

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa *event* Hari Pelanggan Nasional (Harpelnas) tahun 2018 di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang bertujuan untuk meningkatkan *customer experience* dan *customer engagement* melalui berbagai kegiatan yang dilaksanakan di dalamnya. Dalam pelaksanaan *event* Harpelnas tersebut humas PT AP I Cabang Semarang berperan sebagai fungsi publikasi dan dokumentasi. Fungsi publikasi dan dokumentasi tersebut sejalan dengan tujuan humas PT AP I Cabang Semarang dalam *event* Harpelnas tahun 2018 yakni untuk membentuk dan meningkatkan citra positif perusahaan.

Caranya yakni dengan mengeluarkan pemberitaan positif mengenai *event* Harpelnas tahun 2018 menggunakan *press release* dan kemudian disebarluaskan kepada wartawan bandara. Sehingga para wartawan bandara memuat *event* Harpelnas tahun 2018 Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam pemberitaan di medianya masing-masing. Terdapat delapan media berita *online* yang memuat pemberitaan tersebut yakni Asatu.id, Antara Jateng, Semarangpos.com, Oke News, Radio Idola, Suara Merdeka, Tribun Jateng, dan Warta Nasional.

Pada pelaksanaan *event* Harpelnas tahun 2018, humas PT AP I Cabang Semarang juga melakukan proses manajemen humas yang terdiri dari evaluasi,

perencanaan, eksekusi, dan evaluasi kembali. Langkah manajemen humas pertama yang dilakukan adalah dengan melihat evaluasi atas eksekusi yang pernah dilakukan sebelumnya. Dalam hal ini humas PT AP I Cabang Semarang menyebut istilah “riset” sebagai “evaluasi”. Selanjutnya yang kedua melakukan perencanaan program yang terdiri dari aspek tujuan, pesan komunikasi, pemilihan media komunikasi, penetapan target sasaran, dan melakukan pengelolaan sumber daya (sumber daya manusia dan sumber daya teknologi).

Langkah ketiga yang dilakukan yakni eksekusi program di mana dalam pelaksanaan *event* Harpelnas tahun 2018 diadakan berbagai kegiatan seperti yang dimuat di dalam *press release*. Selain itu humas PT AP I Cabang Semarang juga telah semaksimal mungkin untuk mengoptimalkan berbagai sarana media komunikasi yang sudah direncanakan. Guna menyebarluaskan informasi mengenai pelaksanaan *event* Harpelnas tahun 2018 di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa humas menjalankan perannya sebagai fungsi publikasi.

Langkah keempat yang dilakukan yakni melakukan evaluasi atas eksekusi program komunikasi yang telah dilakukan. Caranya dengan melihat eksekusi dengan dua indikator keberhasilan dari dua sisi yakni perencanaan komunikasi dan pelaksanaan *event* Harpelnas tahun 2018. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan melihat berbagai pemberitaan mengenai *event* Harpelnas tahun 2018 Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang di berbagai media massa. Dalam hal ini humas PT AP I Cabang Semarang sekaligus

melakukan *media monitoring* sebagai langkah kontrol atas pemberitaan-pemberitaan yang ada, dan kemudian melakukan kliping berita.

Peneliti menyimpulkan bahwa manajemen humas yang dilakukan oleh humas PT AP I Cabang Semarang dalam *event* Harpelnas tahun 2018 sesuai dengan konsep manajemen humas menurut Cutlip, et.al (2006:320). Namun dalam hal ini tidak semua komponen manajemen humas Cutlip dilakukan, hanya yang sekiranya penting saja yang dilakukan. Maka dari itu, manajemen humas yang dilakukan oleh humas PT AP I Cabang Semarang dalam *event* Harpelnas tahun 2018 adalah manajemen humas secara praktis, bukan secara teoritis.

Lebih lengkapnya manajemen humas yang dilakukan humas PT AP I Cabang Semarang dalam *event* Harpelnas tahun 2018 dapat dilihat pada **gambar 3.10 Manajemen Humas PT AP I Cabang Semarang**. Berikut ini merupakan gambaran singkat mengenai proses manajemen humas yang dilakukan oleh humas PT AP I Cabang Semarang dalam *event* Harpelnas tahun 2018 yakni “Evaluasi – Perencanaan – Eksekusi – Evaluasi”.

B. Saran

1) Secara akademis

Pertama, peneliti menyadari bahwa riset yang dilakukan tidaklah sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Maka peneliti menyarankan agar riset yang dilakukan selanjutnya untuk lebih dimatangkan persiapannya dari segi latar belakang riset, metodologi riset,

pedoman wawancara dan memperdalam analisis atas data yang telah diperoleh. Hal tersebut perlu dilakukan agar riset selanjutnya semakin lebih baik dan kompleks sehingga semakin dapat menambah pengetahuan mengenai manajemen humas yang dilakukan oleh humas sebuah perusahaan pada situasi dan kondisi tertentu.

Kedua, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai citra PT Angkasa Pura I (Persero) dari berbagai sisi, sehingga cakupan penelitian mengenai PT Angkasa Pura I (Persero) semakin bertambah dan bervariasi.

2) Secara praktis

Pertama, peneliti sebagai akademisi melihat bahwa proses manajemen humas yang dilakukan oleh humas PT AP I Cabang Semarang dalam *event* Hari Pelanggan Nasional tahun 2018 belum optimal dalam memanfaatkan salah satu jenis media komunikasi yakni media sosial terutama *Instagram* dan *Twitter* (@srg_ap1). Hal ini didasarkan pada observasi lebih lanjut yang peneliti lakukan menggunakan penelusuran kedua media sosial tersebut dan peneliti tidak menemukan konten terkait *event* Hari Pelanggan Nasional tahun 2018 di dalamnya.

Maka dari itu peneliti menyarankan kepada humas PT AP I Cabang Semarang agar mengoptimalkan penggunaan kedua *platform* media sosial tersebut untuk digunakan sebagai sarana komunikasi dan sebagai sarana pemberian informasi mengenai berbagai kegiatan yang diselenggarakan kepada pelanggan (pengguna jasa bandara). Supaya pemanfaatan media

komunikasi yang digunakan dalam manajemen humas semakin lebih optimal.

