#### BAB I

#### **PENDAHULUAN**

## A. Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 9 Mei 2012, pesawat komersial Sukhoi Superjet 100 (SSJ-100) yang diproduksi oleh industri pesawat *Sukhoi Civil Aircraft* Rusia mengalami kecelakaan penerbangan. Kecelakaan terjadi pada saat industri penerbangan ini sedang mengadakan tur penerbangan *Welcome Asia* dengan tajuk *Joy Flight*. Pada hari yang sama, perusahaan mengadakan dua kali penerbangan di Indonesia. Pesawat mengalami kecelakaan pada penerbangan kedua dan serpihan pesawat yang menabrak Gunung Salak baru ditemukan pada tanggal 10 Mei 2012. Putri (2012) melaporkan bahwa saat ditemukan tim evakuasi, pesawat yang mengangkut 45 penumpang itu dalam keadaan mengenaskan. Korban juga ditemukan dalam keadaan tidak utuh.

Berawal dari potensi bisnis yang menjanjikan, *Sukhoi Civil Aircraft* mengadakan tur penerbangan di wilayah Asia. Tur penerbangan *Welcome Asia* menjadi salah satu ajang promosi Sukhoi dalam mempromosikan pesawat komersial yang juga merupakan produk baru. Terdapat enam negara yang didatangi dalam tur ini, yaitu Myanmar, Pakistan, Kazakhstan, Indonesia, Laos, dan Vietnam.

Berdasarkan laporan dari Yuniar (2012), Sukhoi dalam format pesawat komersial merupakan pendatang baru. Sebelumnya, industri

pesawat asal Rusia ini hanya memproduksi pesawat tempur serta jet. Peluncuran perdana Sukhoi komersial ini dilakukan pada tahun 2009. Sukhoi pun melakukan berbagai macam strategi untuk bersaing dalam tingkat internasional. Salah satu langkah strategis yang dilakukan oleh Sukhoi adalah menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Sukhoi telah menjalin kerja sama dengan Boeing pada 2007 untuk mendapat bantuan dari Amerika Serikat dalam program pesawat sipil.

Sukhoi komersial juga telah diakui di Indonesia. Damardono (2011) melaporkan bahwa PT Sky Aviation dan *Sukhoi Civil Aircraft Company* telah menandatangani kontrak pembelian 12 pesawat SSJ-100 pada tanggal 16 Agustus 2011 di arena Internasional *Aviation and Space* MAKS 2011 di kota Zhukovsky, Moskow. Firmansyah (2012) juga melaporkan bahwa berdasarkan berita yang dilansir kantor berita Rusia *Rianovosti*, maskapai penerbangan Kartika Airlines juga telah menandatangani kontrak pembelian 30 unit pesawat SSJ-100 pada tahun 2010 dalam *Farnborough Airshow*.

### 1. Krisis Sukhoi Civil Aircraft Akibat Kecelakaan di Indonesia

Kecelakaan penerbangan dalam tur di Indonesia merupakan salah satu peristiwa yang menyebabkan krisis bagi *Sukhoi Civil Aircraft*. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, krisis yang dialami oleh *Sukhoi Civil Aircraft* merupakan bagian dari *sudden crisis* (krisis yang terjadi secara mendadak). Krisis yang terjadi secara mendadak merupakan gangguan di dalam bisnis perusahaan yang

terjadi tanpa peringatan dan mungkin menghasilkan berita dan berdampak pada publik organisasi (Nova, 2009 :115-116). Terlebih, krisis ini tidak dapat diduga oleh perusahaan. Kecelakaan adalah kejadian yang tidak dapat diprediksi sebelumnya. Kejadian tersebut menimbulkan kecemasan bagi para kerabat dari korban kecelakaan. Tak hanya itu saja, muncul berbagai pertanyaan terhadap penyebab kecelakaan pesawat Sukhoi dalam penerbangan *Joy Flight* ini. Ironis, kecelakaan terjadi pada saat penerbangan promosi.

Dalam penanganan krisis, Pemerintah Indonesia dan Rusia juga turut campur tangan. Bentuk campur tangan tersebut berupa evakuasi korban, investigasi penyebab kecelakaan, serta ikut serta dalam mencairkan ganti rugi yang akan diserahkan kepada kerabat korban. Suharman (2012) melaporkan bahwa TNI Angkatan Udara dari Pangkalan Udara Atang Sendjaja mengirimkan 18 personil untuk mencari pesawat SSJ-100 pada tanggal 9 Maret. Selain itu, pemerintah Indonesia juga mengupayakan ganti rugi kepada pihak keluarga korban oleh pihak organisasi yang bertanggungjawab. Tak hanya itu, peristiwa ini juga dimuat di berbagai media massa, baik lokal, nasional maupun internasional.

# 2. Sukhoi Superjet 100 dalam Bisnis Penerbangan di Indonesia

Dewasa ini, bisnis transportasi udara di Indonesia semakin berkembang pesat. Persaingan yang semakin ketat terlihat dari usaha para maskapai penerbangan yang menawarkan berbagai macam fasilitas, dari harga yang murah hingga pelayanan yang maksimal. Hingga saat ini terdapat berbagai macam maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia, seperti PT Lion Mentari Airlines, PT Garuda Indonesia, PT Sriwijaya Air, PT Metro Batavia. Setiap maskapai memiliki kelebihan yang ditawarkan untuk para konsumen. Misalnya, Garuda Indonesia yang mengutamakan pelayanan konsumen, Air Asia yang menawarkan tiket dengan harga terjangkau, atau Lion Air yang memiliki tagline "We make people fly".

Tawaran kecanggihan teknologi SSJ-100 menarik minat beberapa maskapai penerbangan di Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasar. Salah satu maskapai yang telah menandatangani kontrak pembelian adalah Sky Aviation. Maskapai ini berharap dapat menerapkan *tagline* 'Fly in Every Sky' dengan tambahan armada baru ini. Latif (2012) melaporkan bahwa SSJ-100 dianggap sebagai pilihan yang tepat bagi Sky Aviation untuk mengisi kekosongan pangsa pasar transportasi udara di Indonesia, khususnya di wilayah Indonesia bagian timur.

### 3. Tuntutan dalam Bisnis Penerbangan

Tentu saja, bisnis penerbangan tak dapat dilepaskan dari berbagai macam isu. Dalam persaingan bisnis penerbangan, isu yang kerap disorot adalah isu keselamatan dan keamanan. Faktor keselamatan dan keamanan merupakan hal yang penting bagi para konsumen. Maskapai penerbangan dituntut untuk membuat standar

keselamatan dan keamanan internasional. Selain itu, pemerintah pun ikut serta dalam mengatur penerbangan melalui Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan. Pasal 1 poin (48) dan (49) menyatakan tentang keselamatan penerbangan dan keamanan penerbangan. Keselamatan penerbangan adalah suatu keadaan terpenuhinya persyaratan keselamatan dalam pemanfaatan wilayah udara, angkutan udara, navigasi penerbangan, serta fasilitas penunjang dan fasilitas umum lainnya. Keamanan penerbangan adalah suatu keadaan yang diberikan kepada seseorang yang telah memenuhi persyaratan tertentu untuk melakukan pekerjaan di bidangnya dalam jangka waktu tertentu.

