

Strategi Komunikasi Humas Angkasa Pura I dalam Menangani Isu Operasional di Bandara Internasional Juanda

David Hermawan¹, Vina Ayu Septiani², Rio Muhammad Samudra³

¹⁻³Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

E-mail: davidhermawan773@gmail.com

Abstract

This study analyzes the communication strategies employed by the Public Relations (PR) division of Angkasa Pura I in managing operational issues at Juanda International Airport. As one of Indonesia's major airports, Juanda frequently faces operational challenges such as flight delays and passenger congestion. The PR division plays a crucial role in maintaining the company's image by strategically addressing these issues. This research adopts a qualitative descriptive approach, with data collected through in-depth interviews, observations, and document analysis. The findings reveal that the PR division implements proactive strategies, such as disseminating preventive information via social media and the company website, as well as reactive strategies, which include providing clarifications and promptly addressing customer complaints through the contact center. Challenges encountered include internal coordination and negative public perception. The communication strategies employed have been effective in maintaining customer trust and minimizing the negative impact on the company's reputation. This study contributes theoretically to the field of organizational communication and provides practical recommendations, such as enhancing digital communication efforts and offering issue management training, to improve the PR division's performance in handling operational issues.

Keywords: Communication Strategies, Angkasa Pura I, Operational Issues

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi Humas Angkasa Pura I dalam menangani isu operasional di Bandara Internasional Juanda. Sebagai salah satu bandara utama di Indonesia, Juanda sering menghadapi isu operasional seperti keterlambatan penerbangan dan kepadatan penumpang. Peran Humas sangat penting dalam menjaga citra perusahaan melalui pengelolaan isu secara strategis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Angkasa Pura I menerapkan strategi proaktif, seperti penyampaian informasi preventif melalui media sosial dan situs web, serta strategi reaktif, berupa klarifikasi dan penanganan keluhan pelanggan secara cepat melalui kontak center. Tantangan yang dihadapi meliputi koordinasi internal dan persepsi negatif publik. Strategi komunikasi yang diterapkan dinilai efektif dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada bidang komunikasi organisasi dan memberikan rekomendasi praktis, seperti peningkatan komunikasi digital dan pelatihan manajemen isu, untuk memperkuat kinerja Humas dalam mengelola isu operasional.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Angkasa Pura 1, Isu Operasional

Pendahuluan

Komunikasi korporat, terutama dalam konteks hubungan masyarakat (humas), memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga reputasi sebuah perusahaan, terlebih jika perusahaan tersebut berada di sektor yang memberikan layanan publik. Dalam era globalisasi dan informasi yang cepat, strategi komunikasi menjadi salah satu aspek paling penting dalam menjaga keberlanjutan operasional dan reputasi suatu organisasi, baik di sektor publik maupun swasta. Komunikasi yang terstruktur dan terencana dengan baik tidak hanya membantu menyampaikan pesan kepada publik, tetapi juga mampu membentuk citra positif dan mengatasi berbagai tantangan yang muncul. Tanpa adanya strategi komunikasi yang jelas, perusahaan atau institusi publik rentan terhadap kesalahpahaman, krisis, serta hilangnya kepercayaan dari masyarakat (Ruliana et al., 2019).

Strategi komunikasi dalam hal ini merupakan rangkaian upaya yang dilakukan oleh organisasi untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan kepada publik tepat sasaran. Ini termasuk bagaimana perusahaan merancang pesan, memilih media yang digunakan, serta menentukan waktu yang tepat untuk berkomunikasi. Dalam konteks Hubungan Masyarakat (Humas), strategi komunikasi menjadi elemen kunci dalam membangun dan menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik. Humas bertugas mengelola citra organisasi di mata publik, dan ini memerlukan pendekatan komunikasi yang strategis dan adaptif terhadap berbagai situasi dan audiens yang berbeda.

Seorang profesional Humas harus memiliki strategi komunikasi yang jelas karena tanggung jawab utamanya adalah menjaga reputasi perusahaan atau organisasi. Dalam menghadapi berbagai situasi, baik yang bersifat rutin maupun krisis, Humas memerlukan perencanaan yang matang agar informasi yang disampaikan kepada publik tidak hanya tepat, tetapi juga konsisten dengan nilai-nilai dan tujuan perusahaan. Tanpa strategi yang baik, Humas bisa gagal merespons isu-isu dengan cepat, yang dapat menyebabkan kerugian reputasi dan kepercayaan publik. Selain itu, strategi komunikasi juga memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada publik sejalan dengan strategi bisnis dan misi organisasi secara keseluruhan.

