

Impression Management Citilink Indonesia Melalui Penerapan Crew Resource Management (CRM)

Gilang Gama Dharmawan¹, Dinda Rakhma Fitriani²

^{1,2} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Depok, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRAK

Sebagai salah satu maskapai berbiaya hemat (*low cost carrier*) di Indonesia, Citilink Indonesia hadir dengan kemasan unik disetiap penerbangannya melalui konsep *young, fun and dynamic* yang khususnya direpresentasikan para awak kabin mereka. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis penerapan *crew resources management* oleh Citilink Indonesia dalam kaitannya dengan *impression management* yang dilakukan oleh awak kabin Citilink Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis konsep *impression management* pada *crew resources management* dalam komunikasi organisasi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus dan menggunakan paradigma interpretif dalam memandang permasalahan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah didapatkan, peneliti menemukan bahwa awak kabin Citilink Indonesia melakukan *impression management* atau pengelolaan kesan dengan menjadikan *crew resources management* sebagai sebuah pedoman, yang dimana hal ini terlihat melalui cara mereka dalam merepresentasikan diri dengan mengikuti kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang meliputi berbagai aspek seperti *performance, communication skill, knowledge, poise and grace (attitude), problem solving, team work* dan *decision making* atau pengambilan keputusan agar dapat memberikan kepuasan terhadap *safety, security* dan *service* kepada penumpang. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa penerapan *Crew Resources Management* merupakan sebuah langkah pembentukan kesan yang dilakukan Citilink Indonesia terhadap awak kabinnya untuk dapat merepresentasikan perusahaan dengan baik melalui serangkaian tahap persiapan secara matang guna meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan yang diakibatkan oleh *human error*.

KATA KUNCI

Impression Management; Crew Resources Management; Citilink Indonesia.

ABSTRACT

As one of the low-cost airlines in Indonesia, Citilink Indonesia comes with unique packaging on each flight through the concept of young, fun and dynamic, especially represented by their cabin crew. This research is intended to analyze the application of crew resources management by Citilink Indonesia in relation to impression management conducted by Citilink Indonesia's cabin crew. In this research, researchers used impression management concept analysis on crew resources management in organizational communication by using qualitative study methods through a case study approach and using interpretive paradigms in looking at the problems in this research. Based on the results of the research that has been obtained, the researcher found that the cabin crew of Citilink Indonesia carried out impression management by making crew resources management a guideline, which is seen

KEYWORDS

Impression Management ; Crew Resources Management ; Citilink Indonesia.

through their way of representing themselves by following the policies and rules set by the company that covers various aspects such as performance, communication skill, knowledge, poise and grace (attitude), problem solving, team work and decision making in order to provide satisfaction of safety, security and service to passengers. So the researchers conclude that the application of crew resources management is an impression management step made by Citilink Indonesia to its cabin crew to be able to represent the company well through a row stages of preparation to minimize the undesirable things caused by human error.

PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial, manusia pastinya akan menghadapi berbagai jenis interaksi dengan orang-orang yang berada disekitarnya dan didalam interaksi tersebut, akan terjadi sebuah proses pembentukan sudut pandang bagi individu dalam melihat diri mereka sendiri, yang dimana sudut pandang yang terbentuk kemudian akan tercermin dari bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka sendiri dalam interaksi-interaksi sosial selanjutnya. Hal inilah yang kemudian dikenal sebagai *impression management*. Goffman (1959) mengasumsikan bahwa ketika seorang individu berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain.

Kesan yang seseorang bentuk melalui *Impression Management* pastinya memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai, terlebih jika seseorang tersebut memiliki profesi yang bersinggungan dengan khalayak ramai yang pastinya mewajibkan mereka untuk dapat memberikan kesan yang baik sehingga dapat terbentuk sebuah citra positif bagi individu tersebut maupun bagi perusahaan atau instansi yang dinaunginya. Seperti halnya profesi sebagai seorang awak kabin penerbangan, yang merupakan representasi dari perusahaan, awak kabin merupakan garda terdepan dalam memberikan kesan terbaik dimata penumpang guna menjaga citra serta kredibilitas nama perusahaan.