Kecelakaan penerbangan masih sering terjadi meskipun berbagai peraturan telah diterapkan oleh pemerintah maupun pihak internasional. Sebelum kecelakaan yang dialami oleh SSJ-100 dalam penerbangan promosi pada 9 Mei 2012, terdapat berbagai macam kecelakaan penerbangan yang pernah terjadi di Indonesia. Ada yang berupa kecelakaan ringan, ada pula yang berat hingga menimbulkan korban jiwa. Kasus penerbangan yang pernah terjadi di Indonesia dan menimbulkan banyak korban jiwa adalah kasus hilangnya pesawat Adam Air pada tanggal 1 Januari 2007. Berdasarkan berita yang dilaporkan oleh Antara News, Adam Air DHI 574 yang jatuh di perairan Sulawesi Selatan tersebut dipicu problem navigasi. Jumlah korban dalam peristiwa itu adalah 102 orang. Selain itu, maskapai

penerbangan Garuda Indonesia dengan pesawat GA-200 juga pernah tergelincir di Bandara Adi Sucipto pada 7 Maret 2007. Berdasarkan data yang disebutkan dalam berita online Antara, jumlah korban mencapai 22 orang tewas. Meskipun peraturan perundang-undangan telah dibentuk, kecelakaan pesawat masih terjadi di Indonesia.

## 4. Media Massa Indonesia dalam Kecelakaan Sukhoi Superjet 100

Berpijak pada berbagai macam kecelakaan yang sering terjadi dalam penerbangan di Indonesia, tentu saja kejadian ini tak luput dari pemberitaan media massa. Peristiwa SSJ-100 mendapat sorotan baik dari media lokal, nasional, hingga internasional. Apalagi kejadian ini melibatkan hubungan internasional antara Negara Indonesia dan Rusia. Seperti yang dilansir dari kantor berita Rusia *Rianovosti*, Widiastuti (2012) melaporkan bahwa Perdana Menteri Rusia Dmitry Medvedev juga turut membentuk komisi untuk menyelidiki insiden Pesawat SSJ-100 yang menghilang di kawasan Gunung Salak, Bogor, Indonesia pada Rabu, 9 Mei 2012 yang dipimpin oleh Yury Slyusar, Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Kejadian yang menimpa pesawat SSJ-100 dalam penerbangan promosi ini merupakan salah satu kejadian yang menarik perhatian media massa, khususnya media massa nasional di Indonesia. Berdasarkan sifat kejadian seperti yang disebutkan Dja'far H. Assegaff dalam Barus (2010), peristiwa Sukhoi merupakan berita yang tidak dapat diduga. Berdasarkan jarak geografis, berita ini

merupakan berita nasional yang melibatkan pihak internasional. Kejadian ini melibatkan dua negara, yaitu Indonesia dan Rusia. Berdasarkan persoalannya, berita ini merupakan berita kecelakaan. Hal yang menarik dalam berita kecelakaan adalah akibat yang ditimbulkan oleh kasus tersebut. Dalam kasus Sukhoi, hal itu mencakup jumlah korban, siapa yang menjadi korban, penyebab terjadinya peristiwa, dan dampak yang ditimbulkan dari kasus tersebut.

Telah dijelaskan pada awal tulisan bahwa tidak ada korban yang selamat dalam kecelakaan penerbangan ini. Pesawat pun ditemukan dalam kondisi hancur karena menabrak Gunung Salak. Di sisi lain, korban dalam penerbangan ini rata-rata adalah pembeli potensial pesawat Sukhoi, jurnalis, dan awak kapal. Konteks penerbangan adalah penerbangan promosi kecanggihan pesawat komersial. Tentu saja, situasi krisis akibat kecelakaan ini memiliki *news value* untuk media massa.

Pada dasarnya redaksional media massa memiliki kewenangan untuk menyusun agenda media. Dalam Littlejohn (2009) dijelaskan bahwa media melakukan penyusunan agenda dengan menentukan isu-isu umum yang dianggap penting. Media bukanlah sekadar saluran yang bebas, ia juga subyek yang mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya (Eriyanto, 2002 :26). Begitu pula pemberitaan dari Surat Kabar Harian (SKH) Koran

Tempo dan Kompas dalam menggambarkan krisis yang dialami oleh industri Sukhoi Civil Aircraft dalam penerbangan promosi pada 9 Mei 2012. Penelitian ini ingin melihat agenda media mengomunikasikan krisis kecelakaan Sukhoi, khususnya pada dua media nasional besar di Indonesia. Berdasarkan karakteristik yang dimiliki, kedua media massa ini merupakan media nasional yang memiliki sirkulasi yang luas di wilayah Indonesia. Selain itu, kedua media massa ini memiliki ciri khas pemberitaan yang berbeda. Koran Tempo memiliki ciri yang lugas serta investigatif dalam pemberitaanya. Hal itu berbeda dengan karakter penulisan SKH Kompas. Melalui perbedaan karakteristik tersebut, peneliti ingin melihat kedua agenda media tersebut dalam memberitakan kecelakaan SSJ-100 yang terjadi di Gunung Salak, Jawa Barat, Indonesia.

## B. Rumusan Masalah

Bagaimana perbandingan komunikasi krisis yang dilakukan oleh SKH Koran Tempo dan Kompas atas jatuhnya Pesawat SSJ- 100 dalam tur penerbangan *Welcome Asia* di Indonesia?

### C. Tujuan Penelitian

Untuk membandingkan komunikasi krisis yang dilakukan SKH Koran Tempo dan Kompas atas jatuhnya Pesawat SSJ-100 dalam tur penerbangan *Welcome Asia* di Indonesia.

#### D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah perbendaharaan penelitian mengenai agenda media dalam komunikasi krisis insiden kecelakaan penerbangan.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan para praktisi *Public Relations*, khususnya bagian *crisis management* untuk mempelajari karakteristik media massa dalam memberitakan situasi krisis yang dialami oleh organisasi. Melalui pembelajaran tersebut, organisasi dapat menghimpun informasi-informasi yang sesuai dengan karakter media massa demi menetralkan situasi krisis.

## 3. Kerangka Teori

### 1. Definisi dan Tipe Krisis

Krisis dapat dilihat sebagai persepsi dari suatu peristiwa yang mengancam harapan *stakeholder*s dan dapat berdampak pada kinerja organisasi. Krisis merupakan persepsi. Maka dari itu, dapat dikatakan ketika *stakeholders* memercayai bahwa organisasi mengalami krisis, maka organisasi berada dalam situasi krisis. Berikut ini adalah definisi krisis menurut Fearn-Bank dalam Coombs dan Holladay (2010):

A major occurrence with a potentially negative outcome affecting an organization, company, or industry, as well as publics, products, service or good name. It interrupts normal business transactions and can sometimes threaten the existence of the organization. (Commbs dan Holladay, 2010: 18)

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dilihat bahwa krisis memiliki potensi yang mengancam keberadaan organisasi. "Dalam konsep *public relations* (PR), suatu krisis dikatakan krisis PR apabila krisis tersebut diketahui oleh publik dan mengakibatkan munculnya persepsi negatif terhadap perusahaan, organisasi atau citra seseorang" (Nova, 2009: 165). Faktor penting yang mampu mentransformasikan krisis internal menjadi krisis PR adalah peran media massa. Ketika organisasi mengalami krisis, media akan melakukan pengulasan peristiwa dan mengemasnya dalam bentuk berita. Efeknya adalah publik dapat mengakses informasi tersebut. Kemungkinannya adalah publik mempercayai berita sebagai sesuatu yang benar-benar terjadi.