Pelayanan publik mengacu pada semua kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah atau institusi tertentu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam konteks ini, pelayanan

publik menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja institusi, termasuk perusahaan yang menyediakan layanan publik seperti Angkasa Pura I. Pelayanan publik yang baik mencakup berbagai aspek seperti kualitas layanan, ketepatan waktu, kejelasan informasi, serta kemampuan dalam menangani keluhan atau masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Di sini, Humas memainkan peran krusial dalam memastikan bahwa komunikasi terkait pelayanan publik dilakukan dengan baik. Humas tidak hanya bertugas menyebarkan informasi tentang layanan yang tersedia, tetapi juga menjembatani antara perusahaan dan publik dalam bentuk komunikasi dua arah. Ketika ada keluhan dari publik terkait layanan, Humas berperan penting dalam menangani masalah tersebut, menyampaikan solusi, serta mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Sebagai penghubung komunikasi antara organisasi dan publik, Humas bertanggung jawab untuk menangani berbagai isu yang muncul terkait operasional dan pelayanan publik. Salah satu tugas Humas adalah memastikan bahwa komunikasi berjalan dua arah; publik tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat menyampaikan keluhan atau masukan. Ketika terjadi masalah, seperti keterlambatan penerbangan (*delay*) di bandara yang dikelola oleh Angkasa Pura I, Humas harus segera merespons untuk menjelaskan situasi, menawarkan solusi, dan meminimalisir dampak negatif terhadap citra perusahaan.

Dalam hal ini, Humas juga bertindak sebagai garda depan dalam manajemen krisis, yaitu ketika terjadi masalah besar yang berpotensi merusak reputasi perusahaan. Kemampuan Humas dalam merespons isu dengan cepat dan tepat dapat mempengaruhi persepsi publik, apakah mereka tetap mempercayai perusahaan atau tidak. Komunikasi yang transparan dan tepat waktu sangat diperlukan untuk menjaga kepercayaan publik.

Angkasa Pura I merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan bandar udara di Indonesia, dengan tanggung jawab utama untuk menyediakan fasilitas dan layanan yang memadai bagi pengguna jasa penerbangan. Setiap harinya, perusahaan ini mengelola ribuan penerbangan, baik domestik maupun internasional, serta melayani jutaan penumpang di berbagai bandara yang dikelolanya. Kesibukan sehari-hari Angkasa Pura I melibatkan banyak aspek, mulai dari pengaturan lalu lintas udara, pengelolaan fasilitas bandara, hingga penyediaan layanan keamanan dan kenyamanan bagi para penumpang.

Namun, dalam operasional sehari-hari, tidak jarang terjadi masalah seperti keterlambatan penerbangan (*delay*), antrian panjang di layanan check-in, serta gangguan pada fasilitas

bandara yang dapat mempengaruhi kepuasan penumpang. Isu-isu operasional ini menuntut peran Humas untuk berperan aktif dalam memberikan penjelasan kepada publik, menangani keluhan, serta memastikan bahwa solusi segera diambil untuk memperbaiki situasi. Sebagai perusahaan publik yang melayani masyarakat luas, Angkasa Pura I harus memastikan bahwa komunikasi terkait pelayanan tetap terjaga dengan baik, agar publik merasa dihargai dan tetap percaya pada perusahaan.

Penelitian ini akan fokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Angkasa Pura I dalam menangani isu-isu operasional, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan publik seperti keterlambatan penerbangan dan masalah fasilitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi Humas Angkasa Pura I dalam menjaga hubungan dengan publik di tengah tantangan operasional yang sering muncul. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi tersebut dalam menjaga citra perusahaan dan mempertahankan kepercayaan publik.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, studi kasus, dan analisis dokumen. Wawancara dengan pihak Humas Angkasa Pura I serta beberapa pengguna jasa penerbangan akan memberikan perspektif yang komprehensif terkait bagaimana strategi komunikasi dijalankan dan bagaimana persepsi publik terhadapnya. Selain itu, analisis kasus pada beberapa isu krisis yang pernah terjadi di bandara yang dikelola oleh Angkasa Pura I juga akan memberikan gambaran tentang efektivitas respons perusahaan dalam menangani masalah.

