



**TATA KELOLA KOMUNIKASI UNGGUL PERUSAHAAN
AVIASI UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK
(STUDI ETNOGRAFI : PEMBERANGKATAN HAJI
MASKAPAI “X” TAHUN 2025)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
HELSYA SUHESTI

55223120022

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Tata Kelola Komunikasi Unggul Untuk Membangun Kepercayaan Publik
(Studi Etnografi : Pemberangkatan Haji Maskapai "X" tahun 2025)
Nama : Helsya Suhesti
N I M : 55223120022
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Korporasi
Tanggal : 30 Desember 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS Jakarta, 30 Desember 2025

MERCU BUANA


(Helsya Suhesti)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : HELSYA SUHESTI

NIM : 55223120022

Program Studi : MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Dengan judul “TATA KELOLA KOMUNIKASI UNGGUL PERUSAHAAN AVIASI UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK (STUDI ETNOGRAFI : PEMBERANGKATAN HAJI MASKAPAI “X” TAHUN 2025), telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Desember 2025 didapatkan nilai persentase sebesar 11%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Helsya Suhesti
NIM : 55223120022
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Pemasaran Dan
Korporasi

Jakarta, 30 Desember 2025

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: **“Tata Kelola Komunikasi Unggul Perusahaan Aviiasi untuk membangun Kepercayaan Publik (Studi Etnografi : Pemberangkatan Haji Maskapai “X” tahun 2025)”**.

Penyusunan tesis ini merupakan langkah awal dalam perjalanan akademik yang menantang secara intelektual, sekaligus bermakna secara sosial dan spiritual. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya komunikasi representatif yang dijalankan oleh awak kabin sebagai ujung tombak dalam pelayanan haji Indonesia sebuah pelayanan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga emosional dan simbolik.

Dalam konteks ini, komunikasi bukan sekadar alat penyampai informasi, tetapi menjadi instrumen pembentuk kepercayaan publik, citra institusi, dan legitimasi sosial organisasi negara. Fokus utama penelitian diarahkan pada bagaimana tata kelola komunikasi yang berbasis *excellence* dapat diwujudkan melalui praktik interpersonal, pengelolaan emosi, serta strategi komunikasi representatif oleh awak kabin selama penerbangan haji.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- **Dr. Hemni Gusfa, M.Si**, selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, ketelitian, dan dukungan yang sangat berarti selama penyusunan proposal ini.
- **Dr. Heri Budianto, M.Si**, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas kebijakan dan arahan akademik yang konstruktif.
- **Kedua orang tua tercinta**, Ibu Gusmiarti dan Ayah Badril, atas cinta, doa, dan semangat yang tak pernah putus.
- **Keluarga dan sahabat**, yang senantiasa memberi motivasi dan semangat dalam setiap fase proses ini.

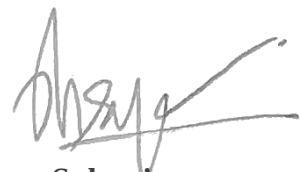
- **Seluruh dosen dan civitas akademika** Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas lingkungan akademik yang suportif dan inspiratif.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memerlukan penyempurnaan dan pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian ini pada tahap berikutnya.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi yang bermakna bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam penguatan kapasitas komunikasi representatif di sektor pelayanan publik dan institusi negara.

Jakarta, 30 Desember 2025

Peneliti,



Helsya Suhesti
55223120022



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Helsya Suhesti
NIM : 55223120022
Fakultas/ Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi/ Komunikasi
Korporasi dan Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Tata Kelola Komunikasi Unggul Perusahaan
Aviasi Untuk Membangun Kepercayaan Publik
(Studi Etnografi : Pemberangkatan Haji
Maskapai "X" tahun 2025)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Helsya Suhesti)

ABSTRAK

Nama : Helsya Suhesti
NIM : 5523120022
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Tata Kelola Komunikasi Unggul Perusahaan Aviassi untuk membangun Kepercayaan Publik (Studi Etnografi : Pemberangkatan Haji Maskapai “X” tahun 2025)
Pembimbing : Dr. Henni Gusfa, M.Si

Layanan penerbangan haji di Indonesia merupakan layanan publik berbasis ibadah yang sarat dimensi emosional, simbolik, dan representatif, terutama karena mayoritas jemaah berada pada kelompok lanjut usia dan menjalani perjalanan religius yang bermakna. Dalam konteks tersebut, komunikasi awak kabin tidak hanya berfungsi sebagai praktik layanan, tetapi juga sebagai medium representasi institusi maskapai dan negara yang memengaruhi pembentukan kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan menganalisis tata kelola komunikasi unggul yang dijalankan oleh awak kabin dalam layanan penerbangan haji serta perannya dalam membangun kepercayaan publik melalui praktik komunikasi representatif.