Menurut Kementerian Perhubungan Republik Indonesia (2016) dalam *Civil Aviation Safety Regulation*, awak kabin didefinisikan sebagai staf/karyawan perusahaan angkutan udara yang bertugas melayani penumpang dan memiliki tugas utama untuk dapat menjaga keselamatan, keamanan penumpang dan siap siaga dalam keadaan darurat serta melayani kenyamanan penumpang selama dalam penerbangan. Salah satu maskapai yang memiliki awak kabin dengan karakteristik unik adalah Citilink Indonesia dengan konsep *young, fun and dynamic* dalam merepresentasikan diri mereka dan perusahaan. Citilink Indonesia hadir sebagai sebuah “penyegar” di dunia penerbangan Indonesia melalui kemasan unik disetiap penerbangannya (Citilink, 2009). Meskipun secara resmi baru beroperasi menjadi maskapai mandiri pada 30 Juli 2012, perkembangan maskapai Citilink Indonesia patut diberikan apresiasi dikarenakan kinerja serta pencapaian yang sangat memuaskan bagi maskapai penerbangan yang terbilang masih muda.

Salah satu pencapaian yang diraih oleh Citilink Indonesia adalah mendapatkan penghargaan bergengsi bagi dunia penerbangan yaitu pada tahun 2018 Citilink Indonesia berhasil meraih penghargaan sebagai maskapai berbiaya murah (LCC) dengan akreditasi bintang empat dari *SKYTRAX* dan menjadikan Citilink Indonesia sebagai maskapai berbiaya murah (LCC) bintang empat pertama di Asia (logload.id, 2019), hal tersebut tentunya dapat diraih berkat adanya kerja sama antara Citilink Indonesia dengan berbagai pihak terkait yang salah satunya melalui performa awak kabin Citilink Indonesia yang berperan sebagai *front liner* perusahaan.

Dalam merepresentasikan diri sebagai seorang awak kabin Citilink Indonesia, tentunya diperlukan sebuah *impression management* atau pengaturan kesan untuk dapat mengontrol kesan yang akan dibentuk maupun untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan terjadi pada saat sedang bertugas. Guna mewujudkan hal tersebut, terdapat sebuah pedoman atau panduan yaitu *crew resources management* yang dijadikan dasar bagi awak kabin maupun pihak terkait yang terlibat dalam sebuah penerbangan guna meminimalisir resiko terkait hal-hal yang tidak diinginkan akibat *human error*. *Crew resources management* juga dimaksudkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang “sehat” sehingga dapat menunjang performa bagi para awak kabin maupun pihak terkait yang terlibat dalam sebuah penerbangan.

Urgensi dalam penelitian ini yaitu untuk menggali mengenai tata kelola sumber daya manusia pada maskapai berbiaya hemat yang kerap kali dikaitkan dengan *image* negatif karena performa maupun insiden yang identik dengan maskapai berbiaya hemat, akan tetapi Citilink Indonesia memiliki *track record* pelayanan serta citra yang baik dimasyarakat dan minim akan pemberitaan maupun kejadian kurang sedap sehingga peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *impression management* awak kabin Citilink Indonesia dari sudut pandang *crew resources management* yang diterapkan oleh Citilink Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan fokus penelitian yang akan diteliti, yaitu: “Bagaimana bentuk *impression management* melalui penerapan *crew resources management* yang dilakukan Citilink Indonesia?” Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini yaitu, untuk mengetahui dan menganalisis *impression management* yang dilakukan oleh Citilink Indonesia melalui penerapan *crew resources management*.

Goldhaber (1986) dalam bukunya *Organizational Communication* mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai “*the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty.*” yang memiliki arti bahwasanya komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam sebuah hubungan jaringan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti. Sedangkan menurut Wiryanto (2004),

komunikasi organisasi adalah sebuah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dalam sebuah organisasi.

Redding dan Sanborn dalam (Arni, 2007) mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks, mencakup pada bidang komunikasi internal, *human relation* atau hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward*, komunikasi *upward*, dan lain-lain. Dari penjabaran definisi tentang komunikasi organisasi sebelum ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang terjadi didalam sebuah organisasi formal maupun organisasi informal dalam bentuk komunikasi yang kompleks sehingga komunikasi tersebut dapat menimbulkan pengertian yang sama bagi anggota organisasi guna mewujudkan tujuan organisasi tersebut.

Konsep *impression management* pertama kali dicetuskan oleh Erving Goffman pada tahun 1959. Menurut Goffman dalam bukunya, "*The Presentation of Self in Everyday Life*", *impression management* erat kaitannya dengan sebuah pertunjukan drama dan menjelaskan mengenai konsep dramaturgi. Dalam dramaturgi, Goffman mengibaratkan sebuah kehidupan sosial sebagai dunia yang dimainkan oleh aktor di atas panggung, karena bagaimana kita bertindak dipengaruhi oleh peran yang kita mainkan pada situasi-situasi tertentu. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (*impression management*), (Mulyana, 2013).