Kedua, peneliti melihat bahwa belum terdapat program manajemen humas yang fokus kepada masing-masing pihak yang disebut sebagai pengguna jasa bandara di dalam *event* Harpelnas tahun 2018. Maka dari itu peneliti menyarankan kepada humas PT AP I Cabang Semarang untuk membuat program manajemen humas yang lebih berfokus kepada masing-masing pihak yang disebut sebagai pengguna jasa bandara dalam *event* Harpelnas yang akan dilaksanakan di tahun berikutnya. Hal tersebut bertujuan agar program manajemen humas yang dilakukan tidak hanya terbatas pada satu pihak saja, namun menyeluruh pada semua pihak yang disebut sebagai pengguna jasa bandara.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Y. 2015. *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Prinsip, dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Anderson, K., & Kerr, C. 2002. *Customer Relationship Management*. USA: McGraw-Hill.
- Butterick, K. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Corporate Secretary*. 2011. *Buku Pedoman Identitas dan Panduan Aplikasi*. Jakarta: PT Angkasa Pura I (Persero).
- Cutlip, Center, & Broom. 2006. *Effective Public Relations, edisi ke-9*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Daymon, C., & Holloway, I. 2011. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. USA: Routledge.
- Effendy, O. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Getz, D. 2007. *Event Studies: Theory, Research, and Policy for Planned Events*. USA: Elsevier.
- Greenberg, P. 2010. *Customer Relationship Management as the Speed of Light*. McGraw-Hill.
- Jefkins, F., Paul Baines, & John Egan. 2004. *PUBLIC RELATIONS Contemporary Issues and Techniques*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Kriyantono, R. 2008. *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Miles, M., A. Michael Huberman, & Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Moore, H. 2005. *HUMAS: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. 2013. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Ruslan, R. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, R. 2017. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Seitel, F. 2016. *Praktik Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. 2017. *Dasar-Dasar PUBLIC RELATIONS*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Taylor, S., Bogdan, R., & DeVault, M. 2016. *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resources*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wasito, D. 1993. *Pengantar Metodologi Penelitian: Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- West, R., & Turner, L. H. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Dokumen

- Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah*. Jakarta: Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI.
- Press Release: Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Bagikan 100 Souvenir Kepada Penumpang*. Semarang: Humas PT Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Semarang.

Surat Keputusan General Manager PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang Nomor: SKEP.263/HM.02/2018/GM.SRG Tentang Pembentukan Tim Kreatif dan Inovatif. Semarang: PT Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Semarang.

Website

Biro Komunikasi dan Informasi Publik. 2018. *Menhub: Terminal Baru Bandara Ahmad Yani Semarang Sembilan Kali Lebih Besar dari Sebelumnya.* (diakses 12 April 2019 pukul 10.12 WIB) dari (<http://www.dephub.go.id/post/read/menhub--terminal-baru-bandara-ahmad-yani-semarang-sembilan-kali-lebih-besar-dari-sebelumnya>).

Damaledo, Y. D. 2018. *Sejarah Hari Pelanggan Nasional yang Jatuh pada 4 September 2018.* (diakses 13 Mei 2019 pukul 10.35 WIB) dari (<https://tirto.id/sejarah-hari-pelanggan-nasional-yang-jatuh-pada-4-september-2018-cWUn>).

Haripelanggan.com. 2019. (diakses 13 Mei 2019 pukul 11.22 WIB) dari (http://haripelanggan.com/about_us/).

IPRA. 2018. *Definitions of PR: Keeping it Honest.* (diakses 5 Desember 2018 pukul 13.11 WIB) dari (<https://www.ipra.org/news/itle/definitions-of-pr-keeping-it-honest/>).

Ismoyo, B. 2018. *Angkasa Pura I Bagikan Ribuan Suvenir di 12 Bandara.* (diakses 13 Mei 2019 pukul 12.24 WIB) dari (<https://www.wartaekonomi.co.id/read193906/angkasa-pura-i-bagikan-ribuan-suvenirdi-12-bandara.html>).

Praditya, I. I. 2018. *5 Fakta Menarik Terminal Baru Bandara Ahmad Yani, Nomor 1 Bikin Bangga.* (diakses 12 April 2019 pukul 09.43 WIB) dari (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3553744/5-fakta-menarik-terminal-baru-bandara-ahmad-yani-nomor-1-bikin-bangga>).

PRSA. 2018. (diakses 5 Desember 2018 pukul 13.25 WIB) dari (<https://www.prsa.org/all-about-pr/>).

PT Angkasa Pura I (Persero). 2018. (diakses 12 Desember 2018 pukul 08.30 WIB) dari (<https://ap1.co.id/id/about/our-history>).

PT Angkasa Pura I (Persero). 2018. (diakses 12 Desember 2018 pukul 09.07 WIB) dari (<https://ap1.co.id/id/about/visi-misi>).

_____. 2018. *Angkasa Pura I Sempurnakan Nama Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang*. (diakses 16 Juli 2019 pukul 01.12 WIB). dari (<https://ahmadyani-airport.com/id/berita/index/angkasa-pura-i-sempurnakan-nama-bandara-internasional-ahmad-yani-semarang->).

_____. 2018. *Presiden RI Resmikan Terminal Baru Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang*. (diakses 19 Juli 2019 pukul 10.34 WIB). dari (<https://ahmadyani-airport.com/id/berita/index/presiden-ri-resmikan-terminal-baru-bandara-internasional-ahmad-yani-semarang->).

Nomor : AP.I.1728 /DL.09/2019/SRG.AP-B
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Penelitian

KEPADA YTH :
KETUA PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA
DI -

YOGYAKARTA

Menunjuk Surat Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta Nomor : 443/Pen/19 tanggal 11 April 2019 perihal Permohonan Kerja Praktek atas nama :

Nama : **JULIUS AXL ADINDRAWI**
NIM : **150905674**

Pada prinsipnya Manajemen PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Jenderal Ahmad Yani Semarang dapat menerima Permohonan Penelitian Mahasiswa tersebut pada Communication & Legal Section terhitung mulai tanggal 6 Mei sampai dengan 30 Mei 2019 dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Melaksanakan Penelitian sesuai dengan jam kerja yang berlaku di Perusahaan,
2. Mentaati Tata Tertib Penelitian,
3. Memakai Tanda Pengenal yang di keluarkan oleh Perusahaan dan Memakai Almamater,
4. Menjaga Semua Kerahasiaan Perusahaan;
5. Mengisi daftar hadir di unit kerja terkait pada waktu datang dan pulang;
6. Tidak melaksanakan kegiatan yang melanggar ketentuan yang berlaku (misalnya : foto didaerah terlarang, menggunakan obat/minuman terlarang, dll);
7. Kepada peserta Penelitian yang telah selesai melaksanakan Penelitian agar menyampaikan 1 (satu) set Laporan tersebut kepada Human Capital Section.

Kepada Pendamping untuk Konfirmasi lebih lanjut di persilahkan menghubungi Human Capital Section (Nomor telepon ((024)7603506 ext. 355) dengan Sdr. Marita)

Semarang, 3 Mei 2019

a.n. GENERAL MANAGER
SHARED SERVICES DEPARTMENT HEAD,


Angkasa Pura | AIRPORTS

YUNI KUSTARI

Tembusan Yth :

- General Manager (sebagai laporan)
- Communication & Legal Section Head
- Human Capital Section Head



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

**PEDOMAN UMUM
TATA KELOLA KEHUMASAN
DI LINGKUNGAN
INSTANSI PEMERINTAH**

**KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 2011**

KATA PENGANTAR

Dalam rangka perwujudan tata kelola pemerintahan yang baik, dilakukan pembangunan aparatur negara melalui reformasi birokrasi untuk meningkatkan profesionalisme aparatur negara di pusat dan daerah.

Revitalisasi kehumasan dengan tujuan peningkatan profesionalisme hubungan masyarakat (humas) sebagai ujung tombak pengelolaan informasi, dibangun melalui peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia (SDM), penguatan struktur dan infrastruktur, sistem dan prosedur, komunikasi organisasi, audit komunikasi, serta manajemen komunikasi krisis, dalam upaya menciptakan tata kelola kehumasan yang baik sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik.

Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan disusun sebagai acuan dalam membangun dan mengembangkan tata kelola kehumasan secara optimal, efektif, dan efisien yang transparan dan akuntabel, dengan tujuan menciptakan pengelolaan kehumasan di lingkungan instansi pemerintah pusat dan daerah secara efektif dan efisien sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik.

Dengan dilaksanakannya Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan diharapkan tercipta sistem komunikasi terbuka, yaitu sistem organisasi yang mampu menerima umpan balik dan masukan dari publiknya melalui komunikasi dua arah.

Jakarta, 10 Mei 2011

**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI,**

ttd.

E. E. Mangindaan

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
PERATURAN MENTERI NEGARA PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 30 TAHUN 2011 TENTANG PEDOMAN UMUM TATA KELOLA KEHUMASAN DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH	iii
LAMPIRAN PERATURAN MENTERI NEGARA PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 30 TAHUN 2011 TENTANG PEDOMAN UMUM TATA KELOLA KEHUMASAN DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Maksud Dan Tujuan.....	4
C. Sasaran	5
D. Ruang Lingkup.....	5
E. Manfaat.....	5
F. Pengertian Umum.....	6
BAB II DASAR-DASAR TATA KELOLA KEHUMASAN	9
A. Visi Humas Pemerintah.....	9
B. Misi Humas Pemerintah.....	9
C. Strategi Humas Pemerintah.....	9
D. Asas Umum Humas Pemerintah.....	10
E. Prinsip Dasar Humas Pemerintah.....	11
F. Model Kehumasan.....	12
G. Tugas Humas Pemerintah.....	12
H. Fungsi Humas Pemerintah.....	13
I. Peran Humas Pemerintah.....	13
J. Kode Etik Humas Pemerintah.....	14
K. Publik Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholders</i>) Humas Pemerintah	18
L. Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik Meliputi Sepuluh Prinsip	18
BAB III TATA KELOLA KEHUMASAN	19
A. Sistem Komunikasi Terbuka	19
B. Proses Tata Kelola Kehumasan	22
BAB IV PENUTUP.....	33



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

**PERATURAN MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR 30 TAHUN 2011

TENTANG

**PEDOMAN UMUM TATA KELOLA KEHUMASAN
DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

**MENTERI NEGARA PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI,**

- Menimbang :
- a. bahwa dalam rangka meningkatkan kelembagaan Hubungan Masyarakat yang kuat dan memiliki kompetensi dalam memberikan pelayanan informasi yang optimal dan bertanggung jawab serta memberikan perimbangan arus informasi dari dan kepada masyarakat, perlu adanya pengaturan mekanisme koordinasi dan sinkronisasi antarpejabat di lingkungan instansi pemerintah;
 - b. bahwa untuk mewujudkan huruf a tersebut, perlu disusun Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi pemerintah;
 - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu disusun Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah.

Mengingat...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 4 -

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI NEGARA PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI TENTANG PEDOMAN UMUM TATA KELOLA KEHUMASAN DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH

Pasal 1

Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah sebagaimana tercantum dalam Lampiran Peraturan ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan ini.

Pasal 2

Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 merupakan acuan bagi seluruh instansi pemerintah di pusat dan daerah.

Pasal 3...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 5 -

Pasal 3

Peraturan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 10 Mei 2011

**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI,**

ttd.

E.E. MANGINDAAN

Salinan sesuai dengan aslinya
KEMENTERIAN PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI RI
Kepala Biro Umum,

Hastori



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

LAMPIRAN

**PERATURAN MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR 30 TAHUN 2011

TENTANG

**PEDOMAN UMUM TATA KELOLA KEHUMASAN
DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH**



MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA

**PEDOMAN UMUM TATA KELOLA KEHUMASAN
DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH**

**BAB I
PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang

Organisasi publik dewasa ini menghadapi dua tantangan besar. Pertama, meningkatnya proses transmisi dan pertukaran informasi antarunit di dalam organisasi (*internal pull*). Kedua, meningkatnya tekanan dari lingkungan eksternal yang menuntut tingkat partisipasi dan transparansi lebih besar dalam pengelolaan pelayanan publik (*external push*).

Reformasi pada tahun 1998 silam telah membawa perubahan yang signifikan dalam sistem pemerintahan negara. Berbagai krisis yang melanda Indonesia melahirkan kesadaran dan kebutuhan terhadap adanya tata kelola pemerintahan yang baik (*good public governance*) yang menjamin transparansi, akuntabilitas, efektivitas, dan efisiensi penyelenggaraan pemerintahan.

Untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, perlu dilakukan pembangunan aparatur negara melalui reformasi birokrasi untuk meningkatkan profesionalisme aparatur negara di pusat dan daerah agar mampu mendukung keberhasilan pembangunan di bidang-bidang lainnya.



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 2 -

Reformasi Birokrasi berisi langkah-langkah umum penataan organisasi, penataan tata laksana, penataan manajemen sumber daya manusia (SDM) aparatur, penguatan sistem pengawasan intern, penguatan akuntabilitas, peningkatan kualitas pelayanan publik serta pemberantasan praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN). Pelaksanaan Reformasi Birokrasi diharapkan akan mewujudkan tata pemerintahan yang baik dengan birokrasi pemerintah yang profesional, berintegritas tinggi, serta mampu menjadi pelayan masyarakat.

Peningkatan profesionalisme aparatur negara untuk mewujudkan tata pemerintahan yang baik, bersih, berwibawa, bertanggung jawab, dan profesional akan mampu mendukung pembangunan nasional yang mendorong terwujudnya bangsa yang berdaya saing untuk mencapai masyarakat yang lebih makmur dan sejahtera.

Dalam konteks kehumasan, profesionalisme hubungan masyarakat (humas) sebagai ujung tombak pengelolaan informasi dibangun melalui peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia (SDM), penguatan struktur dan infrastruktur, sistem dan prosedur, komunikasi organisasi, audit komunikasi, serta manajemen komunikasi krisis, dalam upaya menciptakan tata kelola kehumasan yang baik, sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik.

Kesepakatan...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 3 -

Kesepakatan Bersama Tiga Menteri tentang Revitalisasi Fungsi Humas pada Instansi Pemerintah, Kesekretariatan Lembaga Negara, Pemerintahan Daerah, dan Badan Usaha Milik Negara menegaskan bahwa revitalisasi fungsi humas adalah melaksanakan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik dalam penyelenggaraan fungsi humas pemerintah.

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Pasal 7 mengamanatkan bahwa setiap badan publik wajib membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara baik dan efisien sehingga layanan informasi dapat memberikan akses dengan mudah. Bahkan, setiap badan publik perlu melakukan pengelolaan informasi dan dokumentasi yang dapat menjamin penyediaan informasi yang mudah, cermat, cepat, dan akurat. Pengelolaan informasi dan dokumentasi dimaksud mengacu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor PER/12/M.PAN/08/TAHUN 2007 tentang Pedoman Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah disebutkan bahwa Visi Praktisi Humas Pemerintah adalah terciptanya SDM humas pemerintah yang profesional, terbentuknya sistem manajemen humas pemerintah, serta iklim yang kondusif dan dinamis untuk kelancaran pelaksanaan tugas kehumasan.