Secara teoretis, penelitian ini berpijak pada kerangka Communication Excellence sebagai teori payung, dengan sembilan prinsip komunikasi unggul sebagai parameter normatif–operasional, serta emotional labor sebagai konsep pendukung.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif dengan pendekatan kualitatif melalui metode new ethnography, yang melibatkan wawancara mendalam, observasi kontekstual, dan ceklist persepsi penumpang.

Temuan menunjukkan bahwa praktik komunikasi awak kabin dijalankan secara kolektif sebagai komunitas profesional yang mereproduksi nilai organisasi melalui komunikasi empatik, praktik hospitality, pengelolaan emosi, dan adaptasi prosedural yang ramah lansia. Pola praktik tersebut membentuk makna layanan yang aman, bermartabat, dan dapat diandalkan, serta menghasilkan model tata kelola komunikasi unggul yang menegaskan kepercayaan publik sebagai outcome relasional dari praktik representasi institusional yang konsisten.

Kesimpulan utama penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi unggul dalam layanan penerbangan haji bukan merupakan keterampilan individual semata, melainkan praktik sistemik yang dikelola secara organisasi dan dijalankan secara kolektif oleh komunitas awak kabin sebagai representasi negara dalam layanan publik.

Kata kunci: komunikasi unggul; komunikasi representatif; tata kelola komunikasi; awak kabin; kepercayaan publik; ramah lansia..

ABSTRACT

Name : Helsya Suhesti
NIM : 5523120022
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Title : Superior Communication Governance of Aviation Companies to build Public Trust (Ethnographic Study: Hajj Departure of Airline "X" in 2025)
Advisor : Dr. Henni Gusfa, M.Si

Hajj flight services in Indonesia constitute a form of religion-based public service characterized by strong emotional, symbolic, and representational dimensions, particularly because most pilgrims are elderly and undertake a highly meaningful religious journey. In this context, cabin crew communication functions not merely as service delivery but as a key medium through which airline institutions and the state are represented, shaping public trust. This study aims to analyze the governance of communication excellence practiced by cabin crew in Hajj flight services and its role in building public trust through representative communication practices.

The study is theoretically grounded in the Communication Excellence framework as an overarching theory, supported by its nine principles as normative–operational parameters and the concept of emotional labor.

Adopting an interpretive paradigm, this qualitative study employs a new ethnography approach through in-depth interviews, contextual observations, and passenger perception checklists.

The findings reveal that cabin crew communication is enacted collectively as a professional community that reproduces organizational values through empathetic communication, hospitality practices, emotional regulation, and elderly-friendly procedural adaptation. These recurring practices generate meanings of safety, dignity, and reliability, leading to the formulation of a communication governance model that positions public trust as a relational outcome of consistent institutional representation.

The main conclusion indicates that communication excellence in Hajj flight services is not an individual skill but a systemic organizational practice collectively enacted by the cabin crew community as a representation of the state in public service.

Keywords : excellent communication; communication governance; cabin crew communication; public trust; institutional representation; elderly-friendly services.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoretis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
1.4.3. Manfaat Kebijakan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.1.1. State of the Art dan Kebaruan Penelitian.....	18

2.2.	Kajian Teori	20
2.2.1.	Excellence Theory	20
2.2.2.	Communication Excellence	26
2.2.3.	Corporate Communication.....	29
2.2.4.	Strategic Communication	34
2.2.5.	Organizational Socialization.....	37
2.2.6.	Emotional Labor Theory	41
2.2.7.	Impression Management.....	44
2.2.8.	Corporate Reputation / Public Trust Theory.....	46
2.2.9.	Interpersonal Communication (Knapp; Burgoon; Wood)	49
2.2.10.	Socioemotional Selectivity Theory.....	49
2.2.11.	Trust Theory	50
2.3.	Kerangka Pemikiran	51
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1.	Paradigma Penelitian	55
3.2.	Metode Penelitian	56
3.2.1.	New Ethnography (Saukko, 2003).....	57
3.3.	Subjek Penelitian	61
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4.1.	DATA PRIMER	64
3.4.2.	DATA SEKUNDER	68
3.5.	Teknik Analisis Data.....	69
3.6.	Keabsahan Data	72
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1.	Konteks Institusional dan Operasional Maskapai “X”	74
4.1.1.	Profil Perusahaan Aviassi	74
4.1.2.	Produk dan Layanan	77
4.1.3.	Identitas Institusional dan Budaya Korporat Maskapai “X”	81
4.1.4.	Situasi Kerja dan Dinamika Pelayanan Penerbangan Haji 2025	87
4.1.5.	Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) Penerbangan Haji 2025.....	89
4.1.6.	Sumber data dan profil Informan.....	102
4.2.	HASIL PENELITIAN	104
4.2.1.	Deskripsi Temuan Penelitian	104
4.2.2.	Analisis Data.....	110
4.3.	PEMBAHASAN.....	128
4.3.1.	Praktik Komunikasi Representatif Awak Kabin	128

