan seperti adanya pembatalan diakibatkan adanya bencana alam, cuaca buruk ataupun seperti penutupan suatu bandara tertentu akibat adanya pesawat yang mengalami tergelincir, ketika hal tersebut terjadi karyawan tidak mendapatkan informasi yang detail terkait informasi apa yang akan diberikan terhadap pelanggan jika pelanggan ada yang menghubungi dan menanyakan informasi terkait hal tersebut serta pengambilan keputusan apa yang harus diambil ketika ada pelanggan yang terdampak dan menghubungi menanyakan kebijakan apa yang akan diterima ketika hal tersebut terjadi. Ketidak jelasan pusat informasi yang seharusnya ada disaat hal tersebut terjadi membuat karyawan sering menanyakan langsung ke bandara bandara yang mengalami kejadian tersebut dan karyawan merasa harusnya ada satu pusat informasi untuk menaungi itu semua. Atasan yang seharusnya sebagai kunci penting dalam pendistribusian terkait informasi tersebut menurut karyawan kurang ikut andil dan terkadang staff berusaha mencari informasi tersebut sendiri kepada pihak pihak yang terkait dengan permasalahan yang terjadi tersebut dalam hal ini Perusahaan

dapat dikatakan sedang menghadapi krisis kepercayaan dari internal karyawan terhadap perusahaan karena dianggap sangat kurang komunikasi internal pada perusahaan tersebut dan pada saat karyawan memiliki ketidaksetujuan yang mendalam tentang bagaimana melakukan sesuatu hal karyawan merasa hal tersebut kurang ditanggapi dengan baik dan tidak dapat menyurakan pendapatnya dengan baik, yang mengakibatkan rusaknya Kerjasama dalam perusahaan.

Dari uraian di atas penulis mengenai manajemen krisis di PT Lion Air Group, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah studi kasus mengenai manajemen krisis yang dilakukan oleh manajemen PT Lion Air Group khususnya terhadap internal perusahaan tersebut dan meneliti lebih jauh **“Krisis Komunikasi Internal PT Lion Air Group dalam Prespektif Manajemen *Public Relations*”** .

1.2 Pertanyaan Penelitian

“Bagaimana upaya Manajemen *Public Relations* dalam menangani krisis komunikasi dilingkungan internal PT Lion Air Group”

1.3 Tujuan Penelitian

“Untuk mengetahui upaya Manajemen *Public Relations* dalam menangani krisis komunikasi dilingkungan internal PT Lion Air Group “

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memperluas pengetahuan dan wawasan penelitian tentang penelitian khususnya dalam program studi hubungan masyarakat dalam kajian internal *Public Relations*

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan khususnya kepada Internal *Public Relations* PT Lion Air Group dalam menangani konflik dengan manajemen krisis.