

**ANALISIS RESEPSI KEBERASAAN PESAN SURAT PERSONAL  
ELEKTRONIK CEO DALAM MENGHADAPI SITUASI KRISIS  
PANDEMI COVID-19 (STUDI PERBANDINGAN KOMUNIKASI  
BERASA DUA CEO MASKAPAI PENERBANGAN)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Nabil Hanif Rahmadi**

**1161003048**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun ditujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Nabil Hanif Rahmadi

NIM : 1161003048

Tanda Tangan :



Tanggal : 5 Desember 2024

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : Nabil Hanif Rahmadi

NIM : 1161003048

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Keberasaan Pesan Surat Personal Elektronik CEO dalam Menghadapi Situasi Krisis Pandemi COVID-19 (Studi Perbandingan Komunikasi Berasa Dua CEO Maskapai Penerbangan)

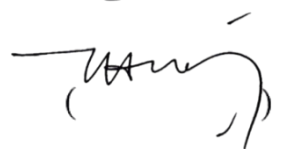
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan di terima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

**Dewan Penguji**

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si



Penguji 1 : Suharyanti M.S.M



Penguji 2 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A



Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal : 5 Desember 2024

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Resepsi Keberasaan Pesan Surat Personal Elektronik CEO dalam Menghadapi Situasi Krisis Pandemi COVID-19 (Studi Perbandingan Komunikasi Berasa Dua CEO Maskapai Penerbangan)**" ini dengan baik.

Peneliti sadar bahwa penyusunan skripsi ini menghadapi banyak kendala terutama waktu yang menyebabkan penyelesaiannya memakan waktu yang tidak sebentar, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. **Kedua orang tua tercinta**, yang selalu mendoakan, mendukung secara moral maupun materi, dan menjadi motivasi terbesar dalam perjalanan studi peneliti.
2. **Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si**, sebagai pembimbing skripsi peneliti, yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti sepanjang proses penelitian dan penulisan ini. Skripsi ini bahkan menggunakan konsep yang merupakan hasil pemikiran pak Bambang yaitu Komunikasi Berasa yang memberikan penulis kerangka berpikir untuk penelitian yang dirancang.
3. **Ibu Suharyanti M.S.M**, selaku kepala program studi ilmu komunikasi yang telah memberikan arahan dan kesempatan kepada peneliti sampai bisa menyelesaikan studi di Universitas Bakrie
4. **Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac** selaku pembimbing yang memberikan arahan kepada penulis sampai penelitian bisa di uji di sidang tugas akhir

5. **Sahabat Peneliti**, yang terdiri dari Asri, Aldi, Seftiani, Indra, Hary, Wulan, Fifi, Fairuz, dan Ryan yang tidak hentinya memberikan dorongan kepada peneliti agar penelitian ini diselesaikan
6. **Ibu Cynthia Matthews**, selaku atasan peneliti di pekerjaan yang memberikan izin kepada penulis untuk membagi pekerjaan dengan penelitian dan dorongan yang tak henti demi perkembangan pribadi penulis
7. **Keluarga Komunal 2016**, yang membuat masa perkuliahan peneliti menjadi lebih berwarna

Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saya dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa depan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu, khususnya di bidang komunikasi.

Jakarta, 5 Desember 2024

Peneliti



(Nabil Hanif Rahmadi)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabil Hanif Rahmadi

NIM : 1161003048

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS RESEPSI KEBERASAAN PESAN SURAT PERSONAL ELEKTRONIK  
CEO DALAM MENGHADAPI SITUASI KRISIS PANDEMI COVID-19 (STUDI  
PERBANDINGAN KOMUNIKASI BERASA DUA CEO MASKAPAI  
PENERBANGAN)”**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 5 Desember 2024

**Yang Menyatakan**



**Nabil Hanif Rahmadi**

**ANALISIS RESEPSI KEBERASAAN PESAN SURAT PERSONAL ELEKTRONIK  
CEO DALAM MENGHADAPI SITUASI KRISIS PANDEMI COVID-19 (STUDI  
PERBANDINGAN KOMUNIKASI BERASA DUA CEO MASKAPAI  
PENERBANGAN)**

Nabil Hanif Rahmadi

---

**ABSTRAK**

Pandemi COVID-19 telah menimbulkan dampak signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk industri penerbangan. Sebagai tanggapan, perusahaan maskapai penerbangan seperti Garuda Indonesia dan Air Asia menggunakan email dari CEO sebagai media komunikasi krisis untuk merawat hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi pelanggan terhadap keberasaan pesan dalam email tersebut, dengan fokus pada dimensi komunikasi berasa: keberasaan indrawi, emosional, rasional, relevansional, benefisial, dan sosial. Studi ini menggunakan pendekatan analisis resepsi dengan data yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap tiga informan yang merupakan pelanggan aktif kedua maskapai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa email dari CEO Garuda Indonesia berhasil menciptakan rasa aman dan kepercayaan melalui informasi langkah mitigasi kesehatan yang terstruktur dan relevan. Sementara itu, email CEO Air Asia menonjolkan pendekatan emosional dengan transparansi tantangan internal perusahaan dan empati terhadap karyawan. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi krisis yang relevan, sensitif, dan terfokus pada kebutuhan pelanggan untuk menjaga hubungan serta citra perusahaan di masa sulit. Selain berkontribusi pada literatur komunikasi berasa, hasil penelitian ini menawarkan wawasan praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi krisis mereka.

