

**POLA KOMUNIKASI PUBLIC RELATION OFFICER DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PT. LION AIR INDONESIA CABANG
MANADO**

Oleh: Andreano Rinaldi Sitinjak

NIM. 090815054

Email: rean_ano@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini akan mendiskusikan isu-isu interen dan eksteren perusahaan, motif yang di gunakan Public Relation Officer (PRO), cara yang di gunakan Public Relation Officer (PRO) untuk bersosialisasi dengan masyarakat, kesepahaman yang menghasilkan ketergantungan dari seluruh sub-sub sistem perusahaan sehingga lahir keterkaitan yang menghasilkan simbiosis model bertujuan satu (*Symbiote mutualisme*), dan hambatan apa yang ditemukan dalam komunikasi organisasi oleh Public Relation Offecer (PRO) di PT. Lion Air Indonesia cabang Manado. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif deskriptif yang memaparkan dengan jelas setiap fenomena yang terjadi.

Dengan teori komunikasi organisasi Weick (Organisation Theory of Weick) penelitian ini berpendapat bahwa yang terjadi menerpa perusahaan dapat dilihat dari perspektif fenomenologi, yaitu dimana setiap kejadian yang terjadi akan mengalami interpretasi lewat pengalaman-pengalaman setiap pribadi yang terikat dalam strukturisasi organisasi. Komunikasi yang menghasilkan pengalaman tersebut

melahirkan pola-pola baru. Ada 4 (empat) pola komunikasi yang menjadi bahan acuan untuk mendeteksi setiap cara, motif dan hambatan dalam penulisan ini, yaitu:

1. Pola Komunikasi Primer
2. Pola Komunikasi Sekunder
3. Pola Komunikasi Linear
4. Pola Komunikasi Sirkular

Penelitian ini berpendapat bahwa dari keempat pola komunikasi yang di gunakan dalam proses penyelesaian maka dapat di deteksi pola komunikasi apa yang di terapkan suatu perusahaan dalam mempertahankan citra, meskipun perlu pembuktian lebih lanjut.

Pada aras lokal, terlihat pada studi kasus PT. Lion Air Indonesia cabang Manado bahwa dari setiap kasus yang terjadi di sepanjang tahun 2012 menghasilkan bertumbuhnya upaya perbaikan dan mekanisme yang telah di capai dan harus di capai Public Relation Officer PT. Lion Air Indonesia untuk menjawab setiap kebutuhan pengguna jasa penerbangan.

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin cepat menuntut manusia untuk selalu maju dan mengikuti pola perkembangan yang ada. Salah satu fenomena perkembangan yang dapat kita lihat adalah kemajuan jasa penerbangan. Dewasa ini lazim bagi masyarakat menggunakan jasa penerbangan, hampir seluruh penduduk dunia sudah mengetahui bahkan menggunakan jasa penerbangan. Dari sekian banyak perusahaan penerbangan yang menawarkan berbagai macam kemudahan kepada para pengguna jasa lewat fasilitas yang terus berkembang, PT. Lion Air Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang mendapat perhatian masyarakat khususnya Manado.

Dibalik semua kesuksesan yang telah di terima PT. Lion Air Indonesia juga mengalami banyak terpaan berupa masalah yang timbul baik secara interen maupun eksteren perusahaan seperti tragedi molor 3,5 jam, Lion Air pun di gugat Rp 1.035.000.000 oleh seorang penumpangnya. Penumpang itu adalah Mohammad Sholeh. Pria yang berprofesi sebagai pengacara ini mengajukan gugatan ke Lion Air karena di nilai telah melakukan perbuatan melanggar hukum (*on recht matigedaad*). Hal tersebut diatas juga menyita ruang bagi Lion Air untuk berkuat dengan pengadilan dan pihak berwajib. Belum lama terjadi ditemukan Pilot Lion Air Syaiful Salam (45) yang tertangkap Badan Narkotika Nasional (BNN) sedang nyabu di Hotel Garden Palace Surabaya 4 Februari 2012 lalu yang terancam hukuman 12 tahun penjara. Menurut Plh Kasi Pidum Kejari Surabaya, Jauharul Fushus Jauharul, terdakwa di jerat dengan pasal berlapis yaitu Pasal 112 ayat 1 dan Pasat 127 ayat UU 35 Tahun 2009 tentang narkotika. Syaiful terancam 12 tahun penjara. Hal ini menyita perhatian masyarakat Indonesia terkait keselamatan para pelanggan yang tentunya sering menggunakan jasa penerbangan Lion Air.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka peneliti ingin mengetahui "Pola Komunikasi Public Relation Officer dalam Mempertahankan Citra PT. Lion Air Indonesia cabang Manado". Dengan pertanyaan penelitian inti yaitu Apakah motif

