

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*) berasal dari psikologi. Objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, konasi. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme (Effendy,2003:255).

S-O-R terdiri dari stimuli yang diterima oleh organisme. Organisme merupakan komunikan yang mendapatkan stimuli lalu memberikan respon terhadap stimuli tersebut. Stimuli dalam penelitian ini adalah pengaruh terpaan yang didapat dari *organism* atau komunikan yaitu penumpang angkutan udara di Surabaya. Respon yang akan diteliti adalah pengaruh terpaan pemberitaan di media massa terhadap citra.

Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi dan informasi itu dapat membentuk dan mempertahankan citra. Pemberitaan media dapat mengangkat isu-isu publik. Media yang diberitakan tidak hanya berita di televisi saja namun berita di internet dan berita di media cetak (Hamidati, dkk, 2011: 195). Media massa melaporkan dunia nyata secara selektif yang

berarti media massa mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias dan tidak cermat. Media massa juga mempertahankan citra perusahaan yang sudah dimiliki oleh publik.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang media baik jenis media, frekuensi maupun durasi penggunaan (Ardianto & Erdinaya, 2005:164). Jenis media dapat dilihat dari bagaimana khalayak mendapatkan sebuah informasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media massa sebagai jenis media. Frekuensi adalah berapa kali seseorang menggunakan media dalam mendapatkan informasi. Durasi digunakan untuk menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media. Atensi juga berpengaruh dalam terpaan media. Atensi atau perhatian adalah keadaan ketika rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Rakhmat, 2008: 52).

Dengan adanya terpaan media yang terus-menerus, maka bisa membuat seseorang merasakan persepsi. Citra terbentuk atas informasi yang diterima melalui persepsi publik yang dibentuk oleh perusahaan. Publik membentuk citra tentang lingkungan sosial berdasarkan realitas yang telah diseleksi dan ditampilkan ke media massa (Rakhmat, 2008:224).

Citra menurut Lawrance. L Steinmentz dalam Nova (2011:301), merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi masyarakat terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau

kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Citra merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi yaitu dengan cara menyalurkan penampilan dan merupakan kebijaksanaan informasi (Ardianto, Elvinaro: 171).

Dengan adanya pengaruh media massa, citra dapat dibentuk dan membuat masyarakat terpengaruhi. Salah satunya adalah berita mengenai *delay* Lion Air yang terjadi pada tanggal 3 Oktober 2017, terdapat berita *delay* selama 5 jam di bandara Juanda, Surabaya. Dalam pemberitaan yang terdapat dalam media *online* Tribun, sejumlah penerbangan yaitu dua penerbangan keberangkatan dan dua penerbangan kedatangan mengalami *delay*.

Menurut data di daftar informasi penerbangan Bandara Juanda, kedua penerbangan keberangkatan ke Palembang dan Pontianak. Masing-masing dari dua penerbangan tersebut *delay* selama satu jam. Sedangkan penerbangan kedatangan yang mengalami *delay* yakni penerbangan dari Lombok Praya ke Bandara Juanda. Dalam pemberitaan tersebut, lebih dari 700 calon penumpang Lion Air beragam tujuan, terlantar di empat ruang tunggu boarding Terminal 1 Bandara Juanda, bahkan sampai ada yang di luar ruangan. Rata-rata mereka mengalami *delay* mulai dari 2 hingga di atas 5 jam.

Pada hari sebelumnya yaitu tanggal 2 Oktober 2017, terdapat berita *delay* selama 10 jam di bandara Soekarno-Hatta. Metro TV dalam acara berita “*Headline News*” mengungkapkan bahwa terdapat calon penumpang yang marah kepada kru *customer service* karena terjadi *delay* yang berlangsung cukup lama hingga meninju kaca loket sampai retak. Ada pula wisatawan asing yang terpaksa meminta uang kembali karena ketidakjelasan jadwal keberangkatan itu.

