

BAB II

GAMBARAN KONDISI PERUSAHAAN GARUDA INDONESIA DAN SITUASI PASCA KRISISNYA

Bab ini berisi uraian objek penelitian yang menjelaskan mengenai gambaran umum kondisi perusahaan Garuda Indonesia serta upayanya dalam pemberitaan dan media sosial Instagram untuk mempertahankan kepercayaan.

1.10 Profil dan Sejarah Garuda Indonesia

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. atau biasa dikenal dengan Garuda Indonesia adalah salah satu maskapai penerbangan terkemuka di Indonesia yang juga merupakan perusahaan penerbangan nasional yang membawa bendera Indonesia ke seluruh mancanegara. Pada usianya yang telah mencapai tiga perempat abad atau 74 tahun, banyak sejarah yang telah dilalui oleh Garuda Indonesia,

Maskapai penerbangan ini pertama kali bernama Indonesian Airways yang mengudara pada tahun 1940-an pada masa pendudukan Belanda. Sebab pada awalnya, Garuda Indonesia tercipta dari hasil kerjasama antara pemerintah Indonesia dengan Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM), yang merupakan maskapai Belanda. Adanya perjanjian Konferensi Meja Bundar (KMB) pada Desember 1949 mendesak Belanda untuk menyerahkan seluruh aset Pemerintah Hindia Belanda kepada Pemerintah Indonesia, termasuk maskapai penerbangan KLM (Koninklijke Luchtvaart Maatschappij-Inter-Insulair Bedrijf)-IIB. Seluruh awak dan pesawat

dikembalikan ke Indonesia pada 1950, dengan diserahkan pada Angkatan Udara Republik Indonesia (AURI). Pada tahun itu juga, Presiden Soekarno menamainya dengan Garuda Indonesia dan meresmikannya menjadi perusahaan nasional yang dimiliki negara dengan mengoperasikan 38 buah armada penerbangan (*Profil Perusahaan Garuda Indonesia*, n.d.).

Pada masa ini, Garuda Indonesia beroperasi melayani lebih dari 60 destinasi yang tersebar di seluruh dunia dan di Indonesia dengan menggunakan 142 armada pesawatnya. Sebagai maskapai milik negara yang membawa nama Indonesia, Garuda Indonesia menawarkan pelayanan terbaiknya dengan konsep layanan “Garuda Indonesia Experience” yang diterapkan di seluruh *touch point* layanan penerbangannya dengan adaptasi nuansa “*Indonesian Hospitality*” yang mana menampilkan keramah-tamahan dan kekayaan budaya yang asli Indonesia.

Melalui beragam upaya pengembangan yang dilakukan perusahaan, pada tahun 2020 Garuda Indonesia meraih pengakuan yang datang dari berbagai pihak diantaranya, Garuda Indonesia mendapat peringkat *5-Star On Time Performance Rating 2020* dari OAG *Flightview* yang berperan sebagai lembaga pemeringkatan *On Time Performance Independent* yang berasal dari Inggris. Selain itu, Garuda Indonesia juga mendapatkan pencapaian dari Skytrax, lembaga pemeringkat penerbangan independen yang berbasis di London, di antaranya “*The World’s Best Cabin Crew*” pada 2014-2017. Kemudian predikat “*The Best Airline in Indonesia*” selama 4 tahun berturut-turut pada 2017 – 2020; “*Major Airlines – Traveler’s Choice Major Airline*

Asia” selama 3 tahun berturut-turut pada 2018 – 2020 dari TripAdvisor, serta dipredikatkan sebagai salah satu maskapai yang penerapan protokol kesehatannya terbaik di dunia versi “*Safe Travel Barometer*” (Surya, 2021).

1.11 Krisis Garuda Indonesia

Jika menengok lima tahun terakhir, berikut ialah beragam situasi yang membuat Garuda Indonesia berada dalam keadaan krisisnyanya :

1. Kerugian Finansial dan Utang yang Menumpuk

Pada 2021, Garuda Indonesia mengalami kerugian bersih sebesar US\$ 898,65 juta (sekitar Rp 12,85 triliun), dengan kerugian meningkat setiap bulan. Berdasar penjelasan Kementerian BUMN, diperkirakan jumlah kerugian Garuda Indonesia terancam meningkat US\$ 100 juta (sekitar Rp 1,43 triliun) setiap bulannya pada saat itu. Belum lagi, utang sebesar Rp 142 triliun yang melilit Garuda Indonesia saat itu. Besarnya utang sebagian besar berasal dari biaya *leasing* pesawat. Utang ini menjadi sumber gugatan pailit dari berbagai pihak di pengadilan.

2. Mismanajemen, Manipulasi Laporan Keuangan, dan Korupsi

Akar permasalahan Garuda Indonesia salah satunya berasal dari manajemen buruk di dalamnya. Hal tersebut dibuktikan dengan, *mark-up* harga sewa pesawat di atas harga pasar, armada yang dioperasikan tidak sesuai dan efisien, pengoperasian rute internasional yang tidak menguntungkan, manipulasi laporan keuangan Garuda Indonesia, dan skandal penyelundupan suku cadang Harley Davidson dan sepeda Brompton. Kemudian, ditemukan juga beberapa

mantan petinggi Garuda Indonesia, seperti Emirsyah Satar dan Ari Askhara, yang terlibat dalam kasus-kasus korupsi yang merugikan negara hingga Rp 8,8 triliun.