Penelitian ini sangat relevan dan layak untuk diteliti karena komunikasi yang efektif menjadi elemen penting dalam menjaga reputasi dan keberlanjutan perusahaan, terutama di sektor publik seperti Angkasa Pura I. Mengingat perusahaan ini berhubungan langsung dengan masyarakat luas, komunikasi yang tepat akan berdampak besar pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, dengan adanya berbagai tantangan operasional yang sering muncul, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan strateginya untuk menangani isu-isu tersebut secara lebih efektif di masa depan.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini didasarkan pada beberapa teori dan konsep komunikasi yang relevan, khususnya dalam konteks manajemen krisis. Untuk memahami lebih dalam bagaimana strategi komunikasi humas bekerja dalam menangani isu-isu operasional di bandara, beberapa teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini meliputi :

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan langkah-langkah terencana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang dituju dengan cara yang efektif dan efisien. Menurut Effendy (2003), strategi komunikasi adalah pedoman atau panduan yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi, di mana pesan yang disampaikan harus sesuai dengan kondisi audiens, situasi, serta media yang digunakan. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, strategi komunikasi diperlukan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan diterima dengan jelas oleh publik, sehingga tidak menimbulkan salah pengertian atau miskomunikasi.

Strategi komunikasi berperan penting dalam membangun hubungan antara organisasi dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009), terdapat beberapa elemen kunci dalam strategi komunikasi yang meliputi identifikasi audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, serta evaluasi efektivitas komunikasi. Keberhasilan strategi komunikasi ditentukan oleh sejauh mana pesan dapat mengubah perilaku, sikap, atau pandangan audiens sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi.

2.2 Hubungan Humas & Pelayanan Publik

Pelayanan publik mengacu pada semua layanan yang diberikan oleh pemerintah atau organisasi yang berorientasi pada kepentingan masyarakat umum. Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pelayanan publik adalah aktivitas atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan layanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan publik yang baik mencakup beberapa aspek, antara lain kualitas layanan, ketepatan waktu, kejelasan informasi, serta kemampuan dalam menangani keluhan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Dalam konteks ini, Humas bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan antara organisasi yang memberikan pelayanan dengan masyarakat atau publik yang menerima layanan tersebut.

Peran Humas dalam pelayanan publik sangat penting, terutama dalam mengelola ekspektasi masyarakat serta menjaga komunikasi yang transparan. Humas bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi yang jelas dan tepat mengenai layanan yang disediakan, sekaligus menangani feedback, keluhan, atau pertanyaan dari masyarakat. Komunikasi yang efektif antara organisasi publik dan masyarakat merupakan kunci untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap penyedia layanan.

2.3. Peran Humas dalam Komunikasi Strategis

Hubungan Masyarakat (Humas) berperan sebagai garda depan dalam menjaga reputasi organisasi di mata publik. Humas bertugas merencanakan, mengelola, dan melaksanakan strategi komunikasi yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya. Fungsi utama Humas adalah memastikan bahwa komunikasi antara perusahaan dan publik berjalan secara dua arah, di mana perusahaan menyampaikan informasi dan menanggapi umpan balik dari masyarakat.

Menurut Grunig dan Hunt (1984), Humas berperan dalam manajemen komunikasi dua arah simetris, di mana komunikasi dilakukan secara seimbang antara organisasi dan publiknya. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas, karena komunikasi yang terjadi tidak hanya satu arah (top-down), tetapi juga memberikan ruang bagi publik untuk memberikan masukan dan umpan balik yang kemudian direspon oleh perusahaan.

Dalam konteks organisasi publik atau perusahaan yang berorientasi layanan, peran Humas menjadi semakin krusial dalam menjaga citra organisasi di tengah berbagai isu yang muncul. Salah satu peran penting Humas adalah menangani manajemen krisis. Ketika terjadi masalah, seperti keluhan publik terkait layanan atau isu-isu operasional seperti keterlambatan penerbangan, Humas harus mampu merespons dengan cepat dan tepat untuk menghindari eskalasi masalah yang dapat merusak reputasi perusahaan.