Ada berbagai macam hal yang dapat ditimbulkan ketika organisasi berada dalam situasi krisis. Pertama, organisasi akan mengalami peningkatan intensitas permasalahan. Kedua, publik akan mengawasi krisis yang sedang dialami oleh organisasi, baik melalui media massa atau saluran komunikasi yang lain. Ketiga, kelancaran bisnis akan terganggu. Keempat, nama baik perusahaan akan terganggu. Kelima, masalah dapat merusak sistem kerja dan mengguncang perusahaan secara keseluruhan. Keenam, masalah yang dihadapi akan membuat perusahaan dan masyarakat menjadi

panik. Ketujuh, masalah akan melibatkan intervensi pemerintah (Nova, 2009 :55-56)

Terdapat klasifikasi krisis untuk membantu organisasi ketika membuat rencana dalam menghadapi krisis. Terdapat dua tipe krisis berdasarkan penyebab terjadinya, yaitu krisis yang disengaja (intentional crises) dan krisis yang tidak disengaja (unintentional crises).

Bila krisis merupakan tindakan yang sengaja, maka krisis tersebut mestinya bisa dikendalikan (*controllable*) dan dapat dipertanggungjawabkan, sedangkan krisis yang tidak disengaja dan terjadi karena faktor luar organisasi adalah krisis yang sulit dikontrol" (Putra, 1999:93).

Terdapat tujuh kategori umum yang termasuk dalam *intentional crises*, yaitu terorisme, sabotase, kekerasan di tempat kerja, hubungan karyawan yang lemah, lemahnya manajemen resiko, *hostile takeovers*, kepemimpinan yang tidak etis.

Terorisme menjadi salah satu penyebab krisis. Organisasi harus berhati-hati terhadap aksi yang dilakukan oleh teroris karena hal itu dapat mengganggu kelangsungan organisasi maupun negara. Di sisi lain, organisasi juga rentan terhadap sabotase. Sabotase melibatkan kerusakan yang disengaja terhadap produk atau kapasitas kerja dalam organisasi. Hal itu disebabkan oleh seseorang yang berada dalam organisasi. Biasanya, sabotase dilakukan untuk membalas dendam atau kepentingan yang lain.

Kekerasan dalam tempat kerja terjadi ketika anggota organisasi merasa tertekan atas penganiyayaan yang dilakukan oleh organisasi. Dampak dari hal ini adalah terjadinya cedera, kematian, dan kekacauan terhadap organisasi.

Krisis yang luas dapat muncul dari hubungan karyawan yang lemah. Organisasi akan kesulitan untuk melanjutkan fungsinya jika tidak memiliki karyawan yang tidak dapat bekerja sama antara satu dengan yang lain. Selain itu, bisa jadi karyawan akan melakukan pemogokan kerja jika kondisi tempat kerja tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini dapat berdampak terhadap kondisi finansial perusahaan.

Krisis juga terjadi ketika organisasi lemah dalam melakukan manajemen resiko. Dalam melakukan fungsinya, organisasi menanggung resiko. Resiko merupakan realitas sehari-hari dalam kehidupan (Ulmer, Sellnow, Seeger, 2011:184). Ketika manajemen resiko yang dilakukan oleh organisasi lemah, krisis dapat terjadi dalam organisasi.

Selain itu krisis juga dapat terjadi karena *hostile takeovers*. Dalam kondisi ini, saham yang dimiliki oleh organisasi diambilalih oleh organisasi lain. Dampak dari hal ini adalah dapat terjadi penggulingan kepemimpinan dan perombakan organisasi. Penyebab terakhir adalah kepemimpinan yang tidak etis. yang tidak etis dapat membawa organisasi dalam kondisi krisis. Hal ini biasanya terjadi karena aksi kriminal yang dilakukan oleh para manajer (Ulmer,Sellnow, Seeger, 2011: 11).

Kedua adalah krisis yang tidak disengaja atau unintentional crises. Terdapat lima tipe krisis dalam kategori unintentional crises, yaitu bencana alam (natural disasters), wabah penyakit (disease outbreaks), unforseeable technical interaction, product failure, downturns in the economy.

Organisasi rentan terhadap bencana alam, seperti banjir, meletusnya gunung, gempa bumi. Bencana alam memiliki potensi untuk menghancurkan organisasi. Meskipun hal ini merupakan hal yang tidak terduga, organisasi dapat melakukan beberapa langkah untuk mengurangi dampak dari bencana alam.

Krisis organisasi juga dapat terjadi karena wabah penyakit. Hal ini merupakan hal yang tak dapat dihindari oleh organisasi karena beberapa terjadi secara alami. Selanjutnya adalah *unforseeable technical interactions*. Hal ini terjadi ketika organisasi mengalami kerusakan karena terjadi peristiwa yang tidak terdeteksi. "The crisis resulted from an almost unimaginable sequence of events piling on top of one another" (Ulmer, Sellnow, Seeger, 2011:12)

Selain itu, krisis juga dapat terjadi karena kegagalan produk (product failure). Hal yang biasa dilakukan oleh organisasi dalam krisis ini adalah product recall. Terakhir, organisasi mengalami krisis karena menjadi korban dalam krisis ekonomi.

## 2. Komunikasi Krisis dalam Crisis Life Cycle

Organisasi melakukan komunikasi krisis (crisis communication) ketika mengalami peristiwa krisis. Komunikasi krisis merupakan pengolahan informasi yang dilakukan oleh perusahaan atas peristiwa krisis yang sedang dialami. Secara umum, komunikasi krisis merupakan pengumpulan dan penyebaran informasi yang dilakukan oleh tim manajemen krisis (Heath, 2005 :221). Ada dua hal yang menjadi pokok dari komunikasi krisis, yaitu pengumpulan dan penyebaran informasi. Terdapat dua kegunaan dari komunikasi krisis, yaitu komunikasi krisis sebagai informasi dan komunikasi krisis sebagai strategi.

Crisis communication as strategy refers to the need to collect and disseminate information during a crisis.... Crisis communication as strategy refers to the use of messages to repair relationships with stakeholders. (Heath, 2005: 221)

Kegunaan ini menandakan pentingnya komunikasi krisis dalam peristiwa krisis. Sebagai informasi, komunikasi krisis akan memberikan pemahaman terhadap tim krisis untuk memahami peristiwa yang sedang dialami oleh perusahaan. Sebagai strategi, komunikasi krisis digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada *stakeholders*. Tak dapat dipungkiri bahwa peristiwa krisis akan berpengaruh terhadap hubungan antara organisasi dengan *stakeholder*.

Pengulasan komunikasi krisis pada organisasi dapat dilihat dari tahapan *crisis life cycle*. Peristiwa krisis yang dialami oleh

organisasi memiliki siklus hidup (*crisis life cycle*). Setiap tahapan siklus hidup memiliki konsekuensi dan perlakuan yang berbeda. Terdapat lima tahapan dalam siklus hidup krisis, yaitu dalam Howell & Miller (2006):

## a. Prodromal or Signal Detection

Tahapan ini sering disebut sebagai *pre crisis*. Kondisi ini ada sebelum krisis muncul. Prodromal merupakan isu yang dapat berkembang menjadi krisis. Dalam tahapan ini, benih krisis telah muncul. Jika muncul suatu kesalahan, maka krisis akan terjadi. Namun demikian, kadang benih krisis ini tidak diperhatikan oleh organisasi.

