

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS)
UNTUK MENJAGA CITRA PERUSAHAAN PADA
PT ANGKASA PURA I BANDAR UDARA I GUSTI
NGURAH RAI BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Kadek Naomi Ishaka Diantari

NIM 2115713014

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS)
UNTUK MENJAGA CITRA PERUSAHAAN PADA
PT ANGKASA PURA I BANDAR UDARA I GUSTI
NGURAH RAI BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Kadek Naomi Ishaka Diantari

NIM 2115713014

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Kadek Naomi Ishaka Diantari
NIM : 2115713014
Prodi/Jurusan : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Proyek Akhir saya dengan judul:

“Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Untuk Menjaga Citra Perusahaan Pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Proyek Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Proyek Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 16 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Ni Kadek Naomi Ishaka Diantari
NIM. 2115713014

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

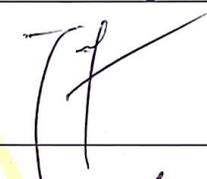
STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) UNTUK MENJAGA CITRA PERUSAHAAN DI PT ANGKASA PURA I BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI

Projek Akhir ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh ijazah Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

NI KADEK NAOMI ISHAKA DIANTARI
NIM. 2115713014

Badung, 16 Agustus 2024

Disetujui oleh,

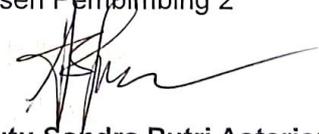
Nama Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji I Komang Mahayana Putra, SE.,M.M NIP. 196310171990031003	
Dosen Penguji 1, I Nyoman Suka Sanjaya, SS., M.TESOL., Ph.D NIP. 197409152000121002	
Dosen Penguji 2, Drs. I Made Ardana Putra, M.Si NIP. 195912311989031012	

Pembimbing:

Dosen Pembimbing 1

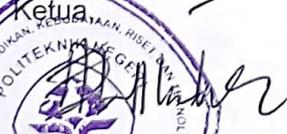

(I Komang Mahayana Putra, SE.,M.M)
NIP. 196310171990031003

Dosen Pembimbing 2

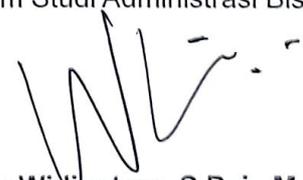

(Putu Sandra Putri Astariani, S.S.,M.HUM)
NIK. 202111011

Disahkan oleh,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua




(Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D)
NIP. 196409291990032003

Diketahui oleh,
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,


(I Made Widiantera, S.Psi., M.Si)
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Segala puja dan puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan kehendak-Nya tugas akhir dengan judul “**Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Untuk Menjaga Citra Perusahaan Pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali**”, dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma 3 (D3) Program Studi Administrasi Bisnis.

Tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini terima kasih diucapkan kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph. D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi., M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan, petunjuk dan semangat selama proses penyusunan tugas akhir.
4. Bapak I Komang Mahayana Putra, SE.,M.M selaku dosen pembimbing I yang telah membantu, membimbing, serta memberikan pendapat selama proses penyusunan tugas akhir ini.

5. Ibu Putu Sandra Putri Astariani, S.S., M.Hum, selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak Handy Heryudhitiawan selaku *General Manager* PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali.
7. Bapak Yuristo Ardhi Hanggoro, Bapak Harry Saputra, dan Bapak Mohammad Hadyan Hizki selaku *Stakeholder Relations Bali Airport* yang telah memberikan kesempatan, pengarahan, dan pengetahuan sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan lancar.
8. Keluarga serta teman-teman yang senantiasa memberikan doa, semangat, serta motivasi kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat disusun dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Kritik dan saran diharapkan dari semua pihak demi perkembangan positif bagi penulis! Demikian tugas akhir ini disusun, semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis. Akhir kata disampaikan terima kasih.