2.4. Profil Perusahaan Angkasa Pura I

Angkasa Pura I adalah perusahaan milik negara yang mengelola bandara-bandara besar di wilayah Indonesia bagian tengah dan timur. Perusahaan ini bertanggung jawab atas operasional, pengelolaan, serta pengembangan fasilitas bandara untuk memastikan pelayanan yang aman, nyaman, dan efisien bagi penumpang pesawat. Angkasa Pura I

mengelola beberapa bandara terbesar di Indonesia, termasuk Bandara Internasional Ngurah Rai Bali, Bandara Juanda Surabaya, dan Bandara Sultan Hasanuddin Makassar.

Sebagai perusahaan yang beroperasi di sektor pelayanan publik, Angkasa Pura I menghadapi tantangan yang cukup besar dalam mengelola operasional harian yang melibatkan ribuan penerbangan dan jutaan penumpang. Masalah seperti keterlambatan penerbangan (delay), antrian panjang di terminal, atau gangguan fasilitas bandara seringkali terjadi dan menuntut respons yang cepat dan efektif dari perusahaan, khususnya dalam hal komunikasi dengan publik.

Isu-isu operasional seperti keterlambatan penerbangan bisa berdampak buruk pada citra perusahaan jika tidak dikelola dengan baik. Di sinilah peran Humas sangat penting, di mana mereka harus segera merespons keluhan publik, memberikan penjelasan yang logis, dan menawarkan solusi yang dapat diterima oleh pelanggan. Keberhasilan Humas dalam menangani isu-isu ini berperan besar dalam menjaga reputasi perusahaan serta kepuasan pelanggan.

2.5 Teori Manajemen Krisis Situasional (Situational Crisis Communication Theory - SCCT)

Teori Manajemen Krisis Situasional yang diperkenalkan oleh W. Timothy Coombs adalah salah satu kerangka teori yang paling banyak digunakan dalam konteks komunikasi krisis. SCCT menekankan pentingnya penyesuaian strategi komunikasi sesuai dengan tipe krisis yang dihadapi oleh sebuah organisasi. Menurut teori ini, krisis dapat dibagi menjadi beberapa kategori, seperti krisis teknis, krisis organisasi, atau krisis eksternal. Dalam konteks Angkasa Pura I, masalah operasional seperti keterlambatan penerbangan dan gangguan teknis dapat dikategorikan sebagai krisis teknis (Wahyuni et al., 2018).

SCCT juga mengusulkan bahwa organisasi harus menyesuaikan tanggapan komunikasinya berdasarkan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan oleh publik. Semakin besar organisasi dianggap bertanggung jawab atas krisis tersebut, semakin kuat respons yang harus diberikan untuk mengatasi dampak negatif terhadap reputasi. Misalnya, jika keterlambatan penerbangan disebabkan oleh faktor internal bandara seperti kesalahan manajemen, maka strategi komunikasi yang digunakan harus lebih proaktif dan bersifat kompensatoris untuk meredakan kemarahan publik.

Dalam penelitian ini, SCCT akan digunakan untuk menganalisis bagaimana Angkasa Pura I menyesuaikan strategi komunikasi mereka dalam menghadapi isu operasional yang beragam. Teori ini juga akan membantu menilai apakah strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas Angkasa Pura I sudah sesuai dengan tingkat keparahan krisis dan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan oleh publik.

2.6 Teori Komunikasi Organisasi

Teori Komunikasi Organisasi juga relevan untuk memahami bagaimana kolaborasi antar anggota tim humas dalam menghadapi situasi krisis di Bandara Juanda. Teori ini menekankan pentingnya aliran informasi yang baik di dalam organisasi untuk memastikan respons yang efektif terhadap situasi krisis. Dalam konteks ini, komunikasi internal menjadi sangat penting, terutama ketika tim humas harus berkoordinasi dengan divisi operasional, manajemen, serta pihak eksternal seperti media dan otoritas terkait (Erningsih, 2020).

Dalam teori ini, dikenal konsep komunikasi formal dan informal, di mana komunikasi formal melibatkan jalur-jalur resmi dalam organisasi untuk menyampaikan informasi kepada publik, sementara komunikasi informal mencakup interaksi personal yang bisa berpengaruh terhadap opini publik. Komunikasi yang baik antara tim humas dan divisi operasional di Angkasa Pura I sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada publik akurat dan sesuai dengan situasi di lapangan.