3. Pandemi Covid-19

Terjadinya pandemi pada tahun 2020 juga turut memperburuk situasi krisis Garuda Indonesia dengan diberlakukannya pembatasan perjalanan oleh pemerintah yang menurunkan jumlah penumpang. Hal ini membuat pendapatan Garuda semakin merosot.

Ketika seluruh situasi di atas terjadi, tak ayal Garuda Indonesia berada dalam puncak krisisnya. Puncak krisis adalah kondisi di mana krisis meledak di media dan mencapai intensitas maksimumnya hampir seketika (Coombs & Holladay, 2023). Saat krisis mencapai puncaknya, pemerintah dihadapkan pada dua pilihan, yakni menyelamatkan Garuda Indonesia atau membiarkannya bangkrut. Meskipun biaya membangun maskapai baru lebih rendah daripada menyelamatkan yang sudah ada (Kurniawan, 2021), Kementerian BUMN dan Kementerian Keuangan memutuskan untuk menyelamatkan Garuda Indonesia. Pemerintah memberikan dukungan untuk restrukturisasi utang dan menyuntikkan dana segar sebesar Rp7,5 triliun melalui Penyertaan Modal Negara (PMN) (Purwanti, 2022).

1.12 Berita Pasca Krisis mengenai Garuda Indonesia

Meskipun upaya penyelamatan besar-besaran dari krisis yang terjadi telah dilakukan, pemberitaan mengenai Garuda Indonesia masih terus berlanjut dan

memasuki tahap pasca krisis. Perusahaan pada tahapan ini kembali menjalankan operasi seperti biasanya. Krisis bukan lagi menjadi perhatian utama manajemen, namun masih membutuhkan perhatian (Prayudi, 2016). Tahap ini mencakup periode setelah krisis dianggap teratasi, di mana penanganan dampak krisis masih berlangsung. Komunikasi pasca krisis adalah perpanjangan dari tanggap krisis dan pembelajaran dari pengalaman krisis (Coombs & Holladay, 2023).

Seperti pada 2024 ini, terdapat beragam pemberitaan pasca krisis Garuda Indonesia yang terdiri dari beberapa berita baik dengan sentiment negatif maupun positif. Berita negatif terdiri dari,

- Kemenag sebut layanan Garuda Indonesia sangat buruk pada musim haji 2024 (Mahardhika, 2024b)
- Total keterlambatan penerbangan haji pada Garuda Indonesia capai 32 jam (Febiola, 2024)
- Insiden terbakarnya salah satu mesin pesawat pengangkut haji (Rahayu & Djumena, 2024)
- Pesawat Garuda Indonesia gagal terbang imbas tangki bahan bakar bocor (Binekasri, 2024)
- Meski pendapatan naik, Garuda Indonesia rugi Rp 1,4 T per Maret 2024 (Jatmiko, 2024)

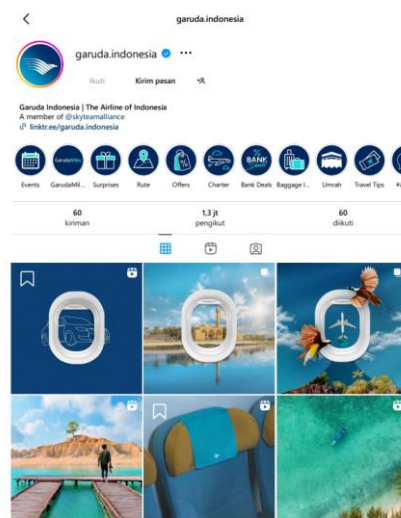
Sementara berita pasca krisis Garuda Indonesia dengan sentimen positif terdiri dari,

- Garuda Indonesia masuk dalam jajaran perusahaan terbaik se-Asia Tenggara versi Fortune Southeast Asia 500 2024 (Prayudhia, 2024)
- Garuda Indonesia perkuat susunan pengurus perseroan lewat RUPSLB (Harianto, 2024)
- Jumlah Penumpang Garuda Indonesia Melonjak 35% pada Kuartal II, Capai 6,11 Juta (Fajrian, 2024)
- Garuda Indonesia targetkan tambah delapan pesawat di 2024 (Fauzan, 2024), dan merger Garuda Indonesia dengan InJourney ditarget tahun ini (Nugroho, 2024)

1.13 Media Sosial Instagram Garuda Indonesia (@garuda.indonesia)

Gambar 2.1

Akun Instagram Garuda Indonesia



Garuda Indonesia memiliki media sosial aktif sebagai media komunikasinya dengan khalayak. Salah satunya adalah Instagram dengan

nama pengguna @garuda.indonesia dan sudah terverifikasi. Akun Instagram Garuda Indonesia sudah aktif sejak bertahun lamanya dan rutin mengunggah konten-konten hingga hari ini. Instagram Garuda Indonesia telah memiliki kurang lebih 1,3 juta pengikut aktif, dengan rata-rata interaksi pengikut 2.512 *likes* dan 92 *comments* setiap unggahannya.

Gambar 2.2

Konten Garuda Indonesia yang Paling Lama di Akunnya



Menariknya, Garuda Indonesia mengarsipkan semua konten sebelum Mei 2024. Kini, rupa konten Instagramnya hanya menampilkan 60 konten feed yang telah diunggah sejak 7 Mei 2024. Konten yang diunggah memiliki banyak tema, seperti informasi layanan, program spesial, pesona keindahan suatu daerah, dan kegiatan sosial perusahaan. Unggahan konten tersebut juga dalam bentuk yang beragam, ada dalam bentuk foto/gambar dan video.