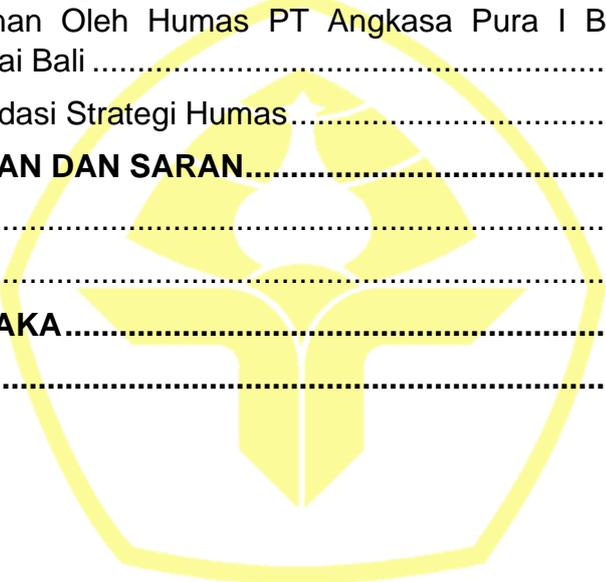
Badung, 5 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
1. Lokasi Penelitian	9
2. Objek Penelitian	9
3. Data Penelitian	9
4. Teknik Analisis Data.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Humas (Hubungan Masyarakat).....	13
1. Definisi Humas	13
2. Peran Humas	14
3. Fungsi Humas	14
4. Strategi Humas.....	15
5. Langkah-langkah <i>Public Relations</i>	17
B. Citra Perusahaan.....	20
1. Definisi Citra Perusahaan.....	20
2. Indikator Pembentukan Citra Perusahaan.....	20
C. Media Massa	21
1. Definisi Media Massa	21

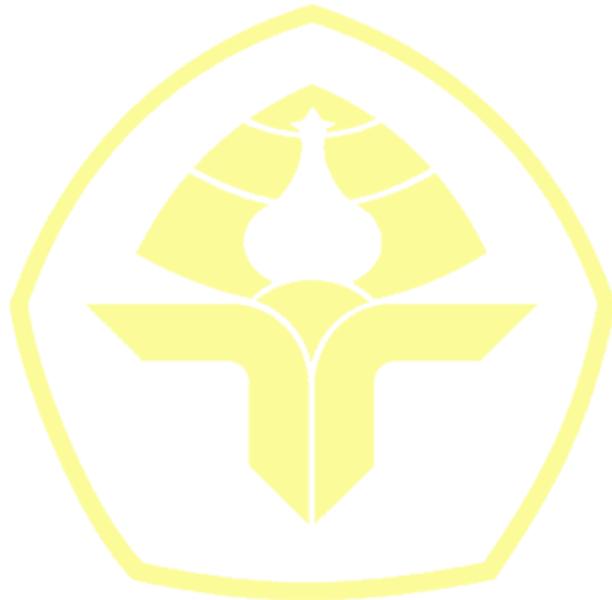
2. Klasifikasi Media Massa	22
3. Fungsi Media Massa	24
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	26
A. Sejarah Perusahaan	26
B. Bidang Usaha	29
C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Kebijakan Perusahaan	38
B. Analisis dan Interpretasi Data	44
1. Strategi Humas untuk Menjaga Citra Perusahaan	44
2. Kejadian Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan dan Cara Penanganan Oleh Humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali	52
3. Rekomendasi Strategi Humas	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
A. Simpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

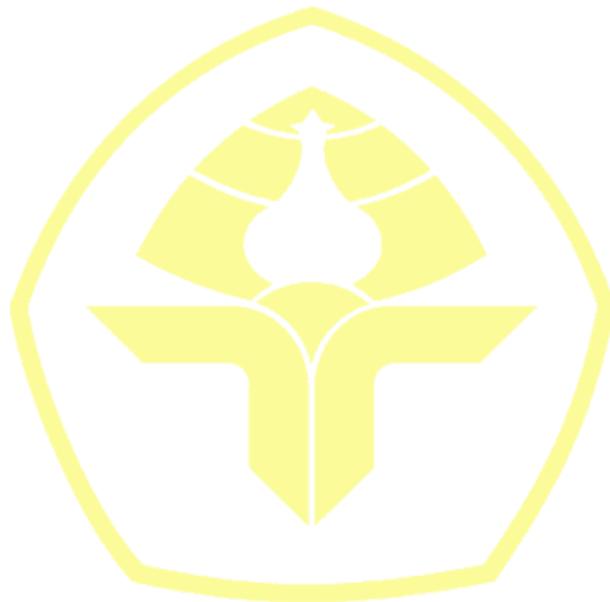
Tabel 1. 1 Top 10 Media Monitoring 2023	5
---	---