Penelitian ini akan menggunakan teori komunikasi organisasi untuk mengevaluasi bagaimana efektivitas komunikasi internal dalam tim humas memengaruhi strategi komunikasi eksternal. Penelitian ini juga akan menilai apakah ada hambatan-hambatan komunikasi internal yang berdampak pada kualitas respons terhadap isu-isu operasional yang terjadi.

2.7 Model Komunikasi Krisis Proaktif

Selain SCCT, penelitian ini juga akan mengadopsi konsep komunikasi krisis proaktif yang dikembangkan oleh Mitroff dan Pearson. Konsep ini menekankan pentingnya pendekatan proaktif dalam menghadapi krisis. Komunikasi proaktif melibatkan tindakan-tindakan preventif, seperti mempersiapkan rencana komunikasi krisis, mengadakan simulasi krisis, serta membangun hubungan baik dengan media dan stakeholder sebelum krisis terjadi. Angkasa Pura I, sebagai perusahaan yang beroperasi di sektor yang sangat

sensitif terhadap krisis, harus mampu merancang strategi komunikasi yang tidak hanya reaktif terhadap krisis yang sudah terjadi, tetapi juga proaktif dalam meminimalkan risiko.

Model ini akan digunakan untuk mengkaji sejauh mana Angkasa Pura I menerapkan strategi proaktif dalam mengantisipasi isu-isu operasional di Bandara Juanda. Fokus utamanya adalah pada kesiapan perusahaan dalam menghadapi potensi krisis dan bagaimana strategi komunikasi yang sudah disiapkan sebelum krisis dapat membantu mengurangi dampak negatif ketika krisis benar-benar terjadi (Rakhmaniar, 2024).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Angkasa Pura I dalam menangani berbagai isu operasional yang terjadi di Bandara Internasional Juanda. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifatnya yang fleksibel dan mampu menggali wawasan yang kompleks, terutama ketika membahas proses-proses yang melibatkan interaksi manusia, seperti komunikasi krisis dan penyampaian informasi kepada publik. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif memberikan keleluasaan untuk mengeksplorasi bagaimana Humas tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengelola persepsi publik, menangani kritik, dan membangun citra positif di tengah tantangan operasional yang ada.

Pendekatan ini dianggap paling sesuai untuk penelitian ini karena isu-isu operasional di bandara sering kali melibatkan dinamika yang cepat berubah, serta membutuhkan respon yang tepat dan terkoordinasi. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, peneliti dapat mengeksplorasi lebih dalam berbagai strategi komunikasi yang mungkin tidak terlihat atau tidak tercatat secara formal, namun memiliki dampak besar terhadap persepsi publik dan pemangku kepentingan lainnya.

Penelitian ini akan fokus pada proses interpretasi dan pemahaman tentang bagaimana Humas memainkan peran kunci dalam mengatasi masalah, mengelola situasi darurat, dan mengkomunikasikan informasi yang relevan dengan cara yang efektif dan efisien. Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif langsung dari para pelaku, seperti tim Humas, penumpang dan pengguna bandara, guna memahami strategi yang digunakan dari berbagai sudut pandang. Data yang dihasilkan dari wawancara mendalam dan

studi dokumentasi akan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas dan efisiensi komunikasi yang diterapkan oleh Humas dalam menghadapi situasi yang menuntut penanganan cepat dan tepat.

Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini berfokus untuk memahami konteks sosial dan interaksi komunikasi yang berlangsung, serta bagaimana strategi tersebut diadaptasi dalam berbagai situasi krisis dan operasional di bandara. Hal ini menjadi penting karena setiap keputusan komunikasi yang diambil oleh Humas dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap layanan dan profesionalisme Angkasa Pura I sebagai pengelola bandara. Selain itu, pendekatan ini memberikan peluang untuk menganalisis bagaimana Humas membangun kepercayaan publik, menangani informasi sensitif, serta menjaga stabilitas operasional dan reputasi institusi di tengah berbagai tantangan yang dihadapi.