## b. Preparation or Probing

Dalam tahap ini, suatu masalah untuk pertama kalinya dikenal dipecahkan, diakhiri selamanya, atau dibiarkan berkembang menuju kerusakan yang menyeluruh (Nova, 2009 :110). Krisis dapat muncul pada tahap ini dengan mudah.

## c. Acute or Containment

Pada tahap ini, publik dan media massa sudah mengetahui bahwa ada masalah dalam organisasi. Pada tahapan ini, organisasi harus segera melakukan respon karena kejadian tersebut telah menimbulkan kerugian.

### d. Chronic or Learning

Setelah tahap krisis akut dilewati, akan muncul kerusakan dalam organisasi. Tahap ini merupakan waktu yang digunakan oleh organisasi untuk memulihkan organisasi dari kerugian. Organisasi menyelamatkan berbagai hal yang tersisa, seperti sisa produk, reputasi, citra perusahaan, kinerja, lini produksi dan sebagainya.Pada tahapan ini, organisasi akan menghadapi berbagai tekanan , baik dari media massa hukum, tekanan publik, dan sebagainya. Melalui tahapan ini, organisasi dapat mempelajari bagaimana suatu krisis akan timbul, cara menghadapi krisis, dan berusaha supaya krisis tidak akan terulang.

## e. Resolution or Recovery

Tahapan ini merupakan tahapan dimana organisasi telah memenangkan kepercayaan publik sehingga dapat beroperasi kembali dengan normal. Melalui tahapan ini dapat dikatakan bahwa krisis telah berakhir.

## 3. Media Massa dalam Komunikasi Krisis

Pada dasarnya komunikasi merupakan suatu hal yang penting bagi organisasi, terlebih pada situasi krisis. Dalam situasi krisis, organisasi memerlukan saluran untuk menyampaikan informasi penting terkait krisis yang sedang terjadi. Komunikasi selama krisis mempunyai dua fungsi dasar, yakni untuk menetralisir intervensi pihak ketiga yang mungkin dapat memperparah krisis yang sedang dihadapi oleh sebuah organisasi dan menjaga agar karyawan tetap memperoleh informasi yang tepat tentang organisasi tempat mereka bekerja, sehingga mereka menjadi tim yang memperkuat posisi organisasi dalam menghadapi krisis (Putra, 1999:98).

Dalam komunikasi krisis, ulasan media massa merupakan suatu hal yang penting untuk memengaruhi persepsi *stakeholders*. "The general framework for crisis communication presented in the literature makes the assumption that mass media coverage is important as it influences stakeholders opinions during a crisis" (Egelhoff & Sen dalam Howell & Miller, 2006 :2). Telah dijelaskan sebelumnya, situasi krisis melanda sebuah organisasi ketika *stakeholders* menganggap bahwa organisasi berada pada situasi krisis.

Peran media massa dalam komunikasi krisis adalah menyalurkan informasi kepada *stakeholders*. Harapannya adalah *stakeholders* mendapatkan gambaran yang jelas tentang penanganan organisasi ketika menghadapi krisis.

Crisis communication has focused on the crisis category/crisis response-what organizations say and do after a crisis. Crisis responses are highly visible to stakeholders and very important to the effectiveness of the crisis management effort (Coombs & Holladay, 2010: 20).

Fokus informasi dalam komunikasi krisis akan digunakan oleh media massa sebagai bahan pemberitaan. Para jurnalis akan mencari berbagai macam informasi yang akan dijadikan sebagai berita. Terlebih, krisis memiliki *news value* yang tinggi.

Media want to present news and ideally this information should also be entertaining. However, if company in crisis helps the entertainment value, then they can assured of high media attention-little of which will be positive. (Curtin, Hayman & Husein, 2005: 44)

Situasi krisis merupakan salah satu peristiwa yang memiliki news value bagi media massa karena memiliki sisi yang menghibur bagi pembaca media. Hal yang seringkali menarik pada berita kecelakaan adalah akibat yang ditimbulkannya. Semakin besar jumlah korban, semakin menarik beritanya untuk disimak, misalnya jumlah korban jiwa, nilai harta pribadi, atau seberapa jauh kerusakan yang ditimbulkan (Barus, 2010:46). Krisis menjadi menarik bagi media karena terdapat berbagai konflik kepentingan dalam peristiwa tersebut.

Media massa akan terus melakukan *monitoring* terhadap organisasi. Selain itu media massa juga akan mencari tahu tanggapan pihak-pihak yang terlibat dalam krisis. Media massa akan melakukan klarifikasi isu dari berbagai pihak untuk menyampaikan kronologi peristiwa kepada khalayak dalam bentuk berita. Berita merupakan bentuk dari komunikasi media.

Meningkatnya pertumbuhan *events* (peristiwa-peristiwa) adalah sesuatu yang terjadi secara simultan dalam situasi krisis.

Peristiwa yang muncul akan menjadi berita dalam media massa (Ardianto, 2011 : 300). Selain itu, peran media massa adalah memberitakan respon tanggung jawab organisasi yang terkena krisis kepada khalayak.

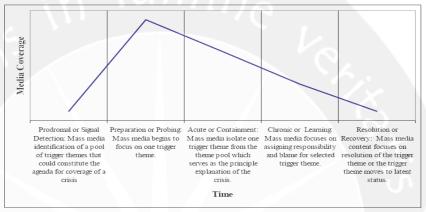
Respon ini akan diikuti dengan aktivitas-aktivitas yang berorientasi melayani kepentingan publik. Hal ini dilakukan dengan maksud mengembalikan kepercayaan publik setelah perusahaan terkena krisis. (Nova, 2009 : 188)

## 4. Crisis Life Cycle dan Ulasan Media Massa

Dalam situasi krisis, media massa berperan sebagai pihak ketiga dalam menyampaikan informasi. Namun demikian, sesuai dengan karakteristiknya, media massa memiliki kewenangan dalam menentukan agenda media pemberitaannya. Didasari pada hal itu, organisasi tidak dapat melakukan kontrol terhadap informasi yang disampaikan media massa kepada khalayak pembaca. Keberagaman informasi muncul akibat adanya ketidakpastian informasi. Weick dalam Ulmer, Sellnew, &Seeger (2011: 32) mendefinisikan "ambiguity as an ongoing stream that supports several different interpretations at the same time". Ambiguitas informasi ini menyebabkan munculnya keberagaman pemberitaan terkait pada sebuah peristiwa krisis.

Dalam situasi krisis, terdapat pola kedalaman ulasan pemberitaan sesuai dengan tahapan krisis. Pola kedalaman disesuaikan dengan investigasi yang dilakukan oleh para jurnalis kepada organisasi. Dalam situasi ini aliran informasi dari dalam organisasi merupakan suatu hal yang penting sehingga ambiguitas informasi dapat diminimalkan.