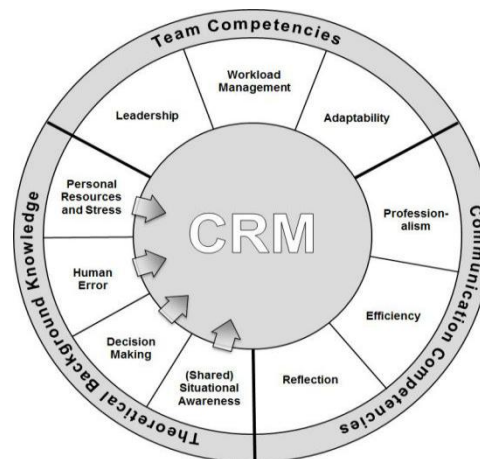
Goffman mendefinisikan *impression management* sebagai tindakan menjaga munculnya hal-hal yang tidak diharapkan dan berujung pada rasa malu atau pertengkaran. Goffman (1959) memaparkan tindakan-tindakan yang dapat terjadi di luar rencana, yaitu (1) Gerakan yang tidak diniatkan (*unmeant gestures*), yaitu individu melakukan gerak-gerik yang tidak diniatkan sebelumnya dan akhirnya hal itu mendiskreditkan pertunjukannya, pertunjukan timnya dan pertunjukan yang dipentaskan oleh khalayaknya; (2) Intrusi yang tidak pantas (*inopportune intrusions*), yaitu ketika khalayak memasuki *backstage* dan memergoki aktor dalam keadaan yang tidak selaras dengan kesan ketika di *frontstage*; (3) Kecerobohan (*faux pas*), yaitu informasi tentang masa lalu individu yang apabila orang lain mengetahuinya akan mengganggu dan melemahkan kesan yang ingin disampaikan melalui pertunjukan; (4) Kejadian (*scenes*), yaitu individu melakukan sesuatu yang akan menghancurkan pertunjukan. Meskipun hal ini mungkin tidak disengaja, tetap saja akan menimbulkan konflik.

Untuk mencegah terjadinya insiden-insiden di atas, maka diperlukan pelatihan atau teknik-teknik untuk menyelamatkan pertunjukan, yaitu: (1) *Defensive Attributes and Practices*, yaitu individu melakukan persiapan untuk menyelamatkan pertunjukannya. Dalam konteks ini, ada 3 atribut untuk suksesnya pertunjukan. Pertama, *Dramaturgical Loyalty* berarti kewajiban moral untuk mendukung pelaksanaan peran. Kedua,

Dramaturgical Discipline berarti selalu berpegang pada bagian yang telah ditetapkan dan tidak terpengaruh oleh pertunjukannya sendiri. Ketiga, *Dramaturgical Circumspection* berarti menggunakan metode yang tepat untuk menyajikan pertunjukan sesuai skenarionya (Goffman, 1959); (2) *Protective Practices*, yaitu ketika khalayak memasuki wilayah tertentu, mereka harus berhati-hati dalam pesan, ucapan dan tindakan ekspresif terhadap aktor (Goffman, 1959); (3) *Tact Regarding Tact*, yaitu aktor bersikap reseptif terhadap petunjuk yang mungkin diberikan oleh khalayak mengenai hal-hal yang tidak sesuai yang baru dilakukan oleh aktor. Selain itu, bila aktor harus memutar-balikkan fakta, ia harus melakukannya dengan cara yang dapat diterima khalayak (Goffman, 1959).

Berdasarkan Kementerian Perhubungan Republik Indonesia (2016) dalam *Civil Aviation Safety Regulation (CASR), Crew Resource Management* adalah sebuah pengetahuan (*sharing of knowledge*) terkait pelatihan wajib bagi para awak pesawat guna meminimalisir resiko kesalahan maupun insiden kecelakaan yang diakibatkan oleh *human error*. *Crew resources management* merupakan pelatihan mengenai sikap perilaku, cara berkomunikasi, penyelesaian konflik sampai pada pengambilan keputusan dan kerja sama tim. Gross (2014) menyatakan konsep CRM dicetuskan pertama kali oleh badan antariksa Amerika Serikat (NASA) pada tahun 1979 yang dimana NASA menemukan bahwa penyebab terjadinya insiden kecelakaan pesawat disebabkan oleh tiga hal yaitu karena kurangnya penguasaan komunikasi interpersonal, pengambilan keputusan yang buruk dan kurangnya skill kepemimpinan. Pada tahun 1981, CRM secara resmi digunakan oleh maskapai penerbangan komersil *United Airlines* dan saat ini Pelatihan CRM telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh seluruh organisasi penerbangan sipil dan militer di seluruh dunia. Pelatihan CRM sekarang menjadi syarat mutlak pilot dibawah pengawasan organisasi penerbangan di seluruh dunia, termasuk FAA (AS) dan JAA (Eropa).