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Unit Stakeholder Relation PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali	33
Gambar 4. 1 Berita di Media Massa.....	52



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai
- Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4. Contoh Siaran Pers Bandara I Gusti Ngurah Rai
- Lampiran 5. Berita Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan
- Lampiran 6. Pernyataan Resmi yang Dipublikasikan Oleh Media (*Media Inquiry*)
- Lampiran 7. Contoh Konferensi Pers Bandara I Gusti Ngurah Rai
- Lampiran 8. Contoh Kegiatan *Media Monitoring*
- Lampiran 9. Surat Keterangan Perubahan Judul Projek Akhir
- Lampiran 10. Formulir Proses Bimbingan
- Lampiran 11. Surat Keterangan Penyelesaian Projek Akhir



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya jaman, setiap perusahaan atau instansi melakukan berbagai macam cara untuk menjaga citranya agar selalu mendapatkan citra yang positif di mata masyarakat melalui informasi atau berita-berita yang tersebar. Di era digital yang kian canggih ini membuat penyebaran informasi dapat mencakup masyarakat yang lebih luas. Sebelumnya, untuk menyebarkan informasi memerlukan waktu yang cukup lama, seperti melalui surat pos, siaran televisi bahkan radio yang harus menentukan jadwal terlebih dahulu. Namun, dengan munculnya berbagai platform media dan kanal *online* lainnya, membuat sebuah perusahaan harus mengelola serta mengoptimalkan pesan mereka di berbagai saluran yang berbeda. Media menjadi tulang punggung dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Melalui berbagai bentuknya seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan platform *online*, membuat media massa memiliki jangkauan yang luas dan kemampuan untuk

mempengaruhi persepsi publik. Hal-hal tersebut juga dapat membuat penyebaran informasi terjadi hanya dalam hitungan detik, ini memungkinkan bahwa setiap individu dapat menerima berita atau pesan penting dalam waktu yang sangat singkat, sehingga dapat mengatasi situasi-situasi darurat dengan lebih cepat dan efektif. Namun, segala hal pasti terdapat konsekuensinya, baik positif maupun negatif.

Salah satu manfaat utama dari cepatnya penyebaran informasi saat ini di media adalah untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat dan memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam. Melalui media yang beragam, informasi dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja. Sehingga suatu perusahaan dapat bekerja lebih efektif dan efisien. Namun, di sisi lain, kecepatan penyebaran informasi juga membuka peluang bagi tersebarnya berita tidak akurat atau bohong. Informasi yang tidak akurat kadang dengan mudah menjadi lebih ramai menjadi perbincangan, sehingga dapat memicu kebingungan bahkan kepanikan di kalangan masyarakat atau pembaca berita. Hal ini dapat membuat perusahaan atau bahkan pembaca itu sendiri mengalami kerugian, baik dalam bentuk reputasi, kepercayaan, dan citra perusahaan.

Suatu perusahaan hendaknya selalu memonitor citra mereka di media, karena hal tersebut memiliki dampak yang besar terhadap reputasi dan persepsi publik terhadap merek mereka. Suatu citra dapat

dikatakan sebagai citra yang baik atau citra yang buruk. Setiap perusahaan mau tidak mau pasti memiliki citra di masyarakat, tetapi citra negatif atau buruk akan merugikan perusahaan, karena citra menjadi salah satu acuan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai keputusan penting seperti antara lain: membeli barang atau menggunakan jasa yang dihasilkan (Andyani, 2022). Saat ini semua terhubung secara global, setiap tindakan, pernyataan atau kejadian yang berkaitan dengan perusahaan dapat dengan cepat menjadi topik pembicaraan atau diskusi. Setiap informasi atau pemberitaan yang menyebar tentang perusahaan akan mempengaruhi citra dari perusahaan tersebut. Citra adalah seperangkat keyakinan, pemikiran, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek (Kotler dan Keller, 2018). Pengaruh citra yang berbeda antar perusahaan dalam suatu industri dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam berbagai cara.