Gambar 1.1 Crisis Life Cycle and Media Coverage Over Time



Sumber: Howell, G dan Miller, R

Berikut ini adalah hubungan ulasan media dan *crisis life cycle* dalam Howell & Miller (2006):

### a. Prodromal or Signal Detection

Pada tahapan ini, media massa mengidentifikasi kumpulan topik pemicu untuk mengulas benih krisis. Tipe dalam pemberitaan ini adalah media melakukan ulasan terhadap isu yang berpotensi menyerang organisasi. Isu yang diulas oleh media adalah isu-isu sensitif yang terkait dengan bisnis organisasi. Dalam situasi ini, level analisis yang dilakukan oleh media belum terlalu dalam.

The level of analysis and detail of each trigger them in mass media is low and such themes appear as minor news stories. Trigger themes do not receive in-depth analysis or exhaustive scrutiny by mass media. (Howell &Miller, 2006:4)

## b. Preparation or Probing

Kunci dari kesuksesan manajemen krisis adalah mengontrol pesan. Dalam situasi krisis, organisasi harus dapat mengetahui penyebab, mengendalikan pemicu konflik, memperbaiki kerusakan, dan mengembalikan organisasi dalam kondisi normal. Dampak dari kurangnya pengontrolan pesan adalah dapat menyebabkan media mengontrol pesan sesuai dengan agenda yang mereka miliki. Dalam tahap ini, media massa memfokuskan terhadap topik pemicu terjadinya krisis.

#### c. Acute or Containment

Bagian ini adalah bagian tersingkat dan intens dalam tahapan krisis. Dalam tahapan ini, media massa menjelaskan dampak yang diakibatkan oleh krisis. Pada tahap ini, pemicu krisis dihubungkan dengan isu yang telah dibahas dalam tahap prodromal. Setelah itu, ulasan media massa akan berkembang menjadi diskusi yang luas tentang krisis yang tengah berlangsung.

The focal trigger theme acts as the primary vehicle by which an audience comes to understand the crisis. (Howell & Miller, 2006: 6)

Dalam krisis konteks kecelakaan penerbangan, tahapan akut dapat menunjukkan beberapa hal. Krisis

dapat mengganggu organisasi, mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah dan media massa. Pemerintah akan turun tangan dan memberikan opininya terhadap permasalahan yang sedang dialami oleh organisasi. Pemberitaan dalam media massa juga akan mengalami peningkatan. Media akan membahas tentang keselamatan dan keamanan. Media massa akan melakukan investigasi terhadap penyebab terjadinya kecelakaan. Tahapan ini merupakan tahapan penting yang harus dilakukan oleh organisasi sehingga organisasi dapat melakukan kontrol terhadap pesan yang bermunculan di media massa.

## d. Chronic or Learning

Dalam situasi ini, Fearn-Banks dalam Howell & Miller (2006) merekomendasikan agar perusahaan melakukan pemeriksaan terhadap peristiwa, aktivitas dan mengulas media massa. Dalam tahapan ini, organisasi belajar terhadap kegagalan yang pernah terjadi supaya tidak terulang kembali.

Our model predicts that mass media coverage during this stage will be driven by criminal and civil charges, government inquiries, litigation, and responses from affected stakeholders.
(Howell & Miller, 2006:6)

Media massa memfokuskan pemberitaan terhadap tanggung jawab institusi dan menyalahkan topik pemicu yang telah dipilih. Oleh sebab itu, liputan dari media massa dapat memperpanjang efek dari krisis suatu organisasi. Dalam tahapan ini dijelaskan bahwa media massa akan meninjau krisis yang dialami oleh organisasi selama proses hukum. Media massa juga akan mengingatkan kesadaran para pihak yang berkepentingan dalam peristiwa. Media juga akan melakukan pemberitaan ulang terhadap kronologi peristiwa.

### e. Resolution or Recovery

Pada jurnalis membuat tahap akhir, akan pemberitaan tentang penyelesaian peristiwa krisis. Media massa juga akan meringkas bagaimana krisis terjadi, pihak mana yang harus bertanggung jawab, dan berbagai macam hal yang dapat ditarik untuk pembelajaran di massa depan. Ketika organisasi tidak mampu menyelesaikan permasalahan, maka status peristiwa akan bergerak ke status laten. Tema itu tidak akan hilang dalam organisasi media massa. Tema tersebut akan dimunculkan kembali oleh media massa ketika ada *trigger* yang dapat mengaktifkan kembali Media isu tersebut. massa memfokuskan pemberitaan terhadap keputusan untuk menyelesaikan topik pemicu atau topik tersebut akan berhenti dibahas dalam pemberitaan dalam periode waktu tertentu. Namun demikian, organisasi tidak menginginkan status krisis menjadi status latent dalam media massa karena dapat memicu krisis yang baru.

> It is in the organisation's interests that trigger themes not be allowed to move to the latent stage, as the potential for a new cycle of damage to the organisation remains.

(Howell & Miller, 2006:6)

## 5. Konstruksi Realitas dalam Agenda Media Massa

Dalam pandangan konstruktionis, media massa dilihat sebagai subyek yang mengonstruksi realitas. Di dalam konstruksi realitas, media menyampaian pandangan, bias dan pemihakannya. Media massa membentuk realitas melalui pemberitaannya karena memiliki kewenangan untuk mengambil realitas mana yang diambil dan tidak diambil dalam pembuatan berita. Dalam konstruksionis, menggambarkan potret pandangan berita pertarungan antara satu pihak dengan pihak lain yang berkaitan dengan suatu peristiwa. Hal itu menyebabkan perbedaan dalam pemberitaan yang dihasilkan oleh media satu dengan yang lain. "Realitas yang sama bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda, karena ada cara melihat yang berbeda" (Eriyanto, 2002:29). Disisi lain, pemberitaan media juga dapat menimbulkan bias. Kadangkala opini media lebih besar dari fakta yang terjadi (Nova, 2010 : 170)

Teori penyusunan agenda menyatakan bahwa media memiliki agenda-agenda yang akan diberikan melalui pemberitaannya. Tujuan dari penyusunan agenda adalah menyeleksi informasi yang akan dijadikan sebagai berita. Media massa merupakan penjaga gerbang informasi, yaitu memilah berita yang harus dilaporkan dan bagaimana cara melaporkan berita tersebut. Maka dari itu, apa yang masyarakat ketahui merupakan informasi yang muncul dari penjagaan gerbang tersebut.

Dalam situasi krisis, terdapat pola yang dimiliki media dalam memberitakan suatu isu. Media massa mengarahkan pemberitaan melalui isu-isu yang akan diangkat. Bagaimanapun juga, media massa memiliki tujuan yang berbeda-beda ketika mengungkapkan sebuah kasus kepada pembacanya (Wasesa dan Macnamara, 2010 : 81). Perbedaan tersebut terjadi karena media massa memiliki budaya organisasi yang memengaruhi pembentukan teks (berita). Berita merupakan produk budaya dari sebuah organisasi. Maka dari itu, isu yang berkembang di media akan berbeda sesuai dengan kepentingan media yang bersangkutan.

