

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Krisis adalah peristiwa yang kapan saja dapat terjadi dan bersifat *uncertainty*. Penanganan yang tanggap, cepat dan sistematis dalam koridor koordinasi dan komunikasi yang baku, sangat diperlukan dalam menghadapi krisis. Penanganan sebuah masalah yang dihadapi suatu perusahaan berkaitan dengan krisis salah satunya melalui komunikasi krisis. Komunikasi krisis berarti menyampaikan segala bentuk informasi, keterangan yang sejelas-jelasnya, tepat dan memiliki sifat segera atau urgent pada saat situasi krisis berlangsung. Dalam komunikasi krisis, penyampaian pesan dan informasi dapat dilakukan secara runtut dan sistematis melalui suatu tahapan komunikasi krisis yang memudahkan perusahaan untuk melakukan tindakan penanganan saat terjadi krisis.

Tahapan komunikasi krisis disini yaitu menyebarkan atau menyampaikan informasi / pesan terkait dengan situasi/kondisi terjadinya krisis secara runtut dan sistematis sesuai dengan keakuratan fakta berdasarkan langkah-langkah prosedural yang dilakukan pihak perusahaan. Tahapan komunikasi krisis pada kasus jatuhnya pesawat jenis *twin otter* milik Maskapai Merpati Airlines dengan nomor penerbangan MZ 9760D yang jatuh pada tanggal 2 Agustus 2009 di Pegunungan Papua dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Tahap Analisis Situasi

Dalam menganalisis situasi hal yang perlu dilakukan pertamakali adalah mengidentifikasi masalah, kemudian mencari tahu situasi/kondisi di lapangan setelah terjadinya kecelakaan dan yang terakhir adalah PT. Merpati Airlines melakukan koordinasi dan komunikasi baik secara internal dan eksternal.

Secara internal melibatkan unit-unit yang ada antara lain unit operasional untuk memberikan informasi serta masukan-masukan tentang aspek-aspek operasional penerbangan, hal-hal apa yang menyebabkan terjadinya kecelakaan, unit teknik untuk memberikan informasi terkait aspek keterandalan pesawat, unit penerbang atau unit *cabin crew* untuk memberikan informasi terkait dengan aspek-aspek profesi penerbang. Penyampaian pesan kepada pihak internal adalah dengan melakukan rapat koordinasi dengan Dewan Tertinggi Perusahaan dan Dewan Direksi. Setelah mendapat keputusan dari Dewan Direksi mengenai langkah-langkah yang harus ditangani, maka selanjutnya membentuk tim krisis. Sementara dari sisi eksternal untuk memperoleh informasi mengenai kecelakaan pesawat *twin otter* di Pegunungan Papua dilakukan koordinasi dan komunikasi dengan BASARNAS, Dinas Perhubungan, TNI AU, Pemerintah daerah, KNKT yang juga berperan membantu sebagai tim manajemen krisis.

Dalam pelaksanaannya, tim krisis bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi / keterangan terkait situasi / kondisi krisis

khususnya kepada keluarga korban. Sedangkan, keterangan / informasi secara umum akan disampaikan oleh Humas PT. Merpati sebagai juru bicara (narasumber utama) perusahaan melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Berita penyampaian melalui media disampaikan oleh Humas Merpati selang tiga jam setelah pesawat jatuh dan saat proses pencarian / evakuasi korban. Proses penyampian pesan dilakukan secara informatif dan edukatif dengan komunikasi tatap langsung dengan rekan-rekan media.

Melalui tahap analisis situasi dapat ditarik kesimpulan bahwa kecelakaan pesawat *twin otter* di Pegunungan Papua tanggal 2 Agustus 2009 lalu disebabkan karena faktor cuaca yang menyebabkan pesawat jatuh dan menewaskan korban jiwa yaitu 3 awak cabin dan 15 penumpang. Tim krisis yang bertanggung jawab sebagai komunikator (juru bicara) perusahaan dalam menyampaikan informasi dan keterangan terkait berita jatuhnya pesawat tersebut adalah Humas Merpati.

b. Tahap Strategi

Penanganan krisis di perusahaan memerlukan tim manajemen krisis, tim krisis dibentuk untuk bertugas menentukan strategi apa yang akan digunakan dalam menghadapi krisis tersebut. Hal pertama yang dilakukan adalah mengetahui tipe krisisnya, kemudian mengkoordinasikan dengan unit-unit tertentu untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Setelah menentukan tim krisis, berikutnya adalah menentukan *crisis management plan*.