Misi...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 4 -

Misi praktisi humas pemerintah adalah membangun citra dan reputasi positif praktisi humas pemerintah sebagai salah satu aparatur negara, membentuk opini publik, menampung dan mengolah pesan serta aspirasi masyarakat, mengklarifikasi data dan informasi yang berkembang di masyarakat, serta menyosialisasikan kebijakan dan program pemerintah.

Untuk menjawab tantangan sekaligus menunjang pencapaian amanah, revitalisasi, visi, dan misi dalam rangka mewujudkan tata kelola kehumasan yang baik, Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan ini disusun dengan memperhatikan aspek prioritas kebutuhan, kepraktisan, dan praktik-praktik terbaik (*best practices*).

Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah merupakan panduan dan acuan pelaksanaan pengelolaan kehumasan di lingkungan instansi pemerintah. Pedoman umum ini akan menjadi sumber rujukan dalam pembuatan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis aktivitas pengelolaan kehumasan di instansi masing-masing.

B. Maksud dan Tujuan

1. Maksud

Maksud penyusunan Pedoman ini adalah sebagai acuan dalam membangun dan mengembangkan tata kelola kehumasan secara optimal, efektif, dan efisien yang transparan dan akuntabel, serta menjadi acuan dalam pembuatan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis tata kelola kehumasan di lingkungan instansi pemerintah.

2. Tujuan...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 5 -

2. Tujuan

Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan bertujuan menciptakan pengelolaan kehumasan di lingkungan instansi pemerintah pusat dan daerah secara efektif dan efisien, sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik.

C. Sasaran

Sasaran Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan adalah terciptanya sistem komunikasi terbuka, yaitu sistem organisasi yang mampu menerima umpan balik dan masukan dari publik melalui komunikasi dua arah.

D. Ruang Lingkup

Ruang lingkup Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah adalah proses tata kelola kehumasan yang meliputi kegiatan analisis situasi (pengumpulan data dan fakta), strategi (perencanaan dan program), implementasi (tindakan dan komunikasi), evaluasi (pengukuran hasil).

E. Manfaat

Manfaat tata kelola kehumasan meliputi

1. peningkatan kualifikasi, kapasitas, dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) di Bidang Kehumasan;
2. sistem informasi terpadu, tertata, dan merata;

3. pemantapan...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 6 -

3. pemantapan kelembagaan humas yang kuat dan memiliki kompetensi dalam memberikan pelayanan informasi yang optimal dan bertanggung jawab;
4. peningkatan akuntabilitas, pengawasan, dan budaya kerja positif yang berorientasi pada visi dan misi organisasi;
5. koordinasi dan sinkronisasi pengelolaan kehumasan; dan
6. terwujudnya hubungan baik antarindividu, terjalinnya kebersamaan antarinstansi pemerintah, serta adanya keseimbangan arus informasi dari dan kepada masyarakat.

F. Pengertian Umum

1. Instansi pemerintah adalah kementerian negara, lembaga pemerintah nonkementerian (LPNK), lembaga nonstruktural (LNS), sekretariat lembaga tinggi negara dan lembaga negara, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten, dan pemerintah kota.
2. Hubungan masyarakat adalah usaha yang sengaja dilakukan dan direncanakan secara berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara lembaga dan institusi dengan publiknya.

3. Hubungan...



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 7 -

3. Hubungan masyarakat di lingkungan instansi pemerintah, untuk selanjutnya disebut humas pemerintah, adalah lembaga humas dan/atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah.
4. Lembaga humas adalah unit organisasi dalam instansi pemerintah yang melakukan fungsi manajemen bidang informasi dan komunikasi kepada publiknya.
5. Praktisi humas pemerintah adalah individu instansi pemerintah yang menjalankan fungsi kehumasan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi (tupoksi)-nya.
6. Tata kelola kehumasan adalah proses yang meliputi kegiatan analisis situasi (pengumpulan data dan fakta), strategi (perencanaan dan program), implementasi (tindakan dan komunikasi), evaluasi (pengukuran hasil) dengan tetap berpegang kepada komitmen, etika kehumasan, dan praktik-praktik terbaik.

PRESS RELEASE

Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Bagikan 100 Souvenir Kepada Penumpang

Semarang, 4 September 2018 - Sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para pengguna jasa bandara, PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang turut serta dalam memperingati Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018. Seluruh pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan “Kami Siap Melayani” yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara, PT. Angkasa Pura I (Persero) selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

Wujud aksi nyata dari kegiatan ini adalah para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan, di antaranya adalah *traffic management* di area *drop zone*, sebagai *porter trolley*, membantu penumpang di area *ramp* dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, Yuni Kustari mengatakan bahwa “Kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan *service excellence*, juga meningkatkan *travel experience* bagi para penumpang” ujarnya.

Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen AP I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara. Rangkaian kegiatan lainnya adalah membagikan *souvenir* kepada 100 orang penumpang di area ruang tunggu. *Souvenir* dibagikan secara langsung oleh para pejabat AP I, *customer service* dan duta bandara.

Di sela kegiatan tersebut juga telah dilaksanakan penyambutan atlet Asian Games 2018 perwakilan Jawa Tengah yang datang melalui Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang pada tanggal 3-4 September 2018. Penyambutan dilaksanakan bersama dengan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah beserta rombongan. Berikut daftar atlet yang telah disambut :

1. 6 orang atlet *handball*
2. Dyah Lestari (atlet bola basket)
3. Puja Riyaya (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu
4. Yusuf Widiyanto (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu
5. Hening Paradigma (atlet paralayang) mendapatkan medali emas
6. Aries Susanti Rahayu (atlet panjat tebing) mendapatkan medali emas
7. Mutiara Habiba (atlet taekwondo)
8. Shaleha Fitriana Yusuf (atlet taekwondo) mendapatkan medali emas.*





KLIPING BERITA SEPTEMBER 2018
PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani
Semarang

NO	TANGGAL	MEDIA	JUDUL
1	01-09-2018	Suara Merdeka	Pemanfaatan Bandara A Yani untuk Ekspor Belum Maksimal
2	01-09-2018	Suara Merdeka	AP I Bandara A Yani Serahkan 25 Koli Bantuan ke Lombok
3	01-09-2018	Tribun Jateng	Penerbangan Wings Air ke Lombok Minim Penumpang
4	03-09-2018	Tribun Jateng	AP I Tinjau Kembali Pengenaan Tarif PJP2U di Bandara
5	03-09-2018	Bisnis.com	Bandara Ahmad Yani Semarang Operasikan AOCC
6	03-09-2018	TribunJateng.com	Asperindo Desak AP 1 Bandara Ahmad Yani segera Bangun Terminal Kargo
7	04-09-2018	Suara Merdeka	Asperindo Desak Terminal Kargo Direalisasi
8	04-09-2018	Jawa Pos	Terminal Kargo Mendesak Dibangun
9	05-09-2018	Tribun Jateng	Julianto Merasa Puas Pelayanan di Terminal Bandara
10	05-09-2018	Kompas.com	AP I Ajak Pengusaha Jadi Mitra Bisnis di Bandara

NO	TANGGAL BERITA	JUDUL BERITA	MEDIA / JURNALIS	RINGKASAN	HAL	TONE
9	05-08-2018	Julianto Merasa Puas Pelayanan di Terminal Bandara	Tribun Jateng	Seorang calon penumpang yakni Julianto mengatakan bahwa pelayanan di Bandara Ahmad Yani telah lebih baik dibandingkan sebelumnya. Ia menilai bahwa terminal baru lebih luas dan nyaman dibandingkan terminal lama.	13,23	Corporate/positive

Julianto Merasa Puas Pelayanan di Terminal Bandara

SEMARANG, TRIBUN - Berbagai kepedulian pelayanan yang diberikan PT Angkasa Pura I dalam memperingati hari pelanggan nasional di Terminal Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Wujud kepedulian diberikan berupa petugas operasional Bandara menggunakan pin yang bertuliskan "Kami Siap Melayani".