Sesuai dengan prinsip dasar yang tertulis di National

Association for Media Literacy Education's, yaitu:

Pesan dalam media merupakan pesan yang dibangun, media memiliki karakteristik, kekuatan dan keunikan untuk 'membangun bahasa', media memiliki tujuan dalam memproduksi pesan, semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai. Pesan berupa berita, liputan khusus dan sebagainya merupakan sesuatu yang dibangun dan dibentuk oleh media untuk suatu tujuan tertentu (Tamburaka, 2012: 85)

Konstruksi media bekerja dari dua hal, yaitu wartawan dan eksekutif media massa. Eksekutif media massa merupakan pihak yang mampu memengaruhi kebijakan-kebijakan yang berlaku di

organisasi, termasuk produk berita yang dihasilkan. "Kebijakan di sini adalah orientasi yang diperlihatkan oleh surat kabar dalam editorialnya, kolom beritanya, dan berita utamanya berkenaan dengan kejadian atau permasalahan tertentu " (Tamburaka, 2012: 91-92). Lebih lanjut lagi, praktik itu dapat terlihat dari produk media massa.

Pandangan (surat kabar) tak akan menimbulkan pembohongan, melainkan "penghilangan, pemilihan diferensial, dan penempatan preferensial, seperti 'menampilkan di halaman depan' berita yang pro kebijakan, 'mengubur' berita yang anti kebijakan dan sebagainya" (Tamburaka, 2012: 92)

Media massa memiliki ideologi atau visi dan misi dalam menerapkan pemberitaannya. Wartawan sebagai pencari berita sekaligus *gatekeeper* akan melakukan penyaringan informasi sesuai dengan visi dan misi yang dianut oleh organisasi. Visi dan misi media massa satu dengan yang lain berbeda-beda. Hal itulah yang menimbulkan perbedaan antara agenda media satu dengan yang lain. Pada hakikatnya visi dan misi media massa pasti diarahkan pada nilai-nilai humanis yang universal, namun sering kali ada kepentingan yang berkaitan dengan situasi dan kondisi yang menyangkut kepentingan 'menyelamatkan' atau menaikkan 'popularitas' media (Tamburaka, 2012 :93). Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa media massa menyampaikan nilai-nilai tertentu dalam pesan yang disampaikan. Tentu saja, isu yang ditonjolkan tersebut memiliki maksud tertentu.

Terdapat dua tingkatan dalam penyusunan agenda media. Pertama, media akan menentukan isu-isu umum yang dianggap penting. Setelah itu media akan menentukan aspek dari isu-isu penting tersebut. Media massa akan melakukan pembuatan kerangka isu yang akan disampaikan kepada masyarakat. Salah satu istilah yang dikenal dalam penentuan agenda media adalah priming. Menurut Severin dan Tankard, Jr (Tamburaka, 2012: 39) priming adalah proses di mana media berfokus pada sebagian isu dan tidak pada isu lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian Iyengar dan Kinder, terdapat beberapa hasil yang memengaruhi agenda media, yaitu agenda setting, kekuatan presentasi, penempatan kisah, dan priming. Agenda setting menunjukkan bahwa media 'memaksa' orang untuk memerhatikan masalah tertentu. Isu yang diangkat oleh agenda media menjadi salah satu isu masalah yang penting. Penempatan kisah terkait dengan penempatan berita. Berita utama memiliki efek agenda setting yang lebih besar (Tamburaka, 2012 : 41). Berdasarkan kesimpulan dari Iyengar dan Kinder menyatakan dua hal, yaitu orang lebih memerhatikan cerita yang dipasang di awal dan terdapat pesan implisit yang menyatakan bahwa berita utama merupakan berita utama adalah berita yang paling penting.

Selain itu, dalam pembuatan berita, seperti yang dicatat oleh Tuchman (Eriyanto, 2002 : 126-130), wartawan menggunakan lima kategori berita, yaitu :

- Hard news, yaitu berita mengenai peristiwa yang terjadi pada saat itu. Kategori berita ini sangat dibatasi oleh waktu dan aktualitas. Ukuran keberhasilan dari pemberitaan ini adalah dari kecepatan watktu pemberitaan.
- 2. *Soft news*, yaitu kategori berita yang berhubungan dengan kisah manusiawi (*human interest*). *Soft news* bisa diberitakan kapan saja. Ukuran keberhasilan dari pemberitaan ini adalah apakah informasi yang disajikan menyentuh emosi dan perasaan khalayak.
- 3. *Spot news*, merupakan subklasifikasi dari berita yang berkategori *hard news*. Peristiwa yang akan diliput tidak bisa direncanakan.
- 4. Developing news, merupakan subklasifikasi dari hard news. Kategori berita ini umumnya berhubungan dengan peristiwa tidak terduga. Terdapat elemen lain dalam developing news, yaitu peristiwa yang diberitakan adalah bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan keesokan atau dalam berita selanjutnya. Pada kategori ini, berita diteruskan oleh berita lain, atau malah dikoreksi oleh berita selanjutnya.

 Continuing news merupakan subklasifikasi dari hard news. Dalam kategori berita ini, peristiwa dapat diprediksidan direncanakan.

Terdapat berbagai macam hal yang memengaruhi agenda media. Agenda media ditentukan oleh beberapa kombinasi pemrograman internal, keputusan manajerial dan editorial, dan pengaruh eksternal dari sumber-sumber non media, seperti individu yang berpengaruh secara sosial, pejabat pemerintah, dukungan iklan dan sebagainya (Littlejohn, 2009 : 418).Berdasarkan teori ini, media memiliki kemampuan untuk mengarahkan masyarakat (pembaca media) terhadap suatu gagasan atau isu tertentu.

Penelitian yang berhubungan dengan situasi krisis dan agenda media juga telah dilakukan oleh Wertz dan Kim dalam artikel ilmiah yang berjudul *Cultural Issues in Crisis Communication : A comparative study of messages chosen by South Korea and US Print Media.* Pada tanggal 14 September 2006, *Food and Drug Administration (FDA)* mengingatkan masyarakat terhadap penyakit yang berhubungan dengan E.coli. Bakteri itu berbahaya karena dapat menyebabkan penyakit serta kematian. Berkaitan dengan bakteri itu, *Center for Disesase Control and Prevention* melaporkan bahwa bayam menjadi penyebab sakitnya 199 orang di 26 negara bagian di USA (Wertz & Kim, 2010:82). Wabah tersebut menyebabkan kematian seorang

perempuan di Maryland, Nebraska, Wisconsin, serta seorang anak berumur dua tahun. Kasus yang lain adalah kasus yang terjadi di Korea Selatan. Pada tanggal 6 Juni 2004, Korea Food and Drug Administration (KFDA) mengumumkan bahwa pangsit beku produksi perusahaan mengandung bahan tercemar. Salah satu bahan untuk membuat pangsit itu adalah lobak. Perusahaan memanfaatkan lobak yang sudah tak layak konsumsi dan seharusnya dibuang dengan cara mencuci, mencincang, dan merendam air yang dipenuhi oleh kuman. Pemberitaan yang muncul dalam media massa terhadap kasus itu adalah Garbage Dumpling Scandal. KFDA membeberkan 12 nama perusahaan makanan yang bertanggungjawab dalam pembuatan pangsit. Meskipun tidak ada korban, dampak dari permasalahan ini adalah pembuatan kebijakan oleh pemerintah tentang makanan.

Wertz dan Kim melakukan penelitian terhadap pemberitaan media massa yang berada di kedua negara ini. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi surat kabar. Terdapat delapan surat kabar nasional dari korea, lima surat kabar dari USA, dan delapan surat kabar lokal yang berasal dari USA yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah pemberitaan di Korea lebih condong mengungkapkan penolakan, alasan, dan pembenaran dari pihak organisasi selama krisis berlangsung.