Pelatihan CRM mencakup berbagai macam pengetahuan, keterampilan dan sikap termasuk komunikasi, kesadaran situasional, pemecahan masalah, pengambilan keputusan dan kerja sama tim. CRM berkaitan dengan keterampilan kognitif dan interpersonal yang dibutuhkan untuk mengelola sumber daya dalam sistem yang terorganisir, yang pada dasarnya ketrampilan kognitif didefinisikan sebagai proses mental yang digunakan untuk mendapatkan dan mempertahankan kesadaran situasional didalam memecahkan masalah dan serta untuk membuat keputusan, sedangkan keterampilan interpersonal dianggap sebagai kegiatan yang berhubungan dengan perilaku kerja sama tim dalam hal berkomunikasi (Citilink, 2009).

Gambar 2.1 Komponen *Crew Resources Management*

Sumber : Gross (2014 p.4-6)

Luasnya kajian ilmu pengetahuan dan beragamnya fenomena yang ada disekeliling kita, pastinya akan menimbulkan suatu hal yang layak untuk diteliti. Salah satunya penelitian mengenai *Impression Management* atau manajemen kesan yang telah diteliti dari berbagai perspektif. Berikut beberapa penelitian yang mempunyai ruang lingkup kajian yang serupa beserta persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Dr Rajeshwari Gwal (2015) dalam jurnal *Tactics of Impression Management : Relative Success on Workplace Relationship*, mendapatkan hasil penelitian bahwa Pegawai ingin dapat diterima serta disukai dilingkungan kerjanya dengan menggunakan dominasi taktik *ingratitation* guna mempengaruhi orang disekitar nya agar dapat menyukai dirinya dan sebagai salah satu langkah dalam mendapatkan posisi jabatan strategis yang dimana Dr Rajeshwari menggunakan Konsep *Impression Management* melalui pendekatan taksonomi *Jones & Pittman* sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan konsep teori *Impression Management* Erving Goffman dan mengkaitkannya dengan konsep *Crew Resources Management*. Kemudian terdapat perbedaan dalam metodologi peneltian yang dimana Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksploratif.

Muhammad Nanda Satrio (2017) dalam jurnal *Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno*, mendapatkan hasil penelitian bahwa Sandiaga Uno menggunakan empat taktik manajemen kesan yaitu *ingratiation*, *self promotion*, *exemplification* dan *supplication*. taktik yang sering digunakan beliau adalah *ingratiation* dengan 80 dari 140 post IG dan *self promotions* dengan 53 dari 140 post IG. Muhammad Nanda Satrio menggunakan konsep *Impression Management* dengan pendekatan taksonomi *Jones & Pittman* dalam penelitiannya dan terdapat pebedaan dalam metodologi penelian yang mana peneliti menggunakan metode studi kasus dengan

pendekatan kualitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Kemudian terdapat perbedaan dimana penelitian terdahulu berfokus pada strategi *Impression Management* dengan taksonomi *Jones Pittman* sedangkan penelitian yang peneliti lakukan mengkaji *Impression Management* melalui pendekatan crew resources.

Jika dibandingkan dengan penelitian Chelsea Amanda Alim (2014) terdapat perbedaan dalam metodologi penelitian, yang dimana peneliti menggunakan pendekatan metode studi kasus sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Ruang lingkup penelitian terdahulu terbatas hanya pada pengamatan via online sedangkan penelitian peneliti dilakukan secara langsung melalui proses observasi dan wawancara langsung secara mendalam.