Dalam hal ini, seorang hubungan masyarakat (humas) memiliki peran yang sangat krusial. Humas tidak hanya menjadi perantara komunikasi internal antara anggota dengan atasan, melainkan dari mulai menjaga citra perusahaan, menangani krisis ataupun isu yang sedang beredar di kalangan masyarakat maupun yang sedang tren di media massa (Sari, 2023). Sebagai garda terdepan dalam melakukan interaksi antara perusahaan dengan publik, humas harus memastikan tren positif perusahaan tetap terjaga. Dalam pelaksanaannya humas

harus selalu responsif untuk memastikan pesan perusahaan tersampaikan dengan jelas, tepat, dan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan.

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kebandarudaraan, PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali menganggap penting untuk tetap aktif dalam memantau segala pemberitaan tentang perusahaan, termasuk yang tersebar di media. Kesadaran terhadap setiap perkembangan dan opini yang berkaitan dengan layanan menjadi landasan bagi komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan dan mendengarkan secara aktif umpan balik dari para pengguna jasa. Salah satu upaya yang dilakukan oleh humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai adalah dengan melakukan monitoring media, humas selalu berusaha untuk merespons dengan cepat, baik untuk memberikan klarifikasi atas informasi yang tidak akurat maupun untuk memahami secara mendalam kebutuhan dan harapan para pengguna jasa. Monitoring media dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi mengenai perusahaan melalui kliping berita yang tersebar di khalayak umum. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa sering perusahaan disebutkan atau diberitakan di media, serta menilai sentimen yang muncul berdasarkan liputan tersebut, apakah positif, negatif atau netral. Monitoring media merupakan alat penting dalam alur kerja humas dan merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh humas Bandar Udara (Bandara) I

Gusti Ngurah Rai Bali sebagai upaya menjaga citra perusahaan di mata publik.

Tabel 1. 1 Top 10 Media Monitoring 2023

No	Bulan	Jenis Media	TOP MEDIA									
			Tribun	Kompas	Liputan 6	Antara	Detik	Nusa Bali	CNN	Tempo	Bali Post	Republika
1	Januari	Online	49	25	8	13	55	10	11	15	6	4
		Elektronik	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Jumlah	51	25	8	13	55	10	11	15	6	4
2	Februari	Online	45	16	3	18	75	16	1	17	10	1
		Elektronik	0	4	0	0	0	0	0	0	2	0
		Cetak	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Jumlah	45	20	3	18	75	16	1	17	12	1
3	Maret	Online	60	14	7	30	33	11	4	6	15	2
		Elektronik	2	6	0	0	0	0	1	1	1	0
		Cetak	5	0	0	0	0	2	0	0	0	0
		Jumlah	67	20	7	30	33	13	5	7	16	2
4	April	Online	58	22	3	27	52	16	5	5	13	12
		Elektronik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
		Jumlah	59	22	3	27	52	17	5	5	14	12
5	Mei	Online	50	16	3	31	48	19	4	8	7	9
		Elektronik	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Jumlah	56	17	3	31	48	19	4	8	7	9
6	Juni	Online	55	16	13	25	56	19	4	16	4	3
		Elektronik	4	6	1	0	0	0	4	0	1	0
		Cetak	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Jumlah	59	22	14	25	56	19	8	16	5	3
7	Juli	Online	60	22	13	36	57	22	7	11	12	9
		Elektronik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Jumlah	60	22	13	36	57	22	7	11	12	9
8	Agustus	Online	30	7	5	11	49	15	5	4	4	8
		Elektronik	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	3	0	0	0	0	2	0	0	1	0
		Jumlah	34	8	5	11	49	17	5	4	5	8
9	September	Online	46	21	4	22	33	20	3	2	8	6
		Elektronik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	5	0	0	0	0	1	0	0	1	0
		Jumlah	51	21	4	22	33	21	3	2	9	6
10	Oktober	Online	50	15	11	25	50	24	4	5	12	6
		Elektronik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	5	0	0	0	0	3	0	0	0	0
		Jumlah	55	15	11	25	50	27	4	5	12	6
11	November	Online	55	23	10	25	71	19	5	5	10	6
		Elektronik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0
		Jumlah	58	23	10	25	71	21	5	5	10	6
12	Desember	Online	50	44	8	31	42	22	8	4	14	14
		Elektronik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cetak	7	0	0	0	0	4	0	0	3	0
		Jumlah	57	44	8	31	42	26	8	4	17	14
TOTAL			652	259	89	294	621	228	66	99	125	80

Sumber: Humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai

Dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa berita yang membahas Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali cukup banyak muncul di media dan menjadi daya tarik bagi sebuah media. Humas PT Angkasa Pura I melakukan monitoring media yang mencakup media *online*, media

elektronik, dan media cetak. Media *online* meliputi berita yang terbit di internet, seperti *website*, media sosial, YouTube, dan sejenisnya. Media elektronik terdiri dari tayangan berita di TV yang membahas tentang Bandara I Gusti Ngurah Rai. Sementara itu, media cetak mencakup berita yang dikumpulkan dari surat kabar atau koran.