Berbeda halnya dengan US yang menggunakan strategi agresif dalam menyelesaikan krisis organisasi.

Isu yang diangkat dalam kasus ini adalah isu kesehatan pangan dari dua negara yang berbeda. Media massa melakukan bingkai yang berbeda terhadap dua kasus tersebut. Hasil dari penelitian itu berbeda antara *frame* yang dilakukan oleh media satu dengan media lain.

Dalam penelitian insiden kecelakaan pesawat SSJ-100, peneliti ingin melihat agenda media dalam bingkai media massa nasional. Keunikannya adalah pihak yang mengalami krisis merupakan pihak internasional, yaitu Sukhoi yang berasal dari Rusia. Dalam kasus ini peneliti meneliti satu kasus yang sama dalam dua media massa nasional yang berbeda.

### 4. Kerangka Konsep

Krisis dapat dialami oleh organisasi karena berbagai macam sebab, baik penyebab yang disengaja (*intentional crisis*) ataupun yang tidak disengaja (*unintentional crisis*). Ketika mengalami krisis, organisasi akan masuk kedalam *crisis life cycle*. Ada lima tahapan dalam siklus krisis organisasi, yaitu *prodromal or signal detection, preparation or probing, acute or containment, chronic or learning*, dan *resolution or recovery*.

Pada situasi kecelakaan di Indonesia, *Sukhoi Civil Aircraft* dengan produknya pesawat SSJ-100 komersial mengalami situasi krisis. Hal itu

ditandai dengan intensitas permasalahan yang meningkat, yaitu desakan kerabat korban untuk mencari tahu kepastian status penumpang, penanganan evakuasi, pencarian kotak hitam. Selain itu, media massa juga turut mengulas dugaan penyebab jatuhnya Sukhoi dengan mewawancari narasumber yang berkapasitas dalam bidang penerbangan. Terlebih, organisasi terintervensi oleh pemerintah, baik pemerintah Indonesia ataupun Rusia ketika melakukan penanganan kecelakaan.

Dalam kondisi demikian, organisasi memerlukan saluran komunikasi krisis demi menetralkan keadaan sehingga kegiatan organisasi kembali normal. Salah satu bentuk komunikasi krisis yang dilakukan oleh organisasi adalah klarifikasi melalui berita dalam media massa. Klarifikasi informasi bertujuan untuk mengurangi ambiguitas terhadap isu yang dapat memperparah krisis.Pemberitaan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh media massa ketika organisasi mengalami situasi krisis. Dengan kata lain, media menjadi salah satu bentuk komunikasi krisis organisasi.

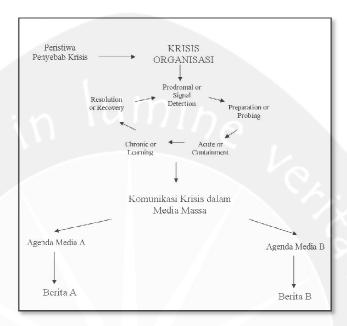
Media massa memiliki karakteristik dalam mengulas situasi krisis sesuai dengan *crisis life cycle* yang dialami oleh perusahaan. Pada tahapan awal (*prodromal or signal detection*), media massa tidak melakukan pengulasan secara mendalam. Media massa akan mulai melakukan pengulasan secara mendalam pada tahap *preparation or probing* hingga *acute or containment*. Pada tahapan *chronic or learning* hingga *resolution or recovery*media sudah tidak mengulas terlalu dalam. Jika kasus yang

dialami oleh organisasi tidak mencapai titik temu, maka kasus tersebut akan menjadi kasus laten. Kasus itu akan diulas dalam media massa jika ada isu pemicu di kemudian hari.

Meskipun media massa berperan dalam komunikasi krisis organisasi, nyatanya media massa bukanlah saluran yang netral dalam melakukan suatu pemberitaan. Setiap media massa memiliki berbagai macam kepentingan yang akan memengaruhi agenda media. Agenda media tersebut akan terlihat dari perbedaan antara media satu dengan yang lain melalui berita yang dihasilkan.

Begitu pula peneliti akan melihat agenda media yang dimiliki oleh dua media massa nasional, yaitu Koran Tempo dan Kompas dalam memberitakan krisis yang dialami *Sukhoi Civil Aircraft* dalam tur penerbangan *Welcome Asia* di Indonesia. Kedua surat kabar ini merupakan surat kabar nasional di Indonesia yang memegang prinsip independen. Di sisi lain, kedua media ini juga memiliki kepedulian terhadap peristiwa Sukhoi. Hal itu terlihat dari kedalaman ulasan pemberitaan yang dilakukan. Perbedaannya adalah Koran Tempo mengedepankan liputan investigasi, sedangkan Kompas tidak. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat cara kedua media tersebut dalam memberitakan komunikasi krisis yang dialami oleh *Sukhoi Civil Aircraft*. Berikut ini adalah kerangka konsep dalam penelitian ini.

Gambar 1.2 Kerangka Konsep Penelitian



### **Sumber: Olahan Peneliti**

Media massa memiliki agenda media yang berbeda akibat perbedaan nilai-nilai yang dianut. Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat media dalam memberitakan peristiwa krisis di setiap tahapannya.

# 5. Metodologi Penelitian

# 1 Paradigma Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dalam melakukan penelitan ini. Konsentrasi analisa dalam paradigma konstruktionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruk itu dibentuk (Eriyanto, 2002 : 43). Dalam paradigma ini, realitas

dianggap subyektif. Realitas media tercipta dari sudut pandang media massa dalam memberitakan suatu peristiwa tertentu.

#### 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing*. Metode ini bertujuan untuk menganalisis teks media. *Framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal (Eriyanto, 2002: 76-77). Analisis *framing* dipakai untuk membedah caracara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta (Sobur, 2006: 162). Hal yang diamati dalam analisis *framing* adalah seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta. Perspektif media akan memengaruhi fakta mana yang akan diambil, bagian mana yang akan ditonjolkan dan dihilangkan.

Model framing yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang dicetuskan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut (Eriyanto, 2002:290-291).

Dalam model ini, perangkat framing dibagi menjadi empat struktur besar, yaitu:

#### 1. Struktur Sintaksis

Sintaksis merupakan susunan kata atau frase dalam kalimat. Struktur ini berhubungan dengan bagaimana cara wartawan menyusun peristiwa (pernyataan, opni, kutipan, pengamatan atas peristiwa dalam bentuk berita). Struktur ini diamati dari bagan berita (*lead*, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Hal yang ingin dilihat dalam struktur ini adalah pengemasan peristiwa dalam sebuah berita.

Bentuk sintaksis yang paling poluler adalah struktur piramida terbalik, yang dimulai dengan judul headline,lead,episode, latar, dan penutup. Elemen sintaksis memberi petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak ke mana berita tersebut dibawa (Eriyanto, 2002:296).

Headline merupakan aspek sintaksis yang menunjukkan kecenderungan berita. Wartawan menggunakan headline untuk mengkonstruksi suatu isu. Perangkat lain adalah lead.Lead memberikan sudut pandang berita dari suatu peristiwa. Latar merupakan gambaran peristiwa yang ditulis dalam pemberitaan. Latar umumnya ditampilkan di awal sebelum pendapat wartawan yang sebenarnya muncul dengan maksud mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat wartawan sangat beralasan (Eriyanto, 2002 : 297).