Pada tanggal 4 Oktober 2017 terdapat pemberitaan di media *online* Tribun dengan judul “Video Penumpang Bajak Pesawat Viral, Begini Penjelasan Lion Air”. Dalam pemberitaan tersebut, penumpang Lion Air sepakat untuk tidak turun dari pesawat sebelum mendapat tanggung jawab yang jelas dari pihak maskapai.

Gambar I.1.

Pemberitaan *Delay* di situs Tribun

WARTA KOTA, TANGERANG-Keributan terjadi dalam [pesawat Lion Air](#) yang melibatkan para [penumpang](#). Mereka bersama-sama melakukan pembajakan terhadap maskapai itu di Bandara Soekarno Hatta, Tangerang.

Para [penumpang](#) ini emosi dan menyuarakan kekecewaannya. Mereka kecewa lantaran sudah naik [pesawat](#) namun diturunkan kembali dengan alasan bandara domestik Denpasar sudah close.

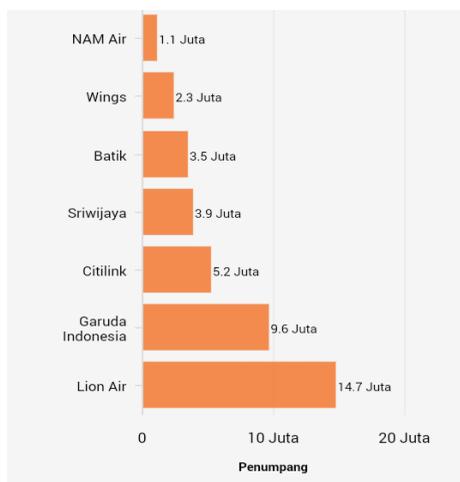
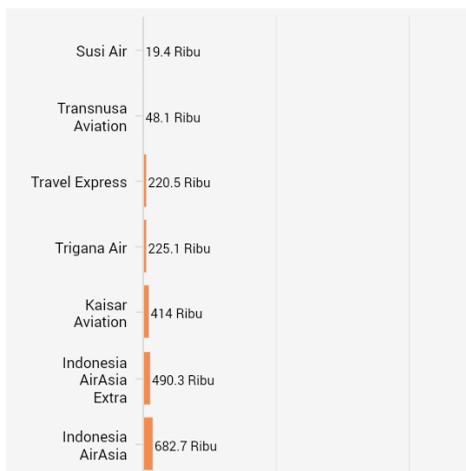
Pesawat yang ditumpangnya ini padahal seharusnya terbang menuju Denpasar. Humas [Lion Air](#) pun memberikan penjelasan terkait insiden tersebut.

Sumber: tribunnews.com

Di koran Jawa Pos edisi 7 Juli 2017, terdapat pemberitaan *delay* Lion Air yang berjudul “Parah...!! Lion Air *Delay* 3 Jam, Penumpang Marah”. Dalam pemberitaan tersebut dijelaskan bahwa ratusan penumpang Lion Air tujuan Surabaya ke Jakarta dengan nomor penerbangan JT-599 geram lantaran *delay* selama hampir 3 jam. Sebagaimana tertera di tiket, pesawat yang seharusnya berangkat pukul 16.30 dari Bandara Juanda, Surabaya dan tiba di Bandara Soekarno-Hatta, Cengkareng pukul 18.00. Pengumuman *delay* sendiri sudah tertera di layar monitor ruang tunggu Gate 5. Awalnya informasi *delay* tertera pukul 18.45. Namun selang beberapa menit ada perubahan menjadi 18.15. tapi hingga pukul 19.15, ternyata belum ada kejelasan dari pihak maskapai.

Walaupun adanya pemberitaan *delay* yang terdapat di media massa, Lion Air tetap menjadi jumlah penumpang maskapai di Indonesia pada Semester I 2016 yaitu 14,7 juta. Jumlah ini setara dengan 34,7 persen dari total penumpang maskapai penerbangan berjadwal domestik, yakni 42,3 juta (<http://hubud.dephub.go.id>).