yang di gunakan Public Relation Officer PT. Lion Air Indonesia cabang Manado dalam mempertahankan citra perusahaan?, Bagaimana cara Public Relation Officer PT. Lion Air Indonesia cabang Manado dalam mempertahankan citra perusahaan? dan Apakah hambatan Public Relation Officer PT. Lion Air Indonesia cabang Manado dalam mempertahankan citra perusahaan. Sehingga sampai saat ini dapat di simpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya Manado yang menggunakan jasa penerbangan masih menjadikan Lion Air sebagai mitra kerja dan seperti yang kita ketahui bersama bahwa PT. Lion Air masih menjadi perusahaan jasa penerbangan terbesar di Indonesia sampai saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah di dapat lewat setiap komunikasi yang di lakukan oleh Public Relation Officer dari PT. Lion Air Indonesia cabang Manado sehingga menghasilkan pola.

Maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pola komunikasi Public Relation Officer PT. Lion Air Indonesia cabang Manado dalam mempertahankan citra?

2.1 Pengertian Komunikasi

1. Menurut **Harold Laswell** (1960) : cara yang terbaik dalam menggunakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut, siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek yang bagaimana.
2. **Sarah Trenholm** dan **Arthur Jansen** (1996:4) : komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran
3. **Hoveland** (1948:371),**Janis** dan **Kelly** (1953) : komunikasi adalah suatu proses melalui di mana seseorang komunikator menyampaikan stimulus

dengan tujuan agar mengubah dan membentuk dengan tujuan agar mengubah dan membentuk perilaku orang-orang lain.

2.2 Konsep Komunikasi

"Human communication is the process through which individuals –in relationship, group, organizations and societies-respond to and create messages to adapt to the environment and one another". Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Penulis menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses menyampaikan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan kesepahaman bersama, menciptakan pengaruh melalui pesan yang di sampaikan.

2.3 Pola Komunikasi

Pola komunikasi terdiri atas beberapa macam, yaitu:

a) Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang verbal dan nirverbal. Lambang verbal yaitu bahasa, yang paling sering digunakan karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator. Sedangkan lambang nirverbal yaitu lambang yang di gunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, namun merupakan isyarat dengan menggunakan anggota tubuh antara lain; kepala, mata, bibir, tangan dan sebagainya.

b) Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator yang menggunakan media kedua ini karena yang menjadi

asaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi informasi yang semakin canggih.

c) Pola Komunikasi Linear

Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ketitik yang lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi, dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini, pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

d) Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar, atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan kekomunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi seperti ini, proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

2.4 Public Relation

Humas adalah sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana baik ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan khusus, yakni pengertian bersama. (frank jeffkins,1986).

Humas adalah sebuah sistem komunikasi untuk menciptakan niat baik. *Public relations is a system of communication to create goodwill.*(frank jeffkins,1986). Jefkins mendefinisikan dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan public relation sebuah perusahaan, beberapa diantaranya yang pokok adalah sebagai berikut:

- A. Mengubah citra umum di mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
- B. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.

- C. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah di capai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- D. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka Pangsa pasar.

Secara keseluruhan tujuan dari public relation adalah untuk menciptakan citra baik perusahaan sehingga dapat menghasilkan kesetiaan publik terhadap produk yang di tawarkan oleh perusahaan (Mulyana, 2007). Selain itu public relation bertujuan untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik (Maria, 2002). Soleh Sumirat dalam bukunya *Dasar-dasar Public Relations* menyimpulkan bahwa *public relations* atau hubungan masyarakat adalah tindakan pencitraan yang di lakukan untuk menarik simpati masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut IPRA (International Public Relations Association, humas merupakan bagian dari organisasi atau lembaga yang fungsinya terencana dan berkelanjutan untuk memperoleh simpati atau dukungan dari pihak yang terkait. Dan bisa mengetahui opini public. Humas sendiri bisa dikatakan sebagai bagian organisasi atau lembaga yang bisa menciptakan kepercayaan public terhadap organisasi tersebut.