**Kata kunci:** komunikasi berasa, email CEO, pandemi COVID-19, komunikasi krisis, analisis resepsi.

**ANALYSIS OF THE RECEPTION OF EXPERENTIALLY MEANINGFUL MESSAGE IN CEO'S ELECTRONIC PERSONAL MESSAGES IN DEALING WITH THE COVID-19 PANDEMIC CRISIS SITUATION (A COMPARATIVE STUDY OF THE COMMUNICATION OF TWO AIRLINE CEOS)**

Nabil Hanif Rahmadi

---

***ABSTRACT***

*The COVID-19 pandemic has significantly impacted various sectors, including the aviation industry. In response, airline companies such as Garuda Indonesia and Air Asia utilized CEO emails as crisis communication tools to maintain relationships with their customers. This study aims to analyze customer reception of the experiential meanings in these emails, focusing on the dimensions of experiential communication: sensory, emotional, rational, relational, beneficial, and social experiences. This research employs a reception analysis approach, gathering data through semi-structured interviews with three informants who are active customers of both airlines. The findings reveal that the email from the CEO of Garuda Indonesia effectively fostered a sense of safety and trust by providing structured and relevant information on health mitigation measures. Meanwhile, the email from the CEO of Air Asia emphasized emotional appeal through transparency about the company's internal challenges and attempted to stimulate empathy toward employees. This study highlights the importance of crisis communication that is relevant, sensitive, and focused on customer needs to sustain relationships and corporate image during challenging times. Besides contributing to the experiential communication literature, this research offers practical insights for companies to enhance the effectiveness of their crisis communication strategies.*

**Keyword :** *Experientially-Meaningful Communication, CEO Email, Covid-19 Pandemic, Crisis Communication, Reception Analysis*



**DAFTAR ISI**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....i**

**HALAMAN PENGESAHAN.....ii**

**UCAPAN TERIMAKASIH.....iii**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....v**

**ABSTRAK .....vi**

**DAFTAR ISI.....viii**

**BAB I PENDAHULUAN .....1**

1.1. Latar Belakang ..... 1

1.2. Rumusan Masalah ..... 8

1.3. Tujuan Penelitian ..... 9

1.4. Manfaat Penelitian ..... 9

    1.4.1. Manfaat Teoritis ..... 9

    1.4.2. Manfaat Praktis ..... 9

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....11**

2.1. Konsep yang Relevan ..... 11

    2.1.1. Komunikasi Berasa ..... 11

    2.1.2. Komunikasi Korporat..... 13

    2.1.3. Komunikasi Krisis..... 14

    2.1.4. Relasi Pelanggan/ *Customer Relationship Management (CRM)*..... 16

2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan ..... 17

2.3. Model Kerangka Penelitian.....23

**BAB III METODELOGI PENELITIAN.....24**

3.1. Desain dan Pendekatan ..... 24

3.2. Subjek Penelitian ..... 26

3.3. Pengumpulan Data ..... 26

    3.3.1. Wawancara ..... 26

    3.3.2. Penelusuran Dokumen..... 26

3.4. Analisis Data ..... 27

3.5. Triangulasi Sumber ..... 28

3.6. Operasionalisasi Konsep .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	31
4.1.1. Profil Perusahaan Garuda Indonesia .....	31
4.1.2. <i>Email</i> dari CEO Garuda Indonesia .....	32
4.1.3. Profil Perusahaan Indonesia Air Asia .....	34
4.1.4. <i>Email</i> dari CEO Air Asia .....	35
4.1.5. Profil Narasumber .....	38
4.2. Penyajian Data .....	39
4.2.1. Komunikasi Berasa dalam <i>email</i> CEO Garuda Indonesia.....	39
4.2.2. Komunikasi Berasa dari email CEO Air Asia .....	43
4.3. Pembahasan.....	47
4.3.1. Resepsi Keberasaan Pesan pada email CEO Garuda Indonesia dan Air Asia .....	47
4.3.2. Komunikasi Berasa Garuda Indonesia dan Air Asia sebagai Komunikasi Krisis.....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1. Kesimpulan .....	55
5.2. Saran .....	56
5.2.1. Saran Teoritis .....	56
5.2.2. Saran Metodologi.....	57
5.2.3. Saran Praktis .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 2.1.** Model Komunikasi Berasa ..... 12  
**Gambar 2.2.** Kerangka Pemikiran ..... 23  
**Gambar 4.1.** Tangkapan layar *e-mail* CEO Garuda..... 33  
**Gambar 4.2.** Tangkapan layar *e-mail* CEO Air Asia ..... 36

**DAFTAR TABEL**

<b>Table 2.1.</b> Tinjauan Penelitian Sebelumnya .....	21
<b>Table 3.1.</b> Operasional Konsep.....	29
<b>Table 4.2.</b> Resepsi Keberasaan Pesan <i>email</i> CEO Air Asia.....	50