4.3.2.	Praktik Komunikasi Unggul dalam Perspektif yang Lebih Luas	138
4.3.3.	Praktik Komunikasi Representatif dan Pembentukan Kepercayaan Jemaah Lansia.....	142
4.3.4.	Dinamika Organisasi dan Konteks Kerja dalam Praktik Komunikasi Unggul Awak Kabin.	145
4.3.5.	Tahapan penemuan model tata kelola komunikasi unggul perusahaan aviasi untuk membangun kepercayaan publik.....	147
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	151
5.1.	Kesimpulan	151
5.2.	Saran	152
5.2.1.	Saran Akademik.....	152
5.2.2.	Saran Praktis	153
DAFTAR PUSTAKA		155
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 : Penelitian terdahulu	9
Tabel 2. 2 : Matriks L1-L4.....	40
Tabel 4. 1 : Penghargaan maskapai "X"	75
Tabel 4. 2 : Komposisi 1 Grup Awak Kabin untuk penerbangan haji (Olahan Peneliti).....	99
Tabel 4. 3 : Profil InformanAwak Kabin.....	102
Tabel 4. 4 : Profil Informan Penumpang/ Jemaah Haji.....	102
Tabel 4. 5 : Profil Informan Instruktur Pelatihan.....	103
Tabel 4. 6 : Daftar jenis observasi lapangan	103
Tabel 4. 7 : Kutipan Pengalaman Emosional dan Makna Layanan	104
Tabel 4. 8 : Kutipan Praktik Interaksi Verbal dan Nonverbal	106
Tabel 4. 9 : Kutipan Pendampingan Fisik dalam Pelayanan Kabin.....	107
Tabel 4. 10 : Kutipan Dinamika Emosi dan Kerja Sama Antar Awak Kabin	108
Tabel 4. 11 : Kutipan Persepsi Penumpang terhadap Pelayanan Awak Kabin.....	108
Tabel 4. 12 : Kutipan Praktik Prosedural dan Keselamatan	109
Tabel 4. 13 : Tabel Pesan–Kesan–Makna Tema 1: Komunikasi Empatik sebagai Inti Layanan Penerbangan Haji.....	112
Tabel 4. 14 : Tabel Pesan–Kesan–Makna Tema 2 : Spiritualitas sebagai Mekanisme Regulasi Emosi Kolektif.....	116
Tabel 4. 15 : Tabel Pesan–Kesan–Makna Tema 3: Emotional Labor sebagai Fondasi Performa Komunikasi Awak Kabin	118
Tabel 4. 16 : Tabel Pesan–Kesan–Makna Tema 4 : Trust sebagai Outcome Utama Komunikasi Representatif	120
Tabel 4. 17: Tabel Pesan–Kesan–Makna Tema 5 : Representasi Institusi dalam Layanan Berbasis Ibadah.....	122
Tabel 4. 18 : Tabel Pesan–Kesan–Makna Tema 6: Adaptasi Prosedural dan Improvisasi Komunikasi dalam Konteks Haji.....	124
Tabel 4. 19 : Perbedaan Karakteristik Penerbangan Haji dan Penerbangan Reguler dalam Perspektif Komunikasi Layanan.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Mekanisme Internalisasi Nilai dan Identitas dalam Excellence Public Relations – (Olahan Peneliti : Elaborasi Teoretik Excellence Theory Grunig).....	25
Gambar 2. 2 : Kerangka Pemikiran Konseptual Tata Kelola Komunikasi Unggul dalam Layanan Penerbangan Haji Sumber: Olahan Peneliti	54
Gambar 4. 1 : Struktur Organisasi Maskapai “X”-Maret 2025.....	80
Gambar 4. 2 : Sebaran Jemaah Haji dan Embarkasi Maskapai "X" (Olahan Peneliti)	88
Gambar 4. 3 : Karakteristik Jemaah Haji berdasar Usia (olahan Peneliti)	89
Gambar 4. 4 : Seragam Awak Kabin Penerbangan Haji	92
Gambar 4. 5 : Struktur Organisasi Cabin Management dan hubungan kerja dengan SBU Umroh, Haji dan Charter (Olahan peneliti).....	93
Gambar 4. 6 : Layout pesawat B 777-300 ER dan Posisi Awak Kabin Haji	97
Gambar 4. 7 : Kerangka Analitis Tahapan Tata Kelola Komunikasi Unggul dalam Layanan Penerbangan Haji	148

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : INSTRUMEN PENELLITIAN

LAMPIRAN 2 : DATA RESPONDEN

LAMPIRAN 3 : TRANSKRIP WAWANCARA

LAMPIRAN 4 : Curriculum Vitae