Salah satu contoh berita yang membahas tentang bandara I Gusti Ngurah Rai Bali yaitu tentang jumlah penumpang yang dilayani selama akhir tahun. Dilansir dari TribunNews bandara I Gusti Ngurah Rai melayani 462.888 penumpang, yang menandakan peningkatan dibanding tahun 2022. Berita ini dipublikasikan oleh banyak media *online* dan dengan cepat menyebar ke media-media lainnya. Liputan ini memberikan dampak positif kepada PT Angkasa Pura I khususnya Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali. Kepercayaan dan apresiasi publik meningkat, dengan adanya banyak komentar positif yang menghargai usaha perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya juga akan berpengaruh ke sektor usaha lainnya. Pencapaian ini dapat meningkatkan citra positif perusahaan di mata publik.

Selain berita positif, juga ada beberapa berita negatif atau keluhan bagi perusahaan misalnya terhadap kemacetan yang terjadi di daerah bandara, dan pungutan liar (pungli) oleh Imigrasi di Bandara Ngurah Rai. Dalam kasus ini, informasi yang tidak akurat atau komentar negatif dapat tersebar, sehingga menciptakan atau menimbulkan kekhawatiran di kalangan pengguna jasa. Di tengah tekanan ini, humas PT Angkasa

Pura I harus melakukan strategi yang bijak serta efektif untuk menanggapi dan mengatasi situasi tersebut, sehingga dapat meminimalkan dampak buruk dan meningkatkan citra positif bagi perusahaan. Strategi yang efektif juga harus melibatkan kerja sama yang erat dengan pemerintah daerah, maskapai penerbangan, transportasi umum, dan masyarakat setempat untuk menciptakan solusi yang berkelanjutan.

Strategi Humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali dalam menjaga citra positif perusahaan menjadi semakin mendesak karena dampaknya yang dapat mencapai skala besar. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan mengembangkan strategi humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali agar dapat mengurangi dampak negatifnya terhadap perusahaan. Dengan memahami strategi menjaga citra perusahaan dan merumuskan strategi yang lebih efektif, diharapkan dapat menciptakan hasil serta lingkungan yang positif antara perusahaan dengan pengguna jasa.

Dari uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk membahas **“Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Untuk Menjaga Citra Perusahaan Pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali”**.

B. Pokok Masalah

Bagaimana strategi humas untuk menjaga citra perusahaan pada PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi humas untuk menjaga citra perusahaan pada PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya pada mata kuliah *Public Relations*, dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan masa pendidikan Diploma 3 (D3) di Politeknik Negeri Bali Jurusan Administrasi Bisnis.

2. Bagi Akademik

Sebagai sarana tambahan referensi di perpustakaan Politeknik Negeri Bali mengenai permasalahan terkait, serta dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan pendidikan.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan atau tindakan yang tepat dalam strategi menjaga citra positif perusahaan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali yang berlokasi di Gedung Wisti Sabha PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai, Tuban, Kuta, Badung, Bali.

2. Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini adalah strategi humas untuk menjaga citra perusahaan pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah kualitatif. (Sugiyono, 2018) menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga lebih mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

b. Sumber Data

- 1) Data Primer: Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Data dikumpulkan sendiri oleh penulis langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan. Pada kali ini sumber

data adalah *Stakeholder Relations Department* pada PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali. Adapun data yang diperoleh adalah data mengenai strategi humas dalam menjaga citra perusahaan di tengah isu kemacetan di daerah Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali.