3.1 Metode Pengumpulan Data

3.1.1 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam, atau *in-depth interview*, merupakan salah satu metode penelitian kualitatif yang dirancang untuk menggali informasi secara menyeluruh dari individu. Metode ini sangat berguna dalam memahami perspektif, pengalaman, dan pendapat seseorang mengenai topik tertentu. Dalam wawancara mendalam, pewawancara berinteraksi langsung dengan responden, menggunakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden untuk memberikan jawaban yang lebih luas dan mendalam. Hal ini berbeda dengan metode survei yang cenderung menggunakan pertanyaan tertutup dan pilihan jawaban yang terbatas. Tujuan utama dari wawancara mendalam adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang pengalaman dan pandangan individu. Metode ini sering digunakan dalam penelitian ilmu sosial, termasuk antropologi, sosiologi, dan psikologi. Dengan wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih kompleks dan nuansa dari pengalaman individu, memberikan konteks yang lebih baik dibandingkan dengan data kuantitatif. Dengan pertanyaan terbuka, pewawancara dapat mengeksplorasi alasan di balik jawaban responden dan mendapatkan wawasan tentang nilai-nilai serta motivasi mereka (Huberman & Miles, 1992).

3.1.2 Studi Dokumentasi

Dalam metode studi dokumentasi, peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen yang berhubungan dengan komunikasi yang dilakukan oleh Humas Angkasa Pura I. Dokumen-dokumen ini menjadi sumber data penting untuk memahami bagaimana Humas menyampaikan informasi, merespons isu, dan menjaga citra institusi. Berikut beberapa jenis dokumen yang akan dikaji:

- a). Press Release yang dikeluarkan oleh Humas Angkasa Pura I. Dokumen ini akan dianalisis untuk melihat bagaimana Humas menyusun pesan, memilih bahasa yang digunakan, serta waktu penyampaian informasi terkait isu-isu operasional yang terjadi di Bandara Internasional Juanda. Press release ini mencerminkan respon resmi perusahaan terhadap peristiwa yang terjadi, serta strategi komunikasi yang digunakan dalam menghadapi media dan publik.
- b). Konten Media Sosial Resmi Bandara Juanda dan Angkasa Pura I. Analisis terhadap postingan di platform media sosial, seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan lainnya, akan dilakukan untuk melihat bagaimana Humas memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi langsung dengan masyarakat. Peneliti akan meninjau frekuensi posting, gaya komunikasi, respons terhadap komentar publik, serta bagaimana informasi disajikan dengan cepat dalam situasi krisis atau isu operasional tertentu.
- c). Berita Terkait di Media tentang isu operasional yang terjadi di Bandara Juanda. Berbagai berita yang dipublikasikan oleh media lokal maupun nasional akan dianalisis untuk memahami bagaimana peristiwa di bandara dilaporkan oleh pihak eksternal dan bagaimana tanggapan publik terhadap komunikasi yang dilakukan oleh Humas. Dengan meninjau berita tersebut, peneliti dapat melihat apakah pesan yang disampaikan oleh Humas diterima dengan baik oleh media dan publik, atau justru menimbulkan kontroversi.

3.2 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis tematik. Metode ini dipilih karena bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang muncul dari data yang diperoleh terkait strategi komunikasi Humas Angkasa Pura I. Analisis tematik ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana komunikasi dibangun, disampaikan, dan diterima oleh audiens

dalam konteks penanganan isu operasional di Bandara Internasional Juanda. Berikut adalah tahap-tahap dalam teknik analisis data yang akan digunakan :

1. Pengumpulan

Data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, akan dikumpulkan dan diorganisir secara sistematis. Pengumpulan data ini mencakup transkrip wawancara, catatan hasil observasi, serta dokumen-dokumen yang relevan, seperti press release, konten media sosial, dan berita di media terkait isu operasional di Bandara Juanda. Pengorganisasian data ini akan memastikan tidak ada informasi penting yang terlewat.

2. Reduksi

Setelah data terkumpul, proses reduksi akan dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dengan penelitian. Data yang dianggap kurang relevan atau tidak signifikan akan dieliminasi, sehingga hanya data yang benar-benar berkaitan dengan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Angkasa Pura I yang akan dianalisis lebih lanjut. Proses ini bertujuan untuk memfokuskan analisis pada aspek-aspek penting yang menjawab pertanyaan penelitian.