Selain itu, wujud aksi nyata yang diberikan para pejabat adalah terjun langsung melayani penumpang.

Ada empat jenis layanan yakni traffic management di area drop zone sebagai porter trolley, membantu penumpang di area ramp,

■ KE HALAMAN 23

Contoh kliping berita

Sumber: Arsip Humas PT AP I Cabang Semarang

Foto-Foto



Foto bersama narasumber penelitian
(dari kiri ke kanan: *Communication & Legal Section Head*, peneliti,
Communication Officer)



Anggota Tim Kreatif dan Inovatif
PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

Pedoman Wawancara

No.	Konsep	Pertanyaan	Narasumber
1	Strategi komunikasi	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana proses penyusunan strategi komunikasi oleh humas bandara mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?2. Bagaimana penyampaian informasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018 mulai dari <i>pra-event</i>, hari H, dan <i>post-event</i>?3. Apa tujuan organisasi yang ingin dicapai dengan memberikan informasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?4. Bagaimana dengan pengelolaan sumber daya yang dimiliki (sumber daya manusia dan teknologi) dalam merancang strategi komunikasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?5. Apa pesan yang hendak disampaikan kepada target sasaran dengan diadakannya <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?6. Bagaimana dengan saluran atau media komunikasi yang digunakan dalam strategi komunikasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?7. Bagaimana kontrol atas strategi komunikasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?	<p><i>Communication Officer, Communication & Legal Section Head</i></p>

		<ol style="list-style-type: none"> 8. Bagaimana evaluasi atas strategi komunikasi yang telah dijalankan? 9. Bagaimana hubungan antara strategi komunikasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018 dengan citra dan reputasi organisasi? 10. Apa saja yang perlu diperhatikan dalam menyusun perencanaan komunikasi supaya dapat menghasilkan strategi komunikasi yang tepat? 	
2	Humas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja <i>jobdesk</i> humas bandara? 2. <i>Tools</i> apa saja yang digunakan sebagai media komunikasi? 3. Apa saja praktik dari hubungan internal dan hubungan eksternal yang dijalin? 4. Menurut Anda, apa definisi dari manajemen humas? 5. Bagaimana dengan riset humas yang dilakukan? 6. Bagaimana peran humas bandara dalam <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018? 7. Apakah dengan memberikan informasi mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018 sekaligus merupakan langkah humas bandara untuk meningkatkan citra perusahaan? 8. Bagaimana dengan <i>customer relations</i> kaitannya dengan <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018? 	<i>Communication Officer</i>



**MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA**

- 8 -

7. Kode etik humas pemerintah adalah pedoman praktisi humas dalam bersikap, berperilaku, bertindak dan berucap di lingkungan instansi pemerintah.



MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA

- 9 -

BAB II

DASAR-DASAR TATA KELOLA KEHUMASAN

A. Visi Humas Pemerintah

Visi humas pemerintah adalah terciptanya pengelolaan kehumasan (kelembagaan, ketatalaksanaan, dan SDM) yang proporsional, profesional, efektif, dan efisien dalam mendukung penerapan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik.

B. Misi Humas Pemerintah

Misi Humas Pemerintah adalah

1. membangun citra dan reputasi positif pemerintah;
2. membentuk, meningkatkan, dan memelihara opini positif publik;
3. menampung dan mengolah aspirasi masyarakat;
4. mencari, mengklasifikasi, mengklarifikasi, serta menganalisis data dan informasi;
5. menyosialisasikan kebijakan dan program pemerintah;
6. membangun kepercayaan publik (*public trust*).

C. Strategi Humas Pemerintah

Strategi humas pemerintah adalah humas pemerintah sebagai

1. pembangun hubungan internal dan eksternal;

2. Penyelenggara...



MENTERI NEGARA
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA

- 10 -

2. penyelenggara pertemuan dan koordinasi antarinstansi;
3. penyedia informasi pemerintah;
4. pengatur pertemuan instansi pemerintah dengan media massa;
5. pendorong upaya pemberdayaan masyarakat;
6. pengelola sarana dan prasarana kehumasan;
7. pembentuk citra dan reputasi positif instansi pemerintah;
8. pengelola informasi pemerintahan dan pembangunan.

D. Asas Umum Humas Pemerintah

Asas umum humas pemerintah adalah

1. **keterbukaan**, yaitu asas yang menuntut praktisi humas terbuka terhadap hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif;
2. **objektif**, yaitu asas yang menuntut praktisi humas tidak memihak dalam melaksanakan tugas;
3. **jujur**, yaitu asas yang menuntut setiap praktisi humas memiliki ketulusan hati, keikhlasan, dan mengutamakan hati nurani dalam bersikap, berperilaku, berucap, tidak berbohong, tidak berbuat curang, serta tidak memanipulasi pelaksanaan tugas dan tanggung jawab;

4. tepat janji...

TRANSKRIP WAWANCARA

Tempat : Kantor PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Semarang

Tanggal : 13 Mei 2019

Keterangan :

- **CLSH** (*Communication & Legal Section Head*)
- **CO** (*Communication Officer*)
- **P** (Peneliti)

Aktor	Pertanyaan dan Data
P	: Selamat siang Pak, Bu
CLSH, CO	: Iya selamat siang
P	: Perkenalkan saya Julius Axl mahasiswa Ilmu Komunikasi, FISIP, UAJY. Di sini saya bermaksud untuk mewawancarai Bapak dan Ibu dalam rangka memenuhi data yang dibutuhkan untuk skripsi saya. Bisa Bapak dan Ibu lihat dari <i>cover</i> proposal skripsi saya ini Pak/Bu. Apakah Bapak dan Ibu bersedia untuk diwawancarai?
CLSH, CO	: Iya kami bersedia.
P	: Oo iya... ini Pak/Bu daftar pertanyaan yang akan saya ajukan, mungkin bisa bapak dan ibu baca-baca terlebih dahulu. (jeda beberapa detik). Oke langsung saja kita mulai ya Pak/Bu dari bagian yang pertama mengenai aspek strategi komunikasi. Bagaimana proses penyusunan strategi komunikasi oleh humas bandara mengenai <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional di Tahun 2018?
CLSH	: Yaa... pada dasarnya eee.... saya duluan ya yang menjawab. Pada dasarnya kalau humas itu dalam setiap <i>event</i> itu terutama di Bandara Jenderal Ahmad Yani ini humas itu tergabung dalam tim kreatif. Jadi untuk setiap <i>thematic event</i> itu yang menyusun eee... strategi terus ee... apa namanya? Kreativitas ee... ininya, apa namanya? Ee.... program komunikasinya itu dibahas bersama di tim kreatif dan inovatif.