Humas merupakan jembatan penghubung antara sekelompok manusia di suatu organisasi dengan sekelompok manusia lain. Keberagaman karakter dan sifat manusia lebur menjadi satu dalam memahami organisasi atau perusahaan tertentu karena adanya hubungan masyarakat atau humas yang menerangkan tentang fungsi dari kelembagaan tersebut. Oleh karena itu, humas bisa di katakan sebagai bagian dari ilmu sosial.

2.5 Komunikasi Organisasi

Everet M.Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja

sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang di pergunakan, media apa yang di pakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan. Sendjaja (1994) menyatakan fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

- Fungsi informatif. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat

waktu. Informasi yang di dapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, di samping itu juga informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, dan sebagainya.

- Fungsi regulatif. Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu: a. Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga memberi perintah atau intruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya. b. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk di laksanakan.
- Fungsi persuasif. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang di harapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang di lakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar di banding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
- Fungsi integratif. Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu: a. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, newsletter) dan laporan kemajuan organisasi. b. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan

aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

2.6 Kerangka Teori

1. Teori Organisasi Weick (Weick Theory of Organization)

Pendekatan Sistem Karl Weick (pelopor pendekatan sistem informasi) menganggap struktur hirarkhi, garis rantai komando komunikasi, prosedur operasi standar merupakan mungsuh dari inovasi. Ia melihat organisasi sebagai kehidupan organis yang harus terus menerus beradaptasi kepada suatu perubahan lingkungan dalam orde untuk mempertahankan hidup. Pengorganisasian merupakan proses memahami informasi yang samar-samar melalui pembuatan, pemilihan, dan penyimpanan informasi. Weick meyakini organisasi akan bertahan dan tumbuh subur hanya ketika anggota-anggotanya mengikutsertakan banyak kebebasan (*free-flowing*) dan komunikasi interaktif.

Teori Weick tentang pengorganisasian mempunyai arti penting dalam bidang komunikasi karena ia menggunakan komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia dan memberikan dasar logika untuk memahami bagaimana orang berorganisasi. Menurutnya, kegiatan-kegiatan pengorganisasian memenuhi fungsi pengurangan ketidakpastian dari informasi yang diterima dari lingkungan atau wilayah sekeliling. Ia menggunakan istilah ketidakjelasan untuk mengatakan ketidakpastian, keruwetan, kerancuan, dan kurangnya *predictability*. Semua informasi dari lingkungan sedikit banyak sifatnya tidak jelas, dan aktivitas-aktivitas pengorganisasian di rancang untuk mengurangi ketidakpastian atau ketidakjelasan.

Weick memandang pengorganisasian sebagai proses evolusioner yang bersandar pada sebuah rangkaian tiga proses:

Penentuan adalah pendefinisian situasi, atau mengumpulkan informasi yang tidak jelas dari luar. Ini merupakan perhatian pada rangsangan dan pengakuan bahwa