METODOLOGI

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus atau *case study* dengan pendekatan kualitatif. Sesuai dengan prinsip epistemologisnya, penelitian kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan pada hal tersebut (Mulyana, 2013 p.5). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dianggap tepat untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti berusaha memahami, menganalisis, serta menggambarkan rangkaian proses *impression management* yang dilakukan oleh awak kabin Citilink Indonesia melalui penerapan *Crew Resource Management*.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma ini menekankan pada sifat subjektif dari *social world* dan berusaha memahaminya dari kerangka berpikir objek yang sedang dipelajarinya, jadi pada arti individu dan persepsi manusia pada realitas bukan pada realitas independen yang berada di luar mereka (Chariri dan Ghazali, 2007). Peneliti menjadikan awak kabin sebagai subjek dan Citilink Indonesia sebagai objek penelitian. Unit analisis yang terdiri dari *impression management* dan *Crew Resources Management*. Informan dalam penelitian ini melibatkan 2 orang informan utama dan 2 informan pendukung.

Pengumpulan data yang dilakukan melalui data primer maupun sekunder dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang digunakan adalah menggunakan triangulasi sumber yaitu awak kabin Citilink Indonesia dan membandingkan hasil data tersebut dengan keterangan oleh *deputy chief cabin crew* dan instruktur awak kabin Citilink Indonesia. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan yaitu menurut Miles dan Hubberman (Dalam Sugiyono, 2007) pertama dengan pengumpulan data, mereduksi data, lalu data mentah disajikan sesuai dengan materi yang dibutuhkan yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan dari data yang didapat.

HASIL DAN DISKUSI

Profesi sebagai seorang awak kabin tentunya memiliki tanggung jawab yang sangat besar, disamping harus dapat melayani dan memberikan kenyamanan pada penumpang, seorang awak kabin pun harus mampu memberikan kenyamanan serta menjaga keamanan dan keselamatan penumpang. Guna mewujudkan hal tersebut, pastinya tak luput dari berbagai hambatan maupun kesalahan yang dapat mempengaruhi kinerja seorang awak kabin. Salah satu hambatan yang dapat mempengaruhi kinerja awak kabin Citilink Indonesia yaitu adanya kesalahan prosedur, tidak focus, dihadapkan pada situasi atau keadaan yang tidak mendukung seperti adanya *complaint* atau keluhan, *bad weather* maupun *miss communication* antara satu set crew yang berujung kepada salah penafsiran akan suatu hal maupun menimbulkan adanya *sentiment* sesama awak kabin. Peneliti menilai bahwa hal tersebut terjadi karena adanya *miss communication* diantara sesama awak kabin maupun antar pihak terkait. Hal ini diakibatkan oleh sistem kerja yang diterapkan dalam dunia penerbangan berbeda dengan sistem kerja profesi pada umumnya. Pembagian tugas pada awak kabin telah ditentukan oleh *crew tracking* dan komposisi awak kabin yang bertugas pun ditentukan secara *random* sehingga komposisi awak kabin yang bertugas akan berbeda disetiap jadwal penerbangan. Hal inilah yang mengharuskan awak kabin untuk dapat memiliki *communication skill* yang mumpuni sehingga dapat membangun *chemistry* dengan satu set crew lainnya untuk menghindari hambatan itu terjadi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Goldhaber (1998 p.5) dalam bukunya *Organizational Communication* yang mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai “*Organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty.*” yang memiliki arti bahwasanya komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam sebuah hubungan jaringan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti. Peneliti melihat bahwa situasi ini termasuk ke dalam aspek *situational awareness* dalam CRM yang mengharuskan awak kabin untuk dapat membaca situasi serta mengantisipasi hal-hal yang akan terjadi.

Di dalam teori Dramaturgi, Goffman (1959) memaparkan tindakan-tindakan yang dapat terjadi di luar rencana. Salah satunya adalah *Unmeant Gestures*. *Unmeant Gestures* adalah keadaan dimana individu melakukan gerak-gerik yang tidak diniatkan sebelumnya yang pada akhirnya hal tersebut dapat mendiskreditkan pertunjukannya. Pertunjukan timnya dan pertunjukan yang dipentaskan khalayaknya. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian terkait adanya *miss communication* diantara awak kabin. Awak kabin yang bertugas tidak jarang berujung pada adanya salah penafsiran akan suatu hal maupun menimbulkan *sentiment* sesama awak kabin yang diakibatkan oleh rumor yang belum tentu benar keberadaannya. Menyikapi hambatan maupun kesalahan tersebut, awak kabin Citilink Indonesia berpedoman pada *Crew Resources Management* sebagai dasar dalam mengatasi maupun menghindari hambatan dan kesalahan yang mereka alami dengan menjalin hubungan komunikasi yang baik sesama awak kabin. Selain itu, awak

kabin Citilink Indonesia sangat mengedepankan kerja sama dengan sikap saling mengingatkan jika terdapat hal yang tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku dan peneliti menilai bahwa hal tersebut merupakan sebuah langkah pencegahan untuk menghindari hambatan yang dapat mengganggu proses kerja mereka sebagai awak kabin.