Hhhmm... di humasnya ini yang paling penting di teknisnya kita itu ee... di publikasi sama dokumentasi. Di publikasi itu kita biasanya itu menggunakan wartawan, wartawan bandara yang sudah kita wadahi di W.A grup, terus setelah itu menggunakan *web corporate*, setelah itu medsos. Medsos kita itu ada *instagram*, *youtube*, dan *twitter*.

Kalau dari segi dokumentasi, dokumentasi itu kita bagi dua: foto dan video. Foto itu yang diperhatikan itu *anglenya*, sisi-sisi humanis dari pihak-pihak terkait yang mau kita ambil gambarnya, terus momen-momen yang pas. Selin itu kita buat *video cinematic*, itu biasanya kita satukan untuk *diupload* di medsos. Itu sudah satu paket itu, foto dengan eee... apa namanya? *Video cinematicnya*. Itu dari saya.

P : Mungkin dari Bu Hidyah? Mau menambahkan untuk pertanyaan pertama?

CO : Strategi komunikasi ya?

P : Iya, proses penyusunannya gitu..

CO : Sebenarnya itu, ee.... apa namanya? Sama dengan apa yang disampaikan oleh Pak Danar, penyusunan strategi komunikasi. Jadi setiap tahun itu kan kita juga punya ee.. apa namanya? Beberapa kegiatan, nggak cuma dari kegiatan *thematic event* saja, tetapi kegiatan-kegiatan lain itu kita susun rancangannya itu per tahun itu apa aja, dan *supporting* dari komunikasi itu apa aja. Apa berupa eee....

Ada yang beberapa kegiatan itu kita harus membuat *press release* dulu, ada juga yang kita ngundang wartawan aja tapi kita mengadakan *press conference* segala macam ya bentuknya beda-beda tergantung dari kegiatan yang dilaksanakan itu seperti apa.

Nah kalau misalkan eee.... apa namanya? Khusus untuk yang di hari pelanggan ini ya kita lebih... apa namanya? Lebih... spesifikasiin lagi itu eee... seperti *thematic event* yang lainnya, kayak misalkan kita menawarkan diri ke teman-teman wartawan itu mau dateng atau enggak. Ya kita menyediakan apa ya... kita kayak ngundang mereka saja buat dateng, kalau

misalkan mereka itu perlu berita yaudah kita undang eee... terus mereka itu boleh meliput kegiatan itu.

Jadi intinya, Hari Pelanggan Nasional itu ya kita pasti sebelum hari pelanggan nasionalnya itu dilaksanakan pasti ada beberapa strategi komunikasi yang ee... kayaknya lebih tepatnya ini loh yang kita laksanakan, kayaknya lebih tepatnya dalam bentuk ini dalam bentuk itu sebelumnya juga pasti kita bicarakan. Terus di tim kreatif itu setuju atau enggak kegiatannya itu yang akan kita laksanakan itu seperti itu.

P : Oke... lanjut untuk pertanyaan kedua itu bagaimana penyampaian informasi mengenai *event* Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018 dari pra, hari H, hingga pasca *event*?

CLSH : Yang nomor dua ya...

P : Iya pak

CLSH : Nah kalau di saat apa ini? Hari pelanggan ya? Karena kan khusus ya hari pelanggan, kalau hari pelanggan itu waktu itu kita menggunakan eee... penyebaran informasi rencana kegiatan itu di W.A grup. W.A grupnya wartawan bandara, bahwa eee... apa... keesokan harinya akan diadakan eee.... kegiatan eee... apa namanya? Kegiatan Hari Pelanggan Nasional ini di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Nah itu pra-*event*nya ya.

Pas di hari H itu, biasanya kita kalau ada acara itu ee... kita juga *announce-announce* ke para penumpang supaya nggak kaget begitu loh misalnya ada suatu kegiatan, biasanya kita *announce* pakai toa yang ada di bandara.

Kalau *post-event*nya itu kita juga *ngecheck* kita juga membuatkan eee... apa namanya? *press release* kita sebar setelah acara itu kita sebar di W.A grup wartawan eee... *press release* terus kita juga kadang kita cek juga hasil-hasil beritanya mereka gitu. Kadang-kadang juga wartawan yang sudah ini kita ee.. menyampaikan ke kita dulu untuk konfirmasi sudah bener atau belum beritanya. Begitu sih dari pra, hari H, sama *post-event*.

P	: Okee.. lanjut ke pertanyaan ketiga sebenarnya apa tujuan utama yang akan dicapai dengan memberikan informasi tentang <i>event</i> hari pelanggan nasional tahun 2018?
CO	: Jadi kalau untuk tujuan utama organisasi itu ee... untuk meningkatkan yaa citra ya pastinya, citra perusahaan itu pasti ee... membentuk citra positif. Karena kan kita juga eee... apa namanya? Usaha kita itu dalam bidang pelayanan jasa. Terus, kedua itu untuk meningkatkan <i>customer engagement</i> dari para pengguna jasa bandara. Jadi pengguna jasa bandara itu, kalau misalkan di bandara <i>mindset</i> nya itu hanya tempat untuk apa ya...? berpisah atau bertemu gitu. Jadi di bandara dia juga bisa melihat aktivitas lain kayak ee... apa namanya? kalau misalkan dia lagi nunggu tapi misalkan ada aktivitas misalkan bagi-bagi souvenir kan biasanya pelanggan nasional. Ya mereka itu bisa ngeliat lah kalau misalkan di bandara itu ternyata petugas bandara itu menghargai dengan adanya pelanggan yang setiap harinya mondar-mandir di bandara. Jadi mereka lebih merasa dihargai, mereka mendapatkan pengalaman itu di bandara. Tujuan utamanya sih itu.
P	: Mungkin dari Pak Danar ada yang mau ditambahkan?
CLSH	: Agar pesannya juga nyampe ya dari kita kepada masyarakat kalau misalnya kita juga <i>aware</i> dan membuatkan <i>event</i> hari pelanggan nasional ke masyarakat. Tentunya masyarakat kan jadi tahu ooo.... kalau di bandara ini lagi ada kegiatan ini lho. Selain itu kan ee... bagi para penumpang pokoknya pengguna jasalah, pengguna jasa bandar udara kan macem-macem ya ada penumpang ada penjemput dan lain-lain segala. Mereka itu merasa mempunyai pengalaman yang berkesan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Tentunya kan kalau dia apa namanya? di Bandara Ahmad Yani di lewat situ terus ada kegiatan ini juga kan dia mempunyai kesan tersendiri dari bandara. Selain itu juga mereka merasa terlayani dengan baik oleh AP I Semarang.
P	: Oke.. lanjut ke pertanyaan keempat, untuk pengelolaan sumber daya yang dimiliki maksudnya dari sumber daya manusia dan teknologi yang