Bagian yang lain adalah pengutipan sumber berita. Terdapat tiga poin penting dalam pengutipan narasumber. Pertama, narasumber dijadikan sebagai ahli kompeten yang mendukung pernyataan wartawan. Kedua, menghubungkan poin tertentu dari pandangannya kepada pejabat yang berwenang. Ketiga, mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut tampak sebagai menyimpang (Eriyanto, 2002:298-299).

## 2. Struktur Skrip

Struktur ini digunakan untuk melihat bagaimana strategi bercerita yang digunakan oleh wartawan dalam mengemas peristiwa dalam sebuah berita. Tujuannya adalah mengaduk unsur emosi dan menampilkan peristiwa tampak sebagai sebuah kisah dengan awal, adegan, klimaks, dan akhir. Bentuk umum struktur skrip adalah pola who what, where, why, dan how. Selain itu, wartawan juga menggunakan cara bercerita dramatis. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita : bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai

strategi untuk menyembunyikan informasi penting (Eriyanto, 2002:300).

## 3. Struktur Tematik

Struktur ini berhubungan dengan cara pandang wartawan dalam mengungkapkan pandangan peristiwa dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Ketika menulis berita, wartawan memiliki tema tertentu yang akan diangkat.

#### 4. Struktur Retoris

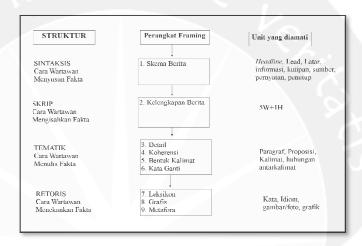
Struktur ini ingin melihat bagaimana wartawan menekankan arti tertentu dalam berita. Hal yang dilihat dalam struktur ini adalah pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang digunakan dalam pemberitaan. Hal itu tersebut tak hanya mendukung tulisan tetapi juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Ada beberapa elemen struktur retoris yang dipakai oleh wartawan, yaitu leksikon, pemilihan, dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa. Pemilihan kata yang digunakan tidak semata-mata karena kebetulan. Secara ideologis, hal itu menunjukkan pemaknaan seseorang terhadap realitas (Eriyanto, 2002:304-305).

Selain kata, penekanan pesan dapat menggunakan unsur grafis. Hal ini muncul dalam tulisan yang dibuat lain.

Pemakaian huruf tebal, huruf miring, garis bawah, huruf dengan ukuran yang lebih besar. Termasuk di dalamnya adalah pemakaian *caption*, *raster*, grafik, gambar, tabel untuk mendukung arti penting suatu pesan (Eriyanto, 2002 : 306).

Gambar 1.3 Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki



Sumber: Eriyanto, 2002:295

#### 3. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai komunikasi krisis dalam surat kabar ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini mengutamakan kedalaman data yang akan digali oleh peneliti. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah mengemukakan gambaran dan/atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana suatu realitas komunikasi terjadi (Pawito, 2008:36).

# 4. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah artikel kecelakaan penerbangan SSJ-100 dalam surat kabar Koran Tempo dan Kompas yang terbit pada bulan Mei 2012. Artikel yang dikumpulkan oleh peneliti adalah artikel sejak hilangnya pesawat hingga penanganan krisis organisasi. Batasan pengambilan obyek penelitian adalah fluktuasi intensitas pemberitaan di dua surat kabar nasional tersebut terhadap pemberitaan kecelakaan SSJ-100.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut ini akan dijelaskan oleh peneliti cara mengumpulkan data-data tersebut :

#### a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah teks berita jatuhnya pesawat SSJ-100 di Gunung Salak dalam surat kabar Koran Tempo dan Kompas tanggal 10 Mei 2012 - 31 Mei 2012. Pemilihan periode waktu ini didasari dengan fluktuasi pemberitaan jatuhnya SSJ-100. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *typical case sampling*.

Teknik pengambilan sampel ini pada dasarnya bertolak dari identifikasi tentang kasus-kasus yang paling menonjol, paling sering, atau paling biasa muncul dalam kelompok-kelompok subyek yang diamati (Pawito, 2008:93).

Terdapat beberapa tahapan dalam situasi krisis. Peneliti memisahkan pemberitaan berdasarkan dimulainya tahapan krisis hingga media sudah tidak menjadikan isu tersebut sebagai agenda media yang penting. Hal itu ditandai dengan peralihan ke isu baru. Terdapat berbagai macam peristiwa

yang terjadi dalam realitas sosial yang dibingkai oleh media.

Ketika media menganggap suatu isu lebih menarik dibandingkan dengan yang lain, maka media akan meninggalkan isu lama dan berpindah ke isu baru.

Dalam situasi krisis, media massa akan melakukan ulasan berita sesuai dengan tahapan krisis. Terdapat lima tahapan situasi krisis, yaitu : prodromal or signal detection, preparation or probing, acute or containment, chronic or learning, resolution or recovery.

Dalam insiden penerbangan SSJ-100, jenis krisis yang dialami oleh perusahaan adalah krisis yang terjadi secara tibatiba. Maka dari itu, organisasi langsung berada dalam tahapan preparation or probing. Setelah peristiwa tersebar dan diulas oleh media massa, situasi krisis beralih pada tahap acute or containment. Peneliti akan membagi kronologis peristiwa menjadi tahapan pada crisis life cycle. Berita yang diambil oleh peneliti menyangkut beberapa kriteria, yaitu dapat mewakili setiap tahapan siklus hidup krisis, berhubungan langsung dengan pemberitaan penanganan krisis, dan berita yang diambil memuat komponen informasi yang lengkap.

Peneliti mengambil teks berita dari SKH Koran Tempo dan Kompas edisi Bulan Mei 2013. Peneliti tidak mengambil semua artikel. Melalui kategori yang telah dibuat, peneliti menyeleksi artikel yang mewakili setiap tahapan krisis. Artikel yang diambil adalah artikel yang mengulas isu secara lengkap, berada pada bagian *Headline* dan Berita Utama. Hal itu dilakukan oleh peneliti karena kekuatan *framing* kuat ketika berita diletakkan di bagian *Headline* dan menjadi berita utama. Pembaca cenderung melihat berita yang terletak di bagian tersebut. Selain itu, berita utama yang dipilih adalah teks berita yang menjelaskan krisis secara lengkap. Berita yang tidak memuat banyak informasi tidak digunakan oleh peneliti meskipun ada di berita utama karena tidak relevan dengan topik yang dibahas atau sudah dijelaskan pada artikel sebelumnya.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah berbagai data yang didapatkan dari buku, jurnal, artikel, video rekaman ulang, dan sebagainya.

#### 6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretif tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistik (Pawito, 2008:102). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data komparatif.

Dalam hubungan ini, analisis data dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi kecenderungan-kecenderungan yang ada pada masing-masing persoalan yang dilacak kemudian membandingkan kecenderungan-kecenderungan tersebut antara yang terdapat pada suatu kasus dan kasus yang lain (Pawito, 2008: 109)

Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan agenda media yang ditampilkan dalam surat kabar Koran Tempo dan Kompas dalam memberitakan komunikasi krisis yang dialami oleh industri penerbangan *Sukhoi Civil Aircraft*. Kedua media tersebut merupakan media nasional yang ada di Indonesia.