- 2) Data Sekunder: Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018), misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen. Adapun yang termasuk ke dalam data sekunder seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan kebijakan-kebijakan perusahaan, yang di mana bisa didapatkan dari dokumen dan arsip milik PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali.
- c. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, relevan, dan valid maka data dikumpulkan dengan cara, sebagai berikut:

- 1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain (Sugiyono, 2018). Observasi adalah cara pengumpulan data secara langsung dengan mengamati penelitian langsung ke lokasi penelitian, yang dimulai pada tanggal 14 Agustus 2023 sampai dengan 14 Februari 2024

selama enam bulan, yang dilakukan sembari melaksanakan magang kerja.

2) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pihak terkait, yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan secara langsung dengan *Stakeholder Relation Officer* pada PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur, yakni dengan tidak menggunakan panduan atau pedoman wawancara yang telah tersusun secara lengkap dan sistematis dalam proses pengumpulan data.

3) Studi Pustaka

Menurut (Sugiyono, 2018) studi pustaka merupakan ringkasan tertulis dari jurnal, artikel, buku, dan dokumen lain yang memuat uraian informasi masa lalu atau terkini yang berkaitan dengan judul penelitian. Melalui teknik ini penulis dapat mengumpulkan berbagai referensi teori yang relevan atau berhubungan dengan strategi humas. Penulis mengumpulkan berbagai referensi teori tentang strategi humas dengan mempelajari dari berbagai sumber seperti buku-buku, majalah, artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Penelitian dengan teknik ini dalam pelaksanaannya memiliki langkah-langkah khusus yaitu perumusan masalah yang diawali dengan adanya masalah yang jawabannya ditemukan menggunakan data dari lapangan, menentukan jenis informasi yang diperlukan yaitu kualitatif, menentukan prosedur pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka, serta menentukan teknik pengolahan data yang digunakan berupa data deskriptif yang menguraikan keterangan-keterangan atau masalah yang terjadi dengan menggunakan kata-kata yang sesuai dengan fakta dan informasi yang diperoleh di lapangan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan mengenai strategi humas untuk menjaga citra perusahaan di PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali, maka dapat disimpulkan bahwa Humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali telah melaksanakan strategi-strategi humas melalui *media inquiry*, siaran pers, konferensi pers, dan *media monitoring*.

Pelaksanaan strategi-strategi humas yang tepat adalah langkah yang dilakukan oleh Humas PT Angkasa Pura I untuk menjalin serta menjaga hubungan dengan media maupun masyarakat, yang dimana nanti akan berdampak positif kepada reputasi serta citra perusahaan di mata publik dan membuktikan komitmen perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan untuk humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali adalah selalu memberikan pelatihan berkala kepada petugas-petugas bandara guna meningkatkan kepuasan penumpang dalam menggunakan jasa perusahaan. Perusahaan juga sebaiknya memperkuat komunikasi dan keterbukaan dengan memastikan informasi yang diberikan akurat, jujur dan tidak menutupi hal-hal yang berkaitan dengan citra perusahaan, serta pelaksanaan *media gathering* juga dapat dilakukan dengan frekuensi yang lebih sering, untuk tetap menjalin hubungan yang baik dengan para media.