Sebagai upaya strategis dalam mengelola komunikasi krisis secara efektif, maka sesuai dengan SOP *Merpati Emergency Response*, Humas Merpati membentuk *crisis center*, yang berlokasi di kantor pusat Jl. Angkasa Blok B-15 Kav 2 dan 3 Kemayoran Jakarta yang siaga/aktif selama 24 jam. *Crisis center* menjadi pusat informasi dan tindak lanjut bagi para keluarga korban untuk dapat mengetahui kerabatnya yang ikut dalam penerbangan.

Ketika semua informasi dan keterangan telah terkumpul, maka proses penyampaian komunikasi krisispun dapat dilakukan. Komunikasi disampaikan secara jelas dan tepat sasaran sesuai fakta dan mendetail. Dalam menghadapi situasi krisis perusahaan selalu memiliki strategi dalam menangani krisis, dalam hal ini PT. Merpati Airlines menggunakan strategi *full apology*, dimana perusahaan bertanggung jawab akan kejadian kecelakaan yang menimpa pesawat twin otter tersebut.

#### c. Tahap Implementasi

Tahap implementasi dalam komunikasi krisis disampaikan juru bicara perusahaan yaitu oleh Humas Merpati secara langsung melalui tatap muka dengan berbagai media massa baik cetak (surat kabar daerah dan nasional) maupun elektronik. Implementasi komunikasi krisis yang diterapkan adalah :

- 1) Mengadakan *press conference* dengan media massa nasional di Kantor Pusat Merpati, sebagai pusat *crisis center*
- 2) Pelaksanaan *press conference* dilakukan dengan jarak waktu kurang

lebih lima jam setelah pesawat hilang kontak

- 3) Membuat *pers release* secara berkala terkait dengan situasi / kondisi hilangnya pesawat twin otter.
- 4) Melaksanakan program komunikasi *build up sympathy* secara internal perusahaan melalui Info Merpati dan Memo Direksi
- 5) Komunikasi *build up sympathy* secara internal dilakukan Humas Merpati atas nama perusahaan dengan mengumumkan permohonan maaf kepada publik melalui media masa terkait kejadian yang menewaskan korban jiwa tersebut, pihak Merpati juga ikut membantu proses pemakaman korban sesuai dengan irama kepercayaannya
- 6) Memberikan santunan kepada keluarga korban kecelakaan pesawat sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan pihak perusahaan

d. Tahap Evaluasi

Setelah semua data dan informasi diperoleh dan disampaikan kepada publik, maka yang dilakukan berikutnya adalah pertemuan antar direksi dan pejabat membahas evaluasi pasca krisis, tindak lanjut kemudian untuk *recovery*.

e. Tahap Pemeliharaan

Tindakan efektif yang dilakukan dalam memelihara hubungan dengan insan media adalah menjalin hubungan komunikasi yang intens seperti melakukan *pers gathering* sebulan sekali.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya *Standar Operational Procedure (SOP) Merpati Emergency Response* yang baku menjadi pedoman dalam menangani krisis yang terjadi di perusahaan PT. Merpati Nusantara Airlines. Di dalam *SOP Merpati Emergency Respons* telah dibentuk alur kerja tim krisis yang berjalan sesuai pada sistemnya. Segala bentuk krisis dan koordinasi tim manajemen krisis telah disusun dalam SOP dan informasi penanganan masa-masa krisispun dilakukan secara cepat.

Berikutnya, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam mengatasi krisis PT. Merpati Airlines dalam kasus kecelakaan pesawat twin otter di Pegunungan Papua tanggal 2 Agustus 2009 tersebut menggunakan strategi *justification* dan *full apology*. Dikatakan *justification* karena melalui juru bicaranya yaitu Humas Merpati memberikan pernyataan bahwa kasus kecelakaan pesawat twin otter di Pegunungan Papua murni karena cuaca yang buruk di sekitar lokasi penerbangan. Jatuhnya pesawat di Pegunungan Papua tersebut berdasarkan investigasi diakibatkan karena faktor *natural climate* (faktor alam khususnya cuaca). Sedangkan *full apology* karena akibat situasi / kondisi yang tidak memungkinkan di lokasi penerbangan sehingga menyebabkan pesawat jatuh, PT. Merpati Airlines bertanggung jawab terhadap segala keadaan yang menimpa awak pesawat dan penumpang yang melakukan penerbangan tersebut.