ada ketidakjelasan. **Seleksi**, proses ini memungkinkan kelompok untuk menerima aspek-aspek tertentu dan menolak aspek-aspek lainnya dari informasi. Ini mempersempit bidang, dengan menghilangkan alternatif-alternatif yang tidak ingin di hadapi oleh organisasi. Proses ini akan menghilangkan lebih banyak ketidakjelasan dari informasi awal. **Penyimpanan** yaitu proses menyimpan aspek-aspek tertentu yang akan di gunakan pada masa mendatang. Informasi yang di pertahankan di integrasikan ke dalam kumpulan informasi yang sudah ada yang menjadi dasar bagi beroperasinya organisasinya. Setelah di lakukan penyimpanan, para anggota organisasi menghadapi sebuah masalah pemilihan. Yaitu menjawab pertanyaan-pertanyaan berkenaan dengan kebijakan organisasi. Misal, "haruskah kami mengambil tindakan berbeda dari apa yang telah kami lakukan sebelumnya?". Sedemikian jauh, rangkuman ini mungkin membuat anda mempercayai bahwa organisasi bergerak dari proses pengorganisasian ke proses lain dengan cara yang sudah tertentu: penentuan; seleksi; penyimpanan; dan pemilihan. Bukan begitu halnya. Sub-sub kelompok individual dalam organisasi terus menerus melakukan kegiatan di dalam proses-proses ini untuk menemukan aspek-aspek lainnya dari lingkungan. Meskipun segmen-segmen tertentu dari organisasi mungkin mengkhususkan pada satu atau lebih dari proses-proses organisasi, hampir semua orang terlibat dalam setiap bagian setiap saat. Pendek kata di dalam organisasi terdapat siklus perilaku.

Siklus perilaku adalah kumpulan-kumpulan perilaku yang saling bersambungan yang memungkinkan kelompok untuk mencapai pemahaman tentang pengertian-pengertian apa yang harus di masukkan dan apa yang ditolak. Di dalam siklus perilaku, tindakan-tindakan anggota di kendalikan oleh aturan-aturan berkumpul yang memandu pilihan-pilihan rutinitas yang di gunakan untuk menyelesaikan proses yang tengah di laksanakan (penentuan, seleksi, atau penyimpanan).

Demikianlah pembahasan tentang konsep-konsep dasar dari teori Weick, yaitu: lingkungan; ketidakjelasan; penentuan; seleksi; penyimpanan; masalah pemilihan;

siklus perilaku; dan aturan-aturan berkumpul, yang semuanya memberi kontribusi pada pengurangan ketidakjelasan.

2. Perspektif Fenomenologi

Terdapat dua garis besar di dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transsendental seperti yang di gambarkan dalam kerja Edmund Husserl dan fenomenologi sosial yang di gambarkan oleh Alfred Schutz. Menurut Deetz (Ardianto,dkk, 2007:127) dari dua garis besar tersebut (Husserl dan Schutz) terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikasi, yakni *pertama* dan prinsip yang paling dasar dari fenomenologi – yang secara jelas di hubungkan dengan idealism Jerman – adalah bahwa pengetahuan tidak dapat di temukan dalam pengalaman eskternal tetapi dalam diri kesadaran individu.

3.1 Metode Yang Digunakan

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis data kualitatif, untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek kejiwaan, perilaku, sikap, tanggapan, opini, perasaan, keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok. Metode ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang menggali pengalaman dari objek penelitian.

4.1 Pembahasan

Pola Komunikasi Primer Public Relation Officer (PRO) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado

Pola komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang verbal dan nirverbal. Lambang verbal yaitu bahasa, yang paling sering di gunakan karena bahasa mampu

mengungkapkan pikiran komunikator. Sedangkan lambang nirverbal yaitu lambang yang di gunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, namun merupakan isyarat dengan menggunakan anggota tubuh antara lain; kepala, mata, bibir, tangan dan sebagainya. (Devito, 2011:193).

Pesan yang di sampaikan pengirim kepada penerima dapat di kemas secara verbal (menggunakan kata-kata) atau non-verbal (tanpa kata-kata), komunikasi yang pesannya di kemas secara verbal disebut komunikasi verbal sedangkan komunikasi yang pesannya di kemas secara non-verbal disebut komunikasi non-verbal. Jadi, komunikasi verbal ialah penyampaian makna dengan menggunakan kata-kata, sedangkan komunikasi non-verbal tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi verbal ialah bahasa dan dialeg mahasiswa Papua, dan komunikasi non-verbalnya ialah bahasa tubuh, mimik wajah dan penampilan fisik.

- **Pola Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tertulis. Komunikasi ini paling banyak di pakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar. Lambang verbal itu ialah bahasa. Bahasa merupakan bagian dari komunikasi verbal. Bahasa memiliki definisi secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan *dimiliki bersama*, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat di buat menurut peraturan tatabahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan di rangkaikan supaya memberi arti.