“Pastinya kita berpedoman pada CRM atau *Crew Resource Management* khususnya kita saling mengingatkan satu sama lain jika ada hal-hal yang dinilai salah atau belum sesuai prosedur dan kembali lagi itu merupakan salah satu bentuk kerja sama team yang harus selalu diperhatikan dan kalo kesalahan tersebut sudah terlanjur terjadi pastinya akan jadi bahan evaluasi bagi kita untuk selalu *mengcrosscheck* kembali semua hal mulai dari *pre-flight check*, *Inflight* dan pada saat *disembarking* kita akan melakukan *security check* kembali untuk menghindari kesalahan dan hal-hal yang tidak diinginkan.” (Rara. Wawancara. 6 Mei 2019)

Hal tersebut dipertegas oleh pernyataan Goffman (1959 p.212-218) yang mengatakan bahwa terdapat beberapa cara guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terjadi salah satunya dengan cara *Defensive Attributes and Practices*. Yaitu individu melakukan persiapan untuk menyelamatkan pertunjukannya. Dalam konteks ini, terdapat 3 atribut untuk mensukseskan pertunjukan. Pertama, *Dramaturgical Loyalty* berarti kewajiban moral untuk mendukung pelaksanaan peran. Kedua, *Dramaturgical Discipline* berarti selalu berpegang pada bagian yang telah ditetapkan dan tidak terpengaruh oleh pertunjukannya sendiri. Ketiga, *Dramaturgical Circumspection* berarti menggunakan metode yang tepat untuk menyajikan pertunjukan sesuai skenarionya dan peneliti menilai bahwa ketiga atribut tersebut sangat sesuai dengan langkah awak kabin Citilink Indonesia yang berpedoman pada *Crew Resources Management* dalam menghindari adanya hambatan maupun gangguan dalam menjalankan tugasnya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Dr. Rajeshwari Gwal (2015) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa *All kinds of organizations consist of individuals with variety of personal characteristics; therefore those are important to manage them effectively* atau setiap organisasi yang terdiri dari individu dengan beragam sifat dan karakteristik harus dapat diatur secara benar melalui sebuah pengelolaan yang efektif

Kemudian, tindakan yang dapat terjadi di luar rencana lainnya menurut teori Dramatugi yang Goffman paparkan adalah *Scenes*. *Scenes* adalah keadaan dimana individu melakukan sesuatu yang akan menghancurkan pertunjukan. Meskipun hal ini mungkin tidak disengaja, tetap saja akan menimbulkan konflik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti dapatkan, hal ini dialami oleh beberapa awak kabin Citilink Indonesia yang mengalami kenaikan berat badan maupun mengalami masalah kesehatan kulit yang berjerawat. Hal ini dapat mengganggu performa awak kabin Citilink Indonesia yang akan berdampak langsung pada citra dari perusahaan apabila tidak ditangani secara serius dan optimal. Untuk dapat menyikapi hal tersebut, Citilink Indonesia melakukan program *quality control leader* sebagai sebuah langkah untuk dapat memonitor kinerja para awak kabin sehingga dapat meminimalisir hambatan maupun kesalahan yang dapat mempengaruhi kinerja mereka. Peneliti menilai bahwa hal ini termasuk kedalam salah satu komponen CRM pada aspek *co-operation, leadership, situasional awareness* dan

decision making. Hal ini sejalan dengan penelitian Nanda Satrio (2017) yang mengatakan bahwa orang berinteraksi karena ingin menyajikan suatu gambaran diri (*impresi*) yang akan diterima orang lain sehingga ia akan melakukan pengaturan kesan (*impression management*) untuk memberikan kesan tertentu atau membentuk pesan kepada orang lain.