Kasus kecelakaan pesawat twin otter di Pegunungan Papua tanggal 2 Agustus 2009 tersebut merupakan krisis penerbangan dimana termasuk

kedalam tahap *prodromal*, dimana krisis belum berpengaruh terhadap citra perusahaan, tetapi berdampak pada menurunnya jumlah pengguna pesawat twin otter khususnya di wilayah Papua. Tahap ini masih dapat diantisipasi oleh pihak Merpati Airlines dengan menggunakan strategi *full apology* dimana, PT. Merpati Nusantara Airlines menyampaikan permintaan maaf secara umum melalui media massa baik cetak maupun elektronik dan ucapan belasungkawa yang mendalam kepada keluarga korban yang ditinggalkan.

## **B. Saran**

Penulis memberi masukan dari adanya tahapan komunikasi krisis. Dikarenakan bahwa pada kondisi krisis, secara baku penanganan telah dimiliki oleh pihak Merpati serta dalam pelaksanaannya berjalan dengan baik. Adapun masukan dari Penulis sebagai berikut :

1. Evaluasi sistem koordinasi maupun komunikasi dengan pihak internal perusahaan dibutuhkan aspek kecepatan, ketepatan, dan keakuratan.
2. *Maintenance* informasi ke insan media, dengan memperhatikan perkembangan teknologi informasi/media yang ada
3. Komunikasi yang disampaikan secara tertulis khususnya untuk media sebaiknya perlu ada report
4. Pada setiap kasus atau kejadian jika ada krisis, sebaiknya Humas Perusahaan membuat kliping atau jurnal pemberitaan sebagai dokumentasi
5. Secara reguler memberikan simulasi penanganan krisis kepada karyawan sebagai komunikasi cepat tanggap / darurat krisis

#### 6. Bekerjasama dengan media dalam penyediaan materi informasi krusial

Penulisan hasil penelitian ini juga mempunyai kelemahan yaitu pendeskripsian data-data yang kurang lengkap dari objek penelitian dikarenakan kasus yang penulis angkat sudah terjadi kurang lebih sembilan bulan (berjarak cukup lama). Peneliti menyarankan untuk penelitian yang akan datang mengenai kasus kecelakaan pesawat terbang sebaiknya penelitian dilakukan tidak terlalu lama agar informasi yang diperoleh dari perusahaan juga lebih mudah. Peneliti juga berharap untuk penelitian yang akan datang, peneliti dapat menggali lebih dalam lagi data-data yang berhubungan dengan tahapan komunikasi krisis secara detail.



## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Coombs, W. Timothy. 1999. *Ongoing Crisis Communication : Planning, Managing and Responding*. First Ed. California : Sage Publications Inc.
- Coombs, W. Timothy. 2007. *Ongoing Crisis Communication : Planning, Managing and Responding*. 2<sup>nd</sup> ed. California : Sage Publications Inc.
- Cutlip, Scott, Center & Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi keenam. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1999. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* 12<sup>th</sup> edition. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek..* Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kasali, Rhenald. 1999. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Lerbinger,O. 1997. *The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility*. Mahwah NJ : Lawrence Erlbaum.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Mintzberg, H. & Quinn. B.C. 1991. *The Strategy, Concepts, Content, Cases*. 2<sup>nd</sup> ed. New Jersey: Pretince Hall Inc.

- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung 1990.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putra, I.G.N. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Regeester, Michael. Judy Larkin. 2003. *Risk Issues and Crisis Management In Public Relations*. New Delhi : Kogan Page Pvt. Ltd.
- Rosady, Ruslan. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Persepsi dan Aplikasi)*. Jakarta : Grafindo.
- Soemirat, Soleh. Elbinaro Ardianto. 2003. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Suparmo, Ludwig. 2011. *Aspek Ilmu Komunikasi Dalam Public Relations*. Jakarta : PT. Indeks.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wasesa, Silih. 2003. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia.
- Yin, Robert K. 1996. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

## Website

Tiap Korban Merpati Dapat Santunan Rp 50 Juta  
*Sebanyak 15 penumpang Merpati, termasuk tiga kru pesawat tewas di Papua.*  
[http://nasional.vivanews.com/news/read/81585-tiap\\_korban\\_merpati\\_dapat\\_santunan\\_rp\\_50\\_juta](http://nasional.vivanews.com/news/read/81585-tiap_korban_merpati_dapat_santunan_rp_50_juta)

### Titik terang pencarian Merpati

[http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090805\\_merpatisearch.shtml](http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090805_merpatisearch.shtml)

### Pesawat Merpati hilang di Papua

[http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090802\\_papuaplane.shtml](http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090802_papuaplane.shtml)

### Korban Merpati 'mungkin' tewas

[http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090805\\_merpatiloss.shtml](http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090805_merpatiloss.shtml)