Pola komunikasi verbal pada yang di jalin oleh petugas humas Lion Air tidak berjalan dengan efektif, hal ini di karenakan perbedaan bahasa dan dialeg, latar belakang suku, ras dan budaya, juga tingkat intelektual atau tingkat penerimaan informasi yang di tangkap oleh masyarakat. Contohnya ialah, masyarakat Manado agak lambat dalam melakukan proses penerimaan pesan dan informasi yang di berikan sehingga membuat kurangnya umpan balik atau *feedback*, berbeda dengan masyarakat Jawa atau Sumatera yang lebih cepat memberi respon terhadap setiap sosialisasi yang di lakukan setiap petugas humas Lion Air di setiap cabang di seluruh Indonesia.

Informan menyatakan bahwa bahasa dan dialeg —yang dalam hal ini adalah lambang verbal— yang berbeda merupakan hal yang sangat mempengaruhi mereka dalam beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Dengan perbedaan bahasa dan dialeg itu membuat mereka tidak dapat menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat Manado, yang akhirnya membuat sosialisasi lebih lambat. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi primer yang di lakukan petugas humas PT. Lion Air cabang Manado cukup mengalami kesulitan. Itulah alasan mengapa petugas humas Lion Air juga menggunakan pola komunikasi lain.

Pola Komunikasi Sekunder Public Relation Officer (PRO) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado

Pola komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator yang menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena di dukung oleh teknologi informasi yang semakin canggih. Berikut jenis dari komunikasi sekunder yang sudah menjadi program Lion Air dalam memberikan kemudahan kepada seluruh masyarakat. (Devito, 2011:193).

Pola Komunikasi Linear Public Relation Officer (PRO) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado

Pola Komunikasi Linear mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ketitik yang lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi, dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini, pesan yang di sampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi. Berikut contoh yang di jelaskan oleh informan tentang program kerja langsung yang di lakukan oleh Lion Air. (Devito, 2011:193).

Pola Komunikasi Sirkular Public Relation Officer (PRO) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado

Pola komunikasi sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar, atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan kekomunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi seperti ini, proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan. (Devito, 2011:193). Berikut adalah pola komunikasi sirkular Lion Air yang di jelaskan oleh informan dan sudah menjadi program kerja juga mendapat respon para pengguna jasa penerbangan.

3.1 Kesimpulan

Dari penjelasan hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa petugas humas (Public Relation Officer) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado menggunakan keempat pola komunikasi yaitu :

1. Pola Komunikasi Primer
2. Pola Komunikasi Sekunder
3. Pola Komunikasi Linear

4. Pola Komunikasi Sirkular

3.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah di paparkan di atas mendapat beberapa poin penting untuk di jadikan masukan atau saran sebagai berikut:

1. Pola komunikasi petugas humas (Public Relation Officer) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado yang sudah di lakukan adalah sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana baik ke dalam maupun ke luar yang bertujuan untuk mendapatkan citra positif dan dukungan dari publiknya. Itulah sebabnya petugas humas harus tetap menjalankan fungsi yang menjadi esensi dari perusahaan.
2. Petugas humas (PRO) PT. Lion Air Indonesia cabang Manado harus terus memberi penerangan kepada masyarakat, Pembujukan langsung terhadap masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan, Usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakat terhadap permasalahannya.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Anwar. 2006. Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Mardalis, 1995. Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal. Bumi Aksara, Jakarta.

Mulyana, D. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Rakhmat, Jalaludin. 2000. Metode Penelitian Komunikasi (Dilengkapi dengan contoh dan analisis statistic). PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Ruslan, Rusady. 2010. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi (Cetakan ke-5). PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.

R.Kriyantono.2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Prenada Media Group Cetakan ke-5, Jakarta.

Sartoti, Djam'an Komariah. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Alfabeta, Bandung.

S. Rohim. 2009. Teori Komunikasi: perspektif, ragam dan aplikasi. Rineka Group, Jakarta.

Jefkins, Frank. 1994. Public Relations Techniques. Butterworth Heinemann. [ISBN 0-7506-1563-X](#),9780750615631.

Jefkins, Frank. 1986. Planned Press and Public Relations. Edisi 2. Blackie. Hal 7