Gambar I.2.
Jumlah Penumpang Maskapai di Indonesia pada Semester I 2016



Sumber: <http://hubud.dephub.go.id>

Dalam penelitian ini, jenis citra yang terdapat dalam citra Lion Air Indonesia adalah *the current image* atau citra yang masih hangat. Jenis citra ini berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Pada penelitian ini, penulis ingin melihat bagaimana pengaruh terpaan media massa terhadap citra. Penulis memilih penumpang angkutan udara di Surabaya sebagai subyek penelitian karena penumpang pesawat di bandara utama mempunyai jumlah penumpang sebanyak 6.522.410 juta orang.

Tabel I.1.

Jumlah Penumpang Pesawat di Bandara Utama (Orang)
Keberangkatan pada Penerbangan Domestik
2017

	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Polonia	334556	259457	287522	294602	294629
Soekarno Hatta	1704606	1479097	1756665	1802960	1805970
Juanda	672153	546280	613925	615053	618375
Ngurah Rai	455718	357153	378057	420640	442834
Hassanudin	352303	277667	324880	321736	339579

	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
Polonia	280475	384004	309004	305698	310246
Soekarno Hatta	1788098	2109734	1891326	1787086	1841654
Juanda	539747	889548	676 016	696308	655005
Ngurah Rai	393120	511350	475869	431540	430997
Hassanudin	295404	437365	339820	363580	355451

Sumber : www.bps.go.id.

Pada penelitian ini, kriteria penumpang angkutan udara di Surabaya yang dijadikan responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, mengetahui pemberitaan di media massa serta pengguna maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya yang berusia 20 tahun hingga 60 tahun. Masa dewasa awal adalah periode perkembangan yang dimulai pada awal usia 20 hingga usia 40 tahun. Masa ini merupakan saat untuk mencapai kemandirian pribadi dan ekonomi, perkembangan karir sedangkan masa dewasa menengah adalah periode perkembangan yang berlangsung kurang lebih pada usia 41 tahun hingga 60 tahun (Santrock, 2012:18).

Penelitian terdahulu mengenai hubungan terpaan telah beberapa kali dilakukan oleh peneliti terdahulu. Tidak menutup kemungkinan adanya kesamaan dalam pendekatan penelitian, jenis penelitian, sifat penelitian dan teknik pengumpulan data. Tetapi penelitian ini dan penelitian terdahulu menggunakan objek (perusahaan dan informan) dan subjek penelitian yang

berbeda. Sehingga hasil penelitian ini memiliki kemungkinan akan berbeda dari penelitian terdahulu.

Peneliti terdahulu dilakukan oleh Agys Vortyani dan Ira Dwi Mayangsari, S.sos., MM, Universitas Telkom Prodi Ilmu Komunikasi tahun 2012 dengan judul *Pengaruh Tayangan Net.86 terhadap Citra Positif Polisi dalam Perspektif Masyarakat Kota Bandung*. Hasil penelitian yang didapatkan adalah terpaan media (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap citra positif polisi dalam perspektif masyarakat Kota Bandung. Yang membedakan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah subyek dan obyek penelitian. Subyek menggunakan masyarakat kota Bandung dan peneliti menggunakan masyarakat Surabaya sedangkan obyek menggunakan pengaruh tayangan media massa dan citra sedangkan peneliti menggunakan pengaruh terpaan di media massa.

Kemudian peneliti terdahulu dilakukan oleh Amelia Adeline, Universitas Katolik Widya Mandala Fakultas Ilmu Komunikasi dengan judul *Pengaruh Pemberitaan “Ada Apa Dengan Pizza” di Majalah Tempo Edisi 5-11 September 2016 terhadap Corporate Image Pizza Hut*. Hasil dari penelitian adalah terdapat hubungan yang signifikan antara *prominence* dan *the position* dengan pemberitaan “Ada Apa Dengan Pizza” di majalah Tempo edisi 5-11 September 2016 terhadap *corporate image* Pizza Hut. Yang

membedakan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah obyek penelitian dan indikator obyek. Obyek penelitian terdahulu adalah hubungan terpaan dengan citra perusahaan sedangkan peneliti menggunakan hubungan terpaan dengan citra. Indikator hubungan terpaan penelitian terdahulu menggunakan judul berita, teras berita, tubuh berita sedangkan penelitian ini menggunakan frekuensi, durasi, atensi dan jenis media.

