

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rifky Hasan
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Garuda Indonesia dalam
Membangun Kepercayaan Publik di Media Massa

Sebagai maskapai penerbangan nasional, Garuda Indonesia menghadapi ancaman kebangkrutan dimana maskapai tersebut mengalami kepailitan karena adanya gugatan pemenuhan kewajiban sehingga akhirnya berada pada tahapan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU). Hal ini mengharuskan Garuda Indonesia menghadapi kondisi krisis kepercayaan masyarakat yang ditandai dengan munculnya pemberitaan negatif mengenai Garuda Indonesia di media massa selama proses PKPU. Untuk itu, diperlukan solusi yang berupa serangkaian tindakan untuk membangun kembali kepercayaan publik, salah satunya melalui penerapan strategi komunikasi krisis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara. Penelitian ini menggunakan teori RACE oleh Marston dalam perencanaan krisis komunikasi di media massa yang terdiri dari *Research, Action, Communication, dan Evaluation*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah yang dilakukan Garuda Indonesia dalam upaya memulihkan reputasi melalui media massa yaitu: 1) mengidentifikasi isu yang mengarah bahwa Garuda Indonesia sudah tidak ada harapan dan berita negatif lainnya, 2) melakukan eksekusi secara satu per satu, yaitu bernegosiasi dengan kreditur dan melakukan penerbangan kemanusiaan untuk mendapatkan empati dari masyarakat, 3) mengklarifikasi setiap isu, membangun narasi bahwa Garuda patut diselamatkan, dan mengkomunikasikan secara terbuka dan aktual mengenai progress perbaikan output kinerja, 4) melakukan evaluasi dan pemantauan bahkan di saat isu mulai mereda.

Kata Kunci: Citra, Kepercayaan, Komunikasi Krisis, Public Relations, Reputasi, Strategi Komunikasi

ABSTRACT

Name : *Muhammad Rifky Hasan*
Study : *Master of Communication Science*
Title : *Garuda Indonesia Communication Strategy in Building The Public Trust in Mass Media*

As a national flag carrier, Garuda Indonesia faces the threat of bankruptcy where the airline is experiencing bankruptcy due to a lawsuit for fulfillment of obligations so that it is finally at the Postponement of Debt Payment Obligations (PKPU) stage. This required Garuda Indonesia to face a crisis of public trust which was marked by the emergence of negative reports about Garuda Indonesia in the mass media during the PKPU process. To overcome these conditions, Garuda Indonesia implemented a number of defensive strategies and evaluated the effectiveness of these strategies.

This research uses a qualitative approach with a case study method. Primary data obtained through interviews. This study uses Marston's RACE theory in planning crisis communication in the mass media which consists of Research, Action, Communication, and Evaluation.

The results showed that the steps taken by Garuda Indonesia in an effort to restore its reputation through the mass media were: 1) identifying issues that led to Garuda Indonesia's hopelessness and other negative statements, 2) executing one by one, namely negotiating with creditors and conducting humanitarian flights to get empathy from the public, 3) clarifying every issue, building a narrative that Garuda should be saved, and communicating openly and actually regarding the progress of improving performance output, 4) conducting evaluation and monitoring even when issues start to subside .

Keywords: *Image, Trust, Crisis Communication, Public Relations, Reputation, Communication Strategy*