3. Interpretasi

Setelah tema dan kategori terbentuk, data akan diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan utama penelitian, yaitu bagaimana strategi komunikasi Humas Angkasa Pura I dalam menangani isu operasional di Bandara Juanda. Dalam tahap ini, peneliti akan mencari pola-pola komunikasi yang muncul, menghubungkan temuan dengan teori komunikasi krisis, serta melihat apakah strategi yang diterapkan efektif dalam menjaga reputasi perusahaan dan merespons kebutuhan informasi publik. Interpretasi ini juga akan melihat bagaimana pendekatan Humas dalam memitigasi krisis dan menjaga kepercayaan publik di tengah isu yang dihadapi.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Strategi Komunikasi yang Diterapkan oleh Humas Angkasa Pura 1

Dalam pengelolaan komunikasi perusahaan, Humas Angkasa Pura I menerapkan dua pendekatan utama, yaitu strategi proaktif dan strategi reaktif. Strategi proaktif menekankan pada penyampaian informasi preventif yang bertujuan untuk mengantisipasi

isu sebelum menjadi permasalahan besar. Dalam strategi ini, Humas secara aktif menyebarluaskan panduan operasional bandara, jadwal penerbangan, dan kebijakan terkait melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, situs web resmi, dan aplikasi bandara. Selain itu, kampanye edukasi publik juga menjadi komponen penting untuk meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap kebijakan dan prosedur bandara. Misalnya, Humas dapat mempublikasikan video tutorial yang menjelaskan tata cara check-in mandiri atau aturan keamanan penerbangan. Dengan pendekatan ini, Humas berupaya untuk menciptakan hubungan yang informatif dan edukatif dengan pelanggan, sehingga dapat meminimalisir potensi misinformasi.

Sementara itu, strategi reaktif lebih difokuskan pada penanganan langsung terhadap keluhan pelanggan dan isu yang telah muncul. Humas mengambil langkah awal dengan menyelidiki kebenaran dari setiap keluhan yang diterima melalui kontak center. Jika keluhan tersebut berkaitan dengan masalah operasional, Humas segera melakukan klarifikasi melalui media sosial dan siaran pers. Dalam pelaksanaannya, Humas menggunakan timeline komunikasi yang terstruktur untuk memastikan informasi dapat tersampaikan dengan cepat dan tepat sasaran. Misalnya, dalam kasus keterlambatan penerbangan, Humas memberikan informasi rinci terkait penyebab keterlambatan dan estimasi waktu penyelesaian. Pendekatan ini bertujuan untuk meredam emosi pelanggan dan menjaga kepercayaan publik terhadap perusahaan.

4.2 Tantangan dalam Implementasi Strategi

Implementasi strategi komunikasi ini tidak lepas dari berbagai tantangan, baik internal maupun eksternal. Tantangan internal mencakup masalah koordinasi antar divisi dan keterbatasan sumber daya manusia. Sebagai contoh, dalam situasi darurat seperti penundaan penerbangan akibat cuaca buruk, dibutuhkan kolaborasi yang cepat dan efektif antara divisi operasional, teknologi informasi, dan Humas. Namun, keterbatasan jumlah staf yang terlatih sering kali menjadi hambatan dalam memastikan informasi dapat disampaikan secara cepat dan akurat.

Di sisi lain, tantangan eksternal muncul dari persepsi negatif publik serta pengaruh berita yang menyebar luas di media sosial. Dalam era digital saat ini, disinformasi atau berita negatif tentang layanan bandara dapat dengan mudah viral, yang pada akhirnya merusak citra perusahaan. Untuk mengatasi tantangan ini, Humas perlu mengadopsi

sistem monitoring media sosial yang canggih dan mampu memberikan respons cepat terhadap isu yang beredar. Selain itu, kolaborasi dengan platform media sosial untuk menandai dan menghapus konten yang mengandung informasi palsu juga menjadi langkah penting dalam menjaga kredibilitas perusahaan.

4.3 Efektivitas Strategi Komunikasi

Efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Angkasa Pura I dapat dievaluasi berdasarkan persepsi publik dan citra perusahaan. Respon cepat dan komunikasi yang transparan merupakan faktor kunci dalam menjaga kepercayaan pelanggan, terutama di tengah isu operasional yang kompleks. Misalnya, survei kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana tanggapan cepat Humas berhasil meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap layanan bandara.