Dalam melakukan presentasi diri sebagai seorang awak kabin, banyak hal yang harus diperhatikan. Terlebih, Citilink Indonesia merupakan maskapai penerbangan LCC terbaik di Asia versi Skytrax dan hal ini pastinya menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi awak kabin Citilink Indonesia untuk dapat memberikan performa atau penampilan terbaik mereka. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan, aturan yang diberlakukan Citilink terkait tata penampilan sangatlah ketat dan memiliki standar yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari salah satu contoh aturan yang mengatur mengenai tata cara menggunakan atribut, aksesoris bahkan cara berjalan seorang awak kabin

Citilink Indonesia pun memiliki sebuah aturan yaitu, awak kabin Citilink Indonesia diwajibkan untuk dapat berjalan dengan mengedepankan *poise and grace* serta *manners* dalam aspek presentasi diri mereka. Rosenfeld, Giacalone, & Tedeschi (Dalam Chelsea, 2014) menjelaskan bahwasanya upaya dalam melakukan presentasi diri kerap dilakukan oleh banyak kalangan khususnya kalangan yang menjadi pusat perhatian karena profesi, keunikan maupun sensasi yang menyangkut dirinya serta tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh bagi lingkungannya, pada umumnya mereka menginginkan dirinya untuk diterima publik sebagai sosok yang *intelligent, friendly, dan morally good*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu profesi sebagai seorang awak kabin merupakan sebuah profesi yang cukup menyita perhatian masyarakat, hal ini dikarenakan awak kabin memiliki peran penting sebagai sebuah representasi perusahaan yang harus memberikan kesan terbaik dimata penumpang maupun khalayak.

Untuk dapat memberikan sebuah pelayanan yang maksimal, awak kabin Citilink Indonesia tidak dapat mewujudkan hal tersebut tanpa kontribusi maupun campur tangan dari berbagai pihak dan sangat diperlukan adanya kerja sama tim yang solid serta adanya komunikasi yang baik antara awak kabin dan berbagai pihak terkait. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan, awak kabin Citilink Indonesia sangat menjunjung tinggi akan pentingnya kerja sama tim dengan asas *one team, one spirit, one goal*, yang peneliti nilai sebagai sebuah upaya dalam mewujudkan tujuan bersama melalui penyatuan visi misi, satu semangat untuk memberikan pelayanan yang maksimal nantinya terhadap penumpang. Pernyataan tersebut juga sejalan dengan pernyataan dari Lilis Rosita selaku *Deputy Chief Cabin Crew* serta Instruktur awak kabin Citilink Indonesia yang menyatakan bahwa kerja sama tim sangat harus dilakukan karena akan berdampak langsung pada kesuksesan sebuah penerbangan, dan guna mewujudkan keberhasilan tersebut harus terdapat sebuah koordinasi dan komunikasi yang wajib dibangun secara intens antara satu kesatuan pihak terkait dengan awak kabin yang bertugas.

“Itu sangat penting sekali ya dan sangat berpengaruh pada sukses atau tidaknya sebuah penerbangan. Seperti yang telah disinggung oleh Mas El tadi, bahwasanya kita tidak mungkin bisa kerja sendirian, kita butuh bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak terkait agar bisa memberikan pelayanan yang maksimal pastinya dan di dalam dunia penerbangan sendiri, koordinasi, komunikasi dan kerja sama itu harus selalu dijalin dengan baik agar hal tersebut bisa dicapai nantinya.” (Lilis Rosita. Wawancara. 7 Mei 2019)

Koordinasi dalam sebuah tim sangat perlu diperhatikan guna mewujudkan tujuan bersama yang telah disepakati. Begitu pula pada *team* awak kabin Citilink Indonesia, yang berdasarkan hasil penelitian sangat mengedepankan profesionalitas kerja melalui cara mereka dalam membangun sebuah koordinasi yang baik dan benar, hal ini dapat dilihat melalui awak kabin Citilink Indonesia yang berpedoman pada *Crew Resources Management* yang merupakan sebuah panduan dalam melakukan tugas sebagai seorang awak kabin yang salah satunya mengenai cara berkomunikasi sesama awak kabin maupun *team* sehingga koordinasi dapat berjalan lancar melalui sebuah proses komunikasi yang baik. Koordinasi maupun komunikasi dalam *team* juga berpengaruh guna mengetahui tugas serta kapasitas masing-masing *team*. Hal ini sejalan dengan pernyataan Redding dan Sanborn (dalam Arni, 2007 p.67) yang mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks, mencakup pada bidang komunikasi internal, *human relation* atau hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward*, komunikasi *upward*, dan lain-lain.