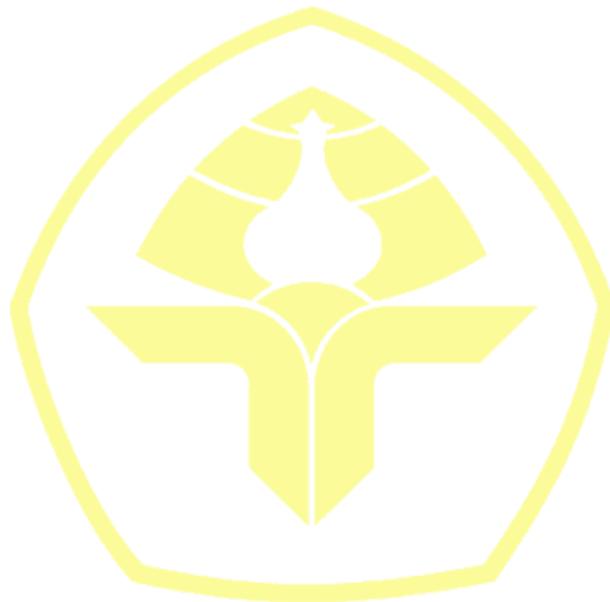
DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, M. & Prasetyawati, Y. R., 2019. "Pengaruh Kualitas Informasi Instagram dan Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Dapurfit". *PRofesi Humas*, pp. 82-97.
- Akbar, F., Evadianti, Y. & Asniar, I., 2021. *Public Relations*. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia DIY.
- Andyani, W. N., 2022. "Membangun Citra Perusahaan Melalui Public Relations".
- AntaraNews, 2023. "Bandara Ngurah Rai tegaskan komitmen cegah penyelundupan benih lobster". <https://www.antaraneews.com/berita/3860268/bandara-ngurah-rai-tegaskan-komitmen-cegah-penyelundupan-benih-lobster> (Diakses 7 Agustus 2024).
- AntaraNews, 2023. "Bandara Ngurah Rai Lakukan Rekayasa Jalur Akibat Kemacetan Parah". <https://www.antaraneews.com/berita/3892761/bandara-ngurah-rai-lakukan-rekayasa-jalur-akibat-kemacetan-parah> (Diakses 17 Juni 2024).
- Cangara, H., 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers Hal. 123.
- Canton, B., 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Roesdakarya.
- Cesilia P, P. N., 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Asuransi Prudential di Bandar Lampung". *Skripsi*.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M., 2011. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Detik, 2023. "Macet Parah! Kendaraan Menuju Bandara Ngurah Rai-Tol Bali Mandara Tersendat". <https://www.detik.com/bali/berita/d-7115371/macet-parah-kendaraan-menuju-bandara-ngurah-rai-tol-bali-mandara-tersendat> (Diakses 12 Juli 2024).
- Habibie, D. K., 2018. "Dwi Fungsi Media Massa". *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, pp. 79-86.
- Kasali, R., 2005. *Sembilan Fenomena Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler & Keller, 2012. *Marketing Management edisi 14*. Global Edition: Pearson.
- Kotler & Keller, 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kustiawan, W., Tampubolon, R. S. B., Hermaya, A. P. & Herwin, 2022. "Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik". *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), pp. 1795-1803.
- Lubis, A. P., 2023. "Membangun Citra Perusahaan Melalui Strategi Public Relations Yang Efektif". *Jurnal Public Relations*.
- Maziananda, M., 2023. "Pembentukan Citra Perusahaan".
- Niryawan, H., 2007. *Dasar-Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nova, F., 2011. *Crisis Public Relations: Bagaimana Strategi PR Menghadapi Krisis, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nur, E., 2021. "Peran Media Massa dalam Menghadapi Sebaran Media Online". *Jurnal Kominfo*, pp. 51-64.
- Pratama, A. B., 2019. "Analisis Faktor Layak Berita Pada Suatu Surat Kabar Harian Oku Selatan". *Skripsi*, hal. 19.

- Purwo, R. H. S., 2020. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur". *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran Volume 8, Nomor 3*, pp. 458-467.
- Rondonuwu, S. A., 2018. "Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado". *Jurnal Administrasi Publik*.
- Sari, 2023. "Penanganan Humas PT. Air Medan Terhadap Krisis Perusahaan Terkait Pemasokan Air Bersih". hal. 3.
- Sari, S. B., 2019. "Analisis Framing Pemberitaan Alih Status STAIN Kediri menjadi IAIN Kediri". *Skripsi*.
- Simanjuntak, A. R., 2022. "Pengaruh Jasa Layanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Freight Forwarding (Studi Kasus Pengguna Jasa di PT. Sarijasa Transutama)". *Skripsi*.
- Sinaga, J. H., 2023. "Media Massa: Proses Sosialisasi, Kultur, dan Pendidikan Indonesia". *Jurnal Penelitian Bidang Pendidikan*, pp. 57-65.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tribun, 2023. "AP 1 Layani 1,5 juta Penumpang di Libur Akhir Tahun, Trafik Tertinggi Bandara I Gusti Ngurah Rai". <https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/12/26/ap-1-layani-15-juta-penumpang-di-libur-akhir-tahun-trafik-tertinggi-bandara-i-gusti-ngurah-rai> (Diakses 20 Mei 2024).
- Viyolia, S., 2023. "Pengaruh Pengetahuan Informasi Merger dan Persepsi Tentang Produk Terhadap Citra Perusahaan Bank Syariah Indonesia". Lampung: Universita Islam Negeri Raden Intan: Skripsi.

Yunus, M. R. & Riatno, E. B., 2019. "Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak". *Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, pp. 1-24.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI