

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Media relations PT Garuda Indonesia dijalin dengan empat media cetak nasional yakni Kompas, Media Indonesia, Bisnis Indonesia, dan *Investor Daily*. Keempat media ini merupakan media *mainstream* bagi PT Garuda Indonesia. Definisi media *mainstream* bagi PT Garuda Indonesia dilihat dari media yang memiliki oplah banyak, pembaca banyak, pemuatan berita mengenai PT Garuda Indonesia banyak, dan fokus informasi media tersebut (fokus ekonomi bisnis dan investasi).

Kualitas *media relations* mempunyai dimensinya masing-masing tergantung pada persepsi pelakunya. Kesimpulan kualitas *media relations* PT Garuda Indonesia berdasarkan empat dimensi OPR, yakni:

1. *Control Mutuality*

Dimensi *control mutuality* dalam kualitas *media relations* PT Garuda Indonesia dengan empat media nasional tidak terpenuhi karena memiliki pola yang beragam. Menurut Kompas dan Bisnis Indonesia, PT Garuda Indonesia tidak bisa menampilkan relasi kekuasaannya karena Kompas dan Bisnis Indonesia tidak berorientasi pada iklan, akan tetapi pada pemberitaan yang berkualitas, sehingga dimensi *control mutuality* terpenuhi. Sedangkan menurut Media Indonesia dan *Investor Daily*, PT Garuda Indonesia sangat menampilkan relasi kekuasaannya karena

adanya faktor kedekatan pemilik *Investor Daily* dan kebutuhan redaksi Media Indonesia akan iklan, sehingga pemberitaan yang dihasilkan kurang berkualitas dan hanya untuk memenuhi permintaan PT Garuda Indonesia. Bagi *Investor Daily* dan Media Indonesia, dimensi *control mutuality* tidak terpenuhi.

2. *Trust*

Dimensi *trust* dalam kualitas *media relations* PT Garuda Indonesia menurut Kompas, Bisnis Indonesia, dan *Investor Daily* terpenuhi. Dan menurut Media Indonesia, dimensi *trust* tidak terpenuhi karena ada dua turunan dimensi *trust* yakni *integrity* dan *dependability* yang tidak terpenuhi. Hal ini karena Media Indonesia tidak mudah, tidak cepat, dan menilai bahwa keterbukaan PT Garuda Indonesia hanya berdasarkan kewajiban. Akan tetapi, untuk satu turunan dimensi *trust* yakni *competence* menurut Media Indonesia telah terpenuhi karena kemampuan PT Garuda Indonesia dalam pembuatan *press release* dan *event-event* sangat handal.

3. *Satisfaction*

Dimensi *satisfaction* dalam kualitas *media relations* PT Garuda Indonesia dengan empat media nasional tidak terpenuhi. Hal ini karena empat media nasional hanya merasa cukup puas bahkan tidak puas terhadap beberapa tindakan yang dilakukan PT Garuda Indonesia dalam menjalankan aktivitas *media relations* sehingga dapat dikatakan tidak memenuhi dimensi *satisfaction*.

4. *Commitment*

Menurut Kompas, Bisnis Indonesia, dan *Investor Daily*, dimensi *commitment* dalam kualitas *media relations* PT Garuda Indonesia terpenuhi. Dan menurut Media Indonesia, dimensi *commitment* tidak terpenuhi. Hal ini disebabkan Kompas, Bisnis Indonesia, dan *Investor Daily* mengalami kontak personal dengan PT Garuda Indonesia, sedangkan Media Indonesia tidak mengalami hal tersebut.

Jadi tidak semua dimensi OPR terpenuhi dalam setiap media terkait kualitas *media relations* PT Garuda Indonesia. Adapun dimensi lain menurut empat media yang dapat membantu membentuk kualitas *media relations*, yakni dimensi etika. Etika yang diinginkan media ada dalam sebuah relasi seperti menghargai media, dan media pun meminta kepada PR organisasi agar selalu bersikap informatif. Selain menampilkan hasil tersebut, persepsi dari media pun menunjukkan bahwa jenis relasi yang terjalin antara empat media cetak nasional dengan PT Garuda Indonesia adalah relasi pertukaran.

2. **Saran**

Setiap dimensi OPR penting diterapkan dalam menjalin relasi antara organisasi dengan publiknya, sehingga diharapkan semua dimensi OPR dapat terpenuhi dalam sebuah relasi. Bagi PT Garuda Indonesia, semua dimensi yang belum terpenuhi ataupun yang sudah terpenuhi, hendaknya dapat dipenuhi dan ditingkatkan sehingga kualitas relasi dapat tercapai antara PT Garuda Indonesia dengan empat media cetak nasional, yakni Kompas, Media Indonesia, Bisnis Indonesia, dan *Investor Daily*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 2011. *Analisis Pers: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Anggoro, Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anggraeni, Dewi. 2012. *Aktivitas Hubungan Media di PT Dirgantara Indonesia (Persero)*. KKL. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga: Jakarta.
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Broom, Glen M., Shawna Casey, James Ritchey. 2000. 'Concept and Theory of Organization-Public Relationships', in Ledingham, John A. and Stephen D. Bruning (ed.). *Public Relations As Relationships Management*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Daymon, Christine and Immy Holloway. 2011. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. New York: Routledge.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Grunig, James E. and Yi-Hui Huang. 2000. 'From Organizational Effectiveness to Relationship Indicators', in Ledingham, John A. & Stephen D. Bruning (ed.). *Public Relations As Relationships Management*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.

- Grunig, James E. 2002. 'Qualitative Methods for Assessing Relationships Between Organizations and Publics' Institute for Public Relations, pp.1-7. (http://www.instituteforpr.org/iprwp/wp-content/uploads/2002_AssessingRelations.pdf diakses tanggal 7 Juni 2013 pukul 12:23 Wib).
- Heath, Robert L. 2005. *Encyclopedia of Public Relations*. London: Sage Publications.
- Hill, David T. and Krishna Sen. 2005. *The Internet in Indonesia's New Democracy*. London: Routledge.
- Hon, Linda Childers and James E. Grunig. 1999. 'Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations' Institute for Public Relations, pp.1-31. (http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Guidelines_Measuring_Relationships.pdf diakses tanggal 7 Juni 2013 pukul 12:25 Wib).
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Iriantara, Yosol. 2010. *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations, Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, Frank. 1994. *Public Relations Untuk Bisnis*. Jakarta: Lembaga PPM dan Pustaka Binaman Pressindo.
- Junaedi, Fajar. 2013. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Kelleher, Tom and Barbara M. Miller. 2006. 'Organizational Blogs and the Humas Voice' *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol.11, pp.395-414.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusuma, Nadia. 2012. *Aktivitas Public Relations Dalam Membangun Reputasi Internasional di Surya Husadha Hospital, Denpasar, Bali*. KKL. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Lattimore, Dan, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. 2009. *Public Relations: The Profession and the Practice, Third Edition*. New York: McGraw-Hill.

- Lattimore, Dan, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ledingham, John A. and Stephen D. Bruning. 2000. *Public Relations As Relationships Management*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Nurudin. 2008. *Relasi Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Phillips, David and Philip Young. 2009. *Online Public Relations*. London: Kogan Page.
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Rusyan, Shabrina Ayulia. 2012. *Peran dan Fungsi PR Dalam Memelihara Citra Positif di Kalangan Publik Eksternal*. KKL. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Seltzer, Trent. 2005. 'Measuring the Impact of Public Relations' Institute for Public Relations, pp.1-28. (http://www.instituteforpr.org/iprwp/wp-content/uploads/2005_Seltzer.pdf diakses tanggal 7 Juni 2013 pukul 12:24 Wib).
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Straubhaar, Joseph, Robert LaRose, Lucinda Davenport. 2010. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. America: Wadsworth.
- Theaker, Alison. 2004. *The Public Relations Handbook, 2nd Edition*. New York: London and Routledge Taylor & Francis Group.
- Thomas, Gary. 2011. *How to do Your Case Study: Guide for Student and Researchers*. Singapore: Sage Publication.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- West, Richard and Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Annual Report PT Garuda Indonesia tahun 2011.*

Arsip PT Garuda Indonesia tahun 2013.

Sumber Online

Anneahira. Sejarah Media Indonesia. Anneahira.com diakses 15 Desember 2013 dari <http://www.anneahira.com/media-indonesia-17404.htm>

Berita Merdeka (2012). Kumpulan berita PT Garuda Indonesia Tbk. Merdeka.com diakses 8 Juni 2013 dari <http://www.merdeka.com/tag/g/garuda-indonesia/garuda-indonesia-jadi-maskapai-pelayanan-haji-terbaik.html>

Bisnis Indonesia (2013). Profil Bisnis Indonesia. Bisnis.com diakses 7 Desember 2013 dari <http://www.bisnis.com/big-media/profile.html>

CAPA (1990). Garuda Indonesia. Centreaviation.com diakses 8 Juni 2013 dari <http://centreforaviation.com/profiles/airlines/garuda-indonesia-ga>

Detik (2013). 'Garuda Indonesia' 2013. Detik.com diakses 8 Juni 2013 dari (detik, 2013) <http://search.detik.com/search?query=%27Garuda+Indonesia%27+2013>

Fortune PR (1982). Masa depan *media relations* dan berbagai peluang kemitraan. Fortunepr.com diakses 20 Mei 2013 dari <http://fortunepr.com/headline-unit/1187-masa-depan-media-relations-dan-berbagai-peluang-kemitraan.html>

Garuda Indonesia (2013, 14 Maret). Struktur organisasi PT Garuda Indonesia Tbk. Garuda-Indonesia.com diakses 8 Juni 2013 dari http://www.garuda-indonesia.com/images/content/Structure_Organisasi.jpg

Garuda Indonesia (2013). Profil PT Garuda Indonesia Tbk. Garuda-Indonesia.com diakses 5 Desember 2013 dari <http://www.garuda-indonesia.com/us/investor-relations/about-garuda-indonesia/index.page?>

Idsaham. Saham Garuda Indonesia. Idsaham.com diakses 27 Desember 2013 dari <http://idsaham.com/saham-GIAA-informasi-saham-analisa-saham.html>

Investor (2011). Profile *Investor Daily*. Investor.co.id diakses 28 Desember 2013 dari <http://www.investor.co.id/pages/static/aboutus.php>

Kompas (2013). 'Garuda Indonesia' 2013. Kompas.com diakses 8 Juni 2013 dari <http://search.kompas.com/fq/?q=garuda+indonesia+2013&sort=time&sortime=0&siteid=0&start-date=&end-date=&lipsus=None&sort=time>

Kompas (2013). Oplah harian Kompas. Kompas.com diakses 29 Desember 2013 dari <http://print.kompas.com/about/index.html>

Lion Air (2011-2014). Struktur Organisasi Lion Air. Lionairvirtual.com diakses 14 Desember 2013 dari <http://www.lionairvirtual.com/staff>