	<p>digunakan dalam perancangan strategi komunikasi tentang <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional tahun 2018 itu seperti apa ya? Mungkin dari Bu Hidyah dahulu, kayak SDM dan teknologi yang digunakan dalam <i>event</i> ini itu seperti apa?</p>
CO	<p>: Ya kalau misalkan orangnya itu kan ya dari tim kreatif itu sendiri kan buat penyusunan hari pelanggan nasional ini. Jadi orangnya ya sebenarnya ya yang mempunyai kreativitas. Sekarang kan zamannya gen millennial begitu kan ha..ha..ha... Ya itu mereka yang punya ide-ide kreatif dan inovatif yang kayak membuat satu hal itu beda dari biasanya. Kayak orangnya itu ya pasti kita kan diskusi dulu, kita kira-kira mau bikin kegiatan seperti apa ini, dikemasnya itu ke dalam bentuk kegiatan apa.</p> <p>Karena kan setiap kegiatan itu pasti dikemasnya beda-beda. Nah yang pas itu seperti apa, itu pasti kita ngadain rapat dulu sama teman-teman yang ada di tim kreatif baru nanti eksekusinya itu seperti apa. Kalau untuk teknologi yang digunakan ya itu visual ya, ya kayak kita bikin video, foto, ya gitu-gitu sih yang untuk publikasi.</p>
P	<p>: Hhmmm... oke</p>
CLSH	<p>: Radio juga bisa</p>
CO	<p>: Ya radio kalau misalkan kita ee.... tergantung kegiatan sebenarnya sih kita menggunakan teknologi apa.</p>
P	<p>: Hmm... oke, mungkin dari Pak Danar ada yang mau ditambahkan?</p>
CLSH	<p>: Jadi gini lho, saya tambahkan sedikit. Jadi di dalam tim kreatif itu kan kalau secara keseluruhan kan dibagi-bagi memang. Tapi yang khusus untuk komunikasi itu ada tim humas kita yang masuk di situ kan, emang tim <i>communication & legal section</i>. Nah di dalamnya itu staf-staf di situ nanti akan saling berbagi tugas ya. Ada yang mengambil gambar, foto, video, saling mengisi lah, dan ada yang membuat <i>press release</i> itu kan masing-masing. Itu saling mengisi.</p> <p>Belum tentu juga disaat apa namanya?... terbatas pun bisa juga dilaksanakan oleh satu orang. Misalkan Bu Hidyah melaksanakan ambil foto, ambil ini, tergantung pada saat <i>eventnya</i> itu. Terus teknologi ya seperti yang diketahui</p>

	ya, kita kamera ada banyak ya. Kalau video kita ngambil biasanya dari SLR sama <i>handphone</i> juga sih. Sama apa, ada Goo..... <i>Go Pro</i> juga.
P	: Oke, langsung lanjut yang kelima sebenarnya pesan apa sih yang ingin disampaikan kepada target sasaran dengan diadakan <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018?
CLSH	: Ini sepertinya sempat saya bahas sebelumnya ya, untuk memberikan pelayanan yang terbaik terus kepada pengguna jasa di Bandara Jenderal Ahmad Yani. Terus dia mempunyai kesan tersendiri akan Bandara Jenderal Ahmad Yani itu. Lebih ke sana sih dan ya itu masyarakat merasa di apa ya namanya? di.... diperhatikanlah oleh API Semarang.
P	: Terus kalau untuk media komunikasi yang digunakan?
CLSH	: Nah ini ngulang lagi ini, saluran itu ya kayak yang tadi kita ada pake wartawan, wartawan itu bisa TV bisa cetak, bisa radio. Terus kalau dari saluran korporasi itu ada <i>web</i> dari <i>corporate</i> ya kan, terus ada medsos, medsos itu ada <i>Instagram</i> , <i>Youtube</i> , sama <i>Twitter</i> kita ini. Seperti itu sih.
P	: Oke terima kasih pak, kalau untuk kontrol sama evaluasi atas strategi komunikasi tentang <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional tahun 2018 ini seperti apa?
P	: Jadi kita setiap ada <i>event</i> atau ada... setiap hari juga sih itu kan ada kita melakukan <i>media monitoring</i> . <i>Media monitoring</i> itu kan kita mengecek semua berita yang ada di... yang menyangkut Bandara Jenderal Ahmad Yani, itu juga masuk di Google, Google apa? (CO menjawab “Google Alerts”). Google Alerts... Jadi setiap ada yang apa namanya menyangkut pemberitaan Bandara Jenderal Ahmad Yani itu masuk ke dalam <i>email</i> humas. Itu nanti kita bagi tu, kita bagi beritanya itu kira-kira positif atau moderat, atau cuma biasa gitu rata-rata, netral, atau ee... ini apa namanya? Negatif. Itu nanti kita kumpulkan setiap hari dan itu akan dijadikan apa klipings ya? Klipping dari per bulan laporan bulanan, begitu...di humas <i>communication</i>
P	: Iyaa.. terus untuk selanjutnya
CLSH	: Oooo iya... tambahan lagi
P	: Silahkan pak

CLSH	: Kalau ada berita-berita yang kita rasa kita merasa sebagai narasumber itu tidak cocok gitu ya itu fungsi kontrol dan evaluasi juga kita langsung menyampaikan eee.. konfirmasi kepada wartawannya, kenapa bisa begini? Misalnya ee..... beritanya kok tulisannya terlalu gimanaa... atau nggak sesuai dengan yang kita ini. Kita omongin atau bagaimana. Ya itu nanti ya kita bahas bersama lah.
P	: Berarti secara nggak langsung tadi dengan adanya pemberitaan atas <i>event</i> hari pelanggan nasional itu juga masih ada kaitannya dengan citra dan reputasi organisasi?
CLSH	: Iyalah, tentulah, karena yang keluar kan Angkasa Pura kan, gitu...bukan Bu Hidyah, bukan Pak Danar kecuali ada tulisan... ha..ha..ha... (tertawa).
P	: Mungkin lebih untuk pendapat Pak Danar dan Bu Hidyah sih mengenai bagian ini, apa saja yang perlu diperhatikan dalam penyusunan perencanaan komunikasi yang tepat supaya menghasilkan strategi yang tepat juga? Mungkin dari Bu Hidyah dulu.
CO	: Nah ee... itu apa balik lagi dari evaluasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya sebenarnya. Kayak misalkan kita ngeliat ini kita mau ngelaksanain hari pelanggan nasional. Nah kegiatan yang sebelumnya kita laksanakan ee... sebelum hari pelanggan itu apa. Kita lihat evaluasinya bagaimana apakah kegiatannya itu berhasil dilaksanakan atau enggak. Kalau misalkan kurang ya kan pasti kita juga ee., apa namanya? ya kita perbaiki evaluasinya itu seperti apa, yang kurang apa, mungkin dari apa namanya? kegiatan pas hari H nya itu misalkan kurang personil yang terlibat atau apa itu pasti kita ngeliat dari kegiatan-kegiatan sebelumnya supaya ee... perencanaan komunikasinya sama strategi komunikasinya itu tepat.
CLSH	: Hmm.. paling saya nambahin ya, untuk membuat konten kan kita perlu memperhatikan isinya, karena itu kan mempresentasikan perusahaan kan eee.. citra baiknya perusahaan, seperti juga tidak menshare informasi yang apa? <i>Hoax</i> terus <i>hate speech</i> gitu-gitu. Itu tu harus diperhatikan terus makanya setiap berita harus dikonfirmasi ke ee.. masing-masing unit sebagai narasumbernya gitu, apakah udah bener atau belum beritanya.