Survei kepuasan pelanggan ini melibatkan berbagai aspek, seperti kecepatan respons, kejelasan informasi yang diberikan, dan sikap profesional staf Humas. Data yang diperoleh dari survei ini tidak hanya memberikan gambaran tentang persepsi pelanggan, tetapi juga menjadi dasar untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Misalnya, jika hasil survei menunjukkan bahwa pelanggan merasa informasi kurang terperinci, Humas dapat meningkatkan kualitas komunikasi melalui pelatihan staf atau penyediaan informasi yang lebih komprehensif di platform digital.

Selain survei, analitik media sosial menjadi alat penting dalam mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi. Dengan memantau jumlah interaksi, sentimen publik, dan jangkauan dari konten yang diunggah, Humas dapat mengidentifikasi tren persepsi masyarakat terhadap layanan bandara. Analitik ini membantu Humas dalam menilai apakah pesan yang disampaikan berhasil mencapai target audiens dan apakah konten yang dipublikasikan efektif dalam membangun citra positif perusahaan. Sebagai contoh, jika data menunjukkan peningkatan jumlah komentar negatif pada unggahan tertentu, Humas dapat segera mengambil tindakan untuk memberikan klarifikasi atau merespons keluhan tersebut secara langsung.

Langkah-langkah tambahan juga dapat dilakukan untuk memperbaiki citra perusahaan jika terdapat tren penurunan persepsi positif. Salah satu langkah strategis adalah menjalankan kampanye tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), seperti memberikan dukungan kepada komunitas lokal atau mengadakan program edukasi terkait

keselamatan penerbangan (Adrai & Perkasa, 2024). Kampanye ini tidak hanya membantu meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar. Selain itu, Humas dapat mengundang media untuk melakukan tur fasilitas bandara, sehingga dapat memberikan pemahaman langsung tentang upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan.

Dengan pendekatan yang terencana dan berbasis data, Humas Angkasa Pura I dapat terus meningkatkan efektivitas komunikasi yang diterapkan. Evaluasi berkelanjutan melalui survei dan analitik memastikan bahwa strategi komunikasi dapat beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dan tantangan yang ada. Dengan demikian, perusahaan mampu menjaga kepercayaan publik dan mempertahankan citra positifnya di tengah dinamika industri penerbangan yang kompleks.

Kesimpulan

Strategi komunikasi Humas Angkasa Pura I dalam menangani isu operasional di Bandara Internasional Juanda berperan penting dalam menjaga reputasi perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pendekatan proaktif, seperti penyampaian informasi preventif melalui media digital, membantu mencegah potensi isu menjadi lebih besar. Kampanye edukasi publik juga memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelanggan terkait kebijakan operasional bandara. Di sisi lain, pendekatan reaktif dilakukan melalui respon cepat terhadap keluhan pelanggan, termasuk penyelidikan dan klarifikasi isu yang muncul. Langkah-langkah ini diperkuat dengan penggunaan media sosial dan siaran pers yang terencana sesuai timeline komunikasi perusahaan.

Namun, penerapan strategi ini menghadapi tantangan, baik secara internal, seperti koordinasi antar divisi, maupun eksternal, seperti pengelolaan persepsi negatif publik. Efektivitas strategi ini terbukti melalui peningkatan kepercayaan pelanggan dan kemampuan perusahaan dalam memitigasi dampak isu operasional. Untuk ke depannya, disarankan agar Angkasa Pura I terus mengembangkan strategi komunikasi digital, memberikan pelatihan manajemen isu kepada tim Humas, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan media untuk memperluas jangkauan informasi positif. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja Humas dalam menjaga citra perusahaan dan memastikan operasional bandara berjalan optimal.

Referensi

- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>
- Erningsih, T. (2020). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Denso Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(02), 300. <https://doi.org/10.22441/visikom.v19i02.14215>
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Rakhmaniar, A. (2024). *Komunikasi Krisis Dalam Organisasi : Analisis Naratif Tentang Pengelolaan Konflik Internal*. 2.
- Ruliana, P., Lestari, P., & Andrini, S. (2019). Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.535>
- Wahyuni, E. S., Firdaus, M., & Baga, L. M. M. (2018). Strategi Alokasi Anggaran Sektor Pertanian Untuk Mempercepat Pembangunan Daerah Di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 10(April). https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v10i-.22691