Sebagai sebuah satu kesatuan yang saling mempengaruhi, Kerjasama tim adalah hal yang sangat vital dan krusial dalam proses mewujudkan kesuksesan sebuah penerbangan. Awak kabin dan *team* harus mampu mengedepankan profesionalitas kerja dengan mengesampingkan masalah pribadi dan ego masing-masing dengan memprioritaskan *safety, security and service* kepada penumpang yang harus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan, jika kerjasama awak kabin dan *team* dijalin dengan baik, maka upaya mempertahankan kesan yang ingin ditampilkan bukanlah sesuatu yang tidak mungkin. Hal ini sejalan dengan pernyataan Dr. Rajeshwari Gwal (2015) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa karyawan dalam sebuah perusahaan pasti berusaha menjalin hubungan antara diri mereka sendiri serta dengan lingkungan maupun aturan perusahaan. Berdasarkan hasil observasi dan penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti menilai bahwa dalam upaya memberikan sebuah layanan penerbangan yang memuaskan, awak kabin Citilink Indonesia harus bersinergi atau berkoordinasi dengan berbagai pihak yang memiliki kontribusi sebagai sebuah bentuk usaha dalam melakukan pengaturan kesan atau *impression management*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil serta analisis hasil penelitian yang telah peneliti paparkan, peneliti menarik kesimpulan bahwa penerapan *crew resources management* erat kaitannya

dengan *impression management* yang dilakukan oleh awak kabin Citilink Indonesia, yang dimana *impression management* memiliki peran yang sangat penting bagi awak kabin Citilink Indonesia dalam membentuk kesan yang akan mereka tampilkan, hal ini dikarenakan, *impression management* merupakan sebuah upaya yang mereka lakukan guna menjaga citra dan reputasi perusahaan, ditambah profesi sebagai awak kabin Citilink Indonesia memiliki peran yang sangat penting yaitu sebagai *Front Liner* perusahaan yang mewajibkan mereka untuk dapat merepresentasikan serta mencerminkan *value* maupun visi dan misi perusahaan. Maka dari itu, penerapan *crew resources management* peneliti nilai sebagai sebuah upaya guna meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan terjadi melalui rangkaian proses *impression management* yang dilakukan awak kabin Citilink Indonesia yang meliputi aspek *Performance, Communication Skill, Knowledge, Poise and grace (attitude), problem solving, team work* dan *decision making* atau pengambilan keputusan agar dapat memberikan kepuasan terhadap *safety, security* dan *service* kepada penumpang.

Penerapan *Crew Resources Management* merupakan sebuah langkah pembentukan kesan atau *impression management* yang dilakukan Citilink Indonesia terhadap awak kabinnya untuk dapat merepresentasikan perusahaan dengan baik melalui serangkaian tahap persiapan secara matang guna meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan yang diakibatkan oleh *human error*. Jadi, CRM bertujuan untuk menumbuhkan iklim atau budaya di mana kebebasan untuk saling bertanya sesama *crew* dianjurkan. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran situasional, kesadaran diri, sikap kepemimpinan, sikap ketegasan, sikap pengambilan keputusan, sikap fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, C. A. (2014). Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo). *Jurnal e-Komunikasi*, 2(3).
- Arni, M. (2007). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Chariri, A., & Imam, G. (2007). *Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Citilink. (2009). *Operational Manual Book Part A*. Tangerang.
- Citilink.co.id. (2019). <https://www.Citilink.co.id/company-profile> Diakses pada Tanggal 24 Agustus 2019 Pukul. 02.21 WIB
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. United States of America: Doubleday Ancho Books.
- Goldhaber, G. M. (1986). *Organizational Communication*. Wisconsin: Brown & Benchmark.

- Gross, B. (2014). Crew Resource Management – A Concept for Teams in Critical Situations. *Proceedings of 5th International Conference on Integrated Natural Disaster Management At: Tehran*
- Gwal, R. (2015). Tactics of Impression Management: Relative Success on Workplace Relationship. *International Journal of Indian Psychology*, 2(2)
- KBBI. (2019). <https://kbbi.kata.web.id/awak-kabin/> Diakses pada Tanggal 21 Agustus 2019 Pukul. 11.55 WIB
- Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2016). *Civil Aviation Safety Regulation (CASR)*. Jakarta: Indeks.
- Logload.id. (2018). *Citilink Indonesia catatkan kinerja positif sepanjang 2018* ,<https://logload.id/bisnis/Citilink-indonesia-catatkan-kinerja-positif-sepanjang-2018/> Diakses pada Tanggal 21 Maret 2019 Pukul. 09.41 WIB
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Satrio, M. N. (2017). Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyu Irara, (2014). Impression Management pada akun twitter @sudjiwotedjo. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Gasindo.