Peneliti terdahulu dilakukan oleh Lethisa Yuliana, Universitas Katolik Widya Mandala Fakultas Ilmu Komunikasi dengan judul *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Penghapusan Low Cost Carrier terhadap Citra AirAsia sebagai Penerbangan Low Cost Carrier pada Pengguna Jasa Airlines di Surabaya*. Hasil dari penelitian adalah terdapat hubungan yang signifikan antara *primary impression* dan *the position* dengan pemberitaan. Yang membedakan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah obyek penelitian dan indikator obyek. Obyek penelitian terdahulu adalah pengaruh terpaan pemberitaan penghapusan *low cost carrier* terhadap citra AirAsia pada pengguna jasa *airlines* sedangkan peneliti menggunakan hubungan terpaan pemberitaan *delay* pesawat *Lion Air* dengan citra. Indikator hubungan terpaan penelitian terdahulu menggunakan atensi sedangkan peneliti menggunakan frekuensi, durasi, atensi dan jenis media.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tidak ada yang meneliti hubungan terpaan dengan indikator frekuensi, durasi, jenis media dan atensi. Penelitian ini menggunakan terpaan pemberitaan media massa sebagai objek dari penelitian dan menggunakan elemen citra untuk mengukur bagaimana citra dalam suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis melihat kecenderungan akan adanya pengaruh terpaan pemberitaan *delay* di media massa terhadap citra Lion Air Indonesia pada penumpang angkutan udara di Surabaya.

Indikator terpaan media yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah frekuensi, durasi, jenis media dan atensi. Indikator citra yang akan digunakan adalah kesan utama (*primary impression*), keakraban (*familiarity*), persepsi (*perception*), pilihan (*preference*), dan posisi (*position*). Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Silalahi, 2012:293). Penulis menggunakan metode survei untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi penumpang angkutan udara di Surabaya.

I.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh terpaan pemberitaan *delay* di media massa terhadap citra Lion Air Indonesia pada penumpang angkutan udara di Surabaya?

I.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan *delay* di media massa terhadap citra Lion Air Indonesia pada penumpang angkutan udara di Surabaya.

I.4 Batasan Masalah

Dikarenakan penelitian pengaruh terpaan pemberitaan *delay* di media massa terhadap citra Lion Air Indonesia pada penumpang angkutan udara di Surabaya sangat luas, maka penelitian ini akan diberi batasan sebagai berikut:

- a. Objek penelitian ialah permasalahan yang diteliti sebuah penelitian yaitu pemberitaan *delay* dan citra Lion Air Indonesia.
- b. Subjek penelitian adalah penumpang Angkutan Udara di Surabaya yang membaca berita di media massa, dengan kategori usia 20 hingga 60 tahun.

c. Tempat penelitian berada di Kota Surabaya, Jawa Timur

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, harapannya dapat menambah referensi sebagai penelitian riset dalam bidang konsentrasi *Public Relations* terlebihnya ialah sebagai referensi pengaruh terpaan pemberitaan *delay* di media massa terhadap citra Lion Air Indonesia pada penumpang angkutan udara di Surabaya, diharapkan penelitian ini menjadi bahan penelitian lebih jauh untuk kedepannya, baik di bidang ilmu komunikasi ataupun bidang studi lainnya.

I.5.2. Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak perusahaan maskapai Lion Air dalam memperbaiki citra perusahaan maupun menanggapi pemberitaan mengenai informasi perusahaan, serta menambah wawasan bagi peneliti tentang citra perusahaan khususnya tentang pengaruh pemberitaan.