### Sayap Merpati ditemukan

[http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090804\\_papuaplane.shtml](http://www.bbc.co.uk/indonesian/news/story/2009/08/090804_papuaplane.shtml)

### Liputan 6 news: Pesawat Merpati Hilang Kontak di Papua

<http://berita.liputan6.com/read/239150/pesawat-merpati-hilang-kontak-di-papua>

<http://tv.liputan6.com/main/read/0/859236/0/> video Liputan 6 news

### tabloid jubi : Tragedi Kecelakaan Penerbangan di Papua : Ada Juga

#### Percaloan Tiket

<http://tabloidjubi.com/edisi-cetak/papua-kini/2612-tragedi-kecelakaan-penerbangan-di-papua--ada-juga-percaloan-tiket.html>

#### Pencarian Pesawat Merpati Terus Dilakukan

*Nusantara / Minggu, 2 Agustus 2009 15:21 WIB*

<http://www.metrotvnews.com/read/newsvideo/2009/08/02/87667/Pencarian-Pesawat-Merpati-Terus-Dilakukan/>

#### Keluarga Penumpang Pesawat Hilang Sesalkan Sikap Merpati

*Nusantara / Minggu, 2 Agustus 2009 18:26 WIB*

<http://www.metrotvnews.com/read/newsvideo/2009/08/02/87671/Keluarga-Penumpang-Pesawat-Hilang-Sesalkan-Sikap-Merpati-/>

#### Merpati Kirim Pesawat Pencari

*Nusantara / Minggu, 2 Agustus 2009 18:22 WIB*

<http://www.metrotvnews.com/read/newsvideo/2009/08/02/87670/Merpati-Kirim-Pesawat-Pencari/>

Merpati Terima Informasi Pesawat Sempat Mendarat Darurat

*Nusantara / Minggu, 2 Agustus 2009 19:59 WIB*

<http://www.metrotvnews.com/read/newsvideo/2009/08/02/87673/Merpati-Terima-Informasi-Pesawat-Sempat-Mendarat-Darurat/>

Besok, Tim SAR Terjun Mencari Pesawat Merpati

*Nusantara / Minggu, 2 Agustus 2009 20:29 WIB*

<http://www.metrotvnews.com/read/newsvideo/2009/08/02/87674/Besok-Tim-SAR-Terjun-Mencari-Pesawat-Merpati-/>

Co-Pilot Twin Otter Pernah Keluhkan Kondisi Pesawat

*Nusantara / Minggu, 2 Agustus 2009 22:38 WIB*

<http://www.metrotvnews.com/read/newsvideo/2009/08/02/87679/Co-Pilot-Twin-Otter-Pernah-Keluhkan-Kondisi-Pesawat-/>

Manajemen Merpati & Warga Gelar Ritual Adat

*Pihak MNA akan bertanggungjawab hingga proses penguburan terhadap para korban.*

<http://nasional.vivanews.com/news/read/80698-manajemen-merpati-warga-gelar-ritual-adat>

Dua Opsi Evakuasi Korban Jatuhnya Merpati

*Dua opsi ini yang nantinya akan dilakukan tim SAR untuk evakuasi korban jatuhnya pesawat.*

<http://nasional.vivanews.com/news/read/80384-dua-opsi-evakuasi-korban-jatuhnya-merpati>

Perhubungan Evaluasi Merpati

*Departemen menolak jika penyebab hilangnya Merpati adalah cuaca.*

<http://nasional.vivanews.com/news/read/79985-perhubungan-evaluasi-merpati>

Merpati: Tak Ada Penumpang yang Selamat

*Evakuasi segera dilakukan. "Pesawat tidak utuh, penumpang juga tak ada yang selamat."*

<http://nasional.vivanews.com/news/read/80490-merpati-tak-ada-penumpang-yang-selamat>

Managemen Fokus Pencarian Merpati yang Hilang

*Airlines fokus mencari tahu dimana keberadaan pesawat tersebut.*

<http://nasional.vivanews.com/news/read/79621-managemen-fokus-pencarian-merpati-yang-hilang>

### **Skripsi yang tidak dipublikasikan**

Hapsari, Marselia Herma. 2005. *Strategi Crisis Communication Pada PT. Garuda Indonesi (Studi Kasus Pada Pendaratan Darurat Pesawat Garuda GA 421 Jurusan Mataram-Yogyakarta-Jakarta di Sungai Bengawan Solo)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Praptiwi, Maria Renny. 2006. *Manajemen Krisis oleh Public Relations PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk (Studi deskriptif kualitatif tentang manajemen krisis dalam kasus flue burung oleh public relations PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi



## **INTERVIEW GUIDE**

### **A. Profil perusahaan dan keadaan umum organisasi**

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Merpati Nusantara Airlines serta perkembangannya hingga saat ini ?
2. Apa yang menjadi visi dan misi PT. Merpati Nusantara Airlines ?
3. Apa logo dan slogan berikut maknanya dari PT. Merpati Nusantara Airlines ?
4. Apa yang menjadi tujuan PT. Merpati Nusantara Airlines baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang ?
5. Bagaimana struktur organisasi yang dijalankan ?
6. Apa saja yang menjadi tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi tersebut ?

### **B. Identifikasi krisis**

1. Bagaimana runtutan kejadian hilangnya pesawat Twin Otter MZ 9760D dari Bandara Sentani, Jayapura menuju Oksibil, Kabupaten Pegunungan Bintang, Papua pada tanggal 2 Agustus 2009 yang lalu?
2. Berapa orang penumpang dalam pesawat dan awak pesawat?
3. Apa yang menyebabkan hilangnya pesawat Twin Otter MZ 9760D?
4. Berapa orang korban yang meninggal, luka parah, luka ringan dan yang selamat?
5. Apakah dari awal penerbangan sudah ada tanda-tanda sesuatu yang tidak beres?

### **C. Kondisi Saat Krisis**

1. Apakah ada kompensasi yang diterima korban ataupun anggota keluarga korban karena kejadian ini?
2. Apakah aktivitas komunikasi krisis yang dilakukan pada kasus ini telah sesuai dengan CCP (*Crisis Communication Plan*) yang ada?
3. Sejauh mana krisis tersebut berkembang dan apa saja dampaknya bagi perusahaan?
4. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada publik setelah terjadinya kecelakaan?
5. Apa yang dilakukan untuk mengembalikan kepercayaan publik pasca kecelakaan?

6. Apakah pihak Merpati membuat rencana jangka panjang untuk mengatasi masalah ini supaya tidak terulang kembali di masa mendatang?
7. Siapakah yang ditunjuk sebagai *spokeperson* dalam menangani kasus ini?
8. Apakah ada pembuatan iklan khusus setelah kejadian ini?
9. Apakah ada tuntutan dari keluarga korban? Jika ya, bagaimana cara untuk mengatasinya?

#### **D. Penanganan dan pemulihan**

1. Bagaimana cara pelaksanaan evakuasi korban?
2. Berapa lama ditemukan *blackbox* dan CVR (*cockpit voice record*) yang dapat digunakan untuk mendeteksi terjadinya kecelakaan tersebut?
3. Bagaimana cara pengambilan bangkai pesawat?
4. Apa yang dilakukan pertamakali setelah mendapat berita bahwa satu pesawatnya mengalami hilang *contact*?
5. Siapa sajakah yang ikut dalam tim krisis pada kasus ini? Apakah melibatkan tim atau person untuk menangani aspek komunikasi?
6. Bagaimana prosedur yang dilaksanakan organisasi dalam pemberian informasi kepada media?
7. Bentuk kerjasama apa saja yang dilakukan dengan media untuk menyebarkan informasi?
8. Apakah laporan *pers* tetap dimonitor? Jika ya, bagaimana caranya?
9. Apakah ada pendekatan personal dengan anggota keluarga korban? Jika ya, bagaimanakah caranya?
10. Apakah tersedia wadah untuk menampung keluhan konsumen atau wadah bagi publik untuk mendapatkan informasi (contohnya *line* telepon bebas pulsa)?

#### **E. Strategi komunikasi krisis yang digunakan PT. Merpati Nusantara Airlines**

1. Siapakah yang bertanggung jawab atas penyusunan strategi komunikasi krisis dalam menangani kasus jatuhnya pesawat twin otter tanggal 2 Agustus 2009 ?

2. Siapa sajakah yang terlibat dalam penyusunan strategi komunikasi krisis dalam menangani kasus jatuhnya pesawat 2 Agustus 2009? Sejauh manakah keterlibatan mereka?
3. Bentuk komunikasi apa saja yang dijalankan dan apa bentuk sifat penyampaian pesan, apakah *one side* atau *both side*?
4. Apakah metode penyampaian pesan yang dijalankan, apakah *repetition* atau *analizing*?
5. Bentuk pesan yang disampaikan apakah secara informatif, persuasif, edukatif ?
6. Apakah kegiatan ini memiliki *media schedule*?