	Terus tidak menyebarkan apa.. berita-berita yang sifatnya rahasia perusahaan, internal perusahaan begitu. Rahasia negaralah. Atau hal-hal lain yang apa? Informasi-informasi itu yang malah menjatuhkan citra perusahaan itu sendiri.
P	: Berarti kontrol dari dalam sendiri harus lebih kuat ya pak?
CLSH	: Ooo iyaa harus.. terus ya banyak-banyakin berita-berita positif ajalah.
P	: Oke, mungkin langsung saja masuk ke bagian konsep yang kedua tentang humas. Ee... di sini secara khusus untuk peran humas bandara dalam <i>event</i> ini seperti apa sih?
CLSH	: Ya tadi, poinnya cuma dua itu humas. Publikasi sama dokumentasi, udah itu aja.
P	: Kalau untuk <i>customer relations</i> yang dilakukan, pasti kan ada kayak <i>customer relations</i> nya itu di <i>event</i> hari pelanggan nasional itu?
CLSH	: Jadi gini, ee... tadi kan seperti yang tadi saya katakan kan ee... yang tadi saya sampaikan kan ee,, memberikan pelayanan yang terbaik terus <i>customer</i> itu merasa dilayani dengan baik kan terus ee... punya <i>customer engagement</i> selain itu apa bahasa inggrisnya yang pengalaman terbaik? (CO dan P menjawab <i>Customer Experience</i>) <i>Best Customer Experience</i> . Terus ee...
	Terkait ini yang nomor 3 ini itu pada saat kegiatan itu, eee.. petugas operasional dan para pejabat di Angkasa Pura Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang itu menggunakan 150 buah pin dengan tulisan “ Kami Siap Melayani ’ yaa.. dan ee...
	Wujud aksi nyatanya itu para pejabat turun langsung ke lapangan itu sudah dibagi dari semua pejabat itu sudah dibagi eee.. apa namanya? tugas-tugasnya itu ada empat ya di empat bagian. Itu layanan yang diberikan itu seperti yang pertama itu <i>traffic mangement</i> di area <i>drop zone</i> , terus yang kedua sebagai porter <i>trolley</i> , ee... terus membantu penumpang di area <i>ramp</i> , <i>ramp area</i> dan kemudian membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi, gitu...

	<p>Itu yang langsung berhubungan tu ke pelanggan. Selain itu juga ee.. apa namanya <i>customer service</i>, duta bandara, para pejabat itu juga memberikan 100 buah souvenir ke para penumpang di area ruang tunggu di <i>boarding lounge</i>. Nah gitu....</p>
P	: Nah ini untuk konfirmasi ini pak bu, tadi kan dikatakan kalau sebagai pelanggan itu tadi siapa saja yang dimaksud pelanggan menurut Bapak dan Ibu secara khusus yang di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang?
CO	: <p>Ya pengguna jasa bandara, kalau itu. Pengguna jasa bandara itu kan nggak cuma penumpang, kalau penumpang itu kan memang yang paling utama itu penumpang terus kan ada pilot juga ada pramugari, kan itu mereka termasuk pengguna jasa bandara.</p> <p>Abis itu ada eee...mitra kerja dan mitra usaha kayak mitra kerja contohnya itu maskapai, <i>ground handling</i> itu kan mitra kerja kita. Terus kayak bea cukai, KKP, segala macam itu mitra kerja kita yang membantu segala bentuk proses di bandar udara. Itu mitra kerja kita termasuk pelanggan kita juga dan mitra usaha.</p> <p>Mitra usaha itu contohnya <i>tenant-tenant</i> yang membuka gerai di bandara itu juga termasuk pelanggan kita. Karena kan orang-orang tahunya pelanggan itu kan cuma penumpang padahal enggak. Kalau misalkan kita sebagai pengelola bandar udara pelanggan kita ya para pengguna jasa bandara.</p>
P	: Berarti dapat dikatakan kalau misalkan ada orang-orang awam yang lagi ada di terminal bandara entah itu mengantar penumpang atau menjemput itu juga?
CO	: Nah itu juga termasuk pengguna jasa bandara juga, pengantar dan penjemput. Karena mereka itu kan sudah memasuki area bandara. Kalau misalkan mereka sudah masuk area bandara tapi mendapatkan pelayanan yang tidak baik dari kita kan mereka berhak dong komplain di mana-mana. Makanya kita harus memberikan pelayanan yang terbaik supaya mereka juga merasa senang begitu dengan pelayanan yang kita berikan.
P	: Ooo.. berarti kesimpulannya pengguna jasa bandara itu adalah semua orang yang ada di bandara?

CO	:	Iyaa... semua orang yang terlibat dan ada di bandar udara itu sendiri. Yang melakukan aktivitas di bandara gitulah pengguna jasa bandara.
P	:	Terus kalau untuk, ada nggak sih pertimbangan-pertimbangan khusus yang dilakukan untuk memilih target sasaran dalam event hari pelanggan nasional khususnya? Misalkan hanya dilakukan untuk penumpang tok atau semuanya?
CO	:	Ya seperti yang saya bilang tadi yaaa... pelanggan kita ya pengguna jasa bandara, jadi kita nggak membeda-bedakan tetapi yang utama itu penumpang dulu. Kalau misalkan penumpang sudah dibagikan kita juga pasti memberikan terima kasih kepada mitra kerja dan mitra usaha dan lain-lain kita juga memberikan apresiasi.
P	:	Nah selanjutnya, apa sih yang diharapkan setelah para pengguna jasa bandara memperoleh informasi tentang <i>event</i> itu diadakan?
CO	:	Yang diharapin kan mereka memiliki antusiasme yang tinggi terhadap acara tersebut jadi apa namanya? kita mengharapakan mereka <i>aware</i> dengan adanya acara hari pelanggan nasional itu dan mereka pun ikut terlibat juga kayak misalkan kita kan mau membagikan suvenir kepada mereka kalau misalkan mereka tidak terlibat ya buat apa ada acara itu. Kita mau bagiin juga ke siapa?
P	:	Terus kalau <i>feedback</i> nya bagaimana sih dari para pengguna jasa bandara itu atas informasi yang diberikan dan atas pelayanan yang langsung?
CO	:	Ini agak sama seperti pertanyaan yang sebelumnya itu ya. Ya mereka terlibat gitu saja.
P	:	Mungkin mengucapkan terima kasih atau <i>upload</i> foto begitu nggak mereka?
CO	:	Ya itu juga bisa kayak mereka memberikan ee.. apa namanya? kan kita ngasih, mereka nerima terus mereka mengucapkan terima kasih ataupun mereka bertanya ke kita ini acara apa segala macem, dalam rangka apa itu kan juga mereka memberikan <i>feedback</i> . Terus kalau misal mereka mengucapkan terima kasih itu juga memberikan <i>feedback</i> apalagi kalau mereka <i>posting</i> itu juga memberikan <i>feedback</i> ke kita.
P	:	Hhmm... mungkin ini yang perlu dikonfirmasi sih bu, seberapa pentingnya sih pelanggan bagi humas bandara?

CO	: Ooo.. tentunya pelanggan itu sangat penting ya, kita nge <i>treat</i> mereka dengan baik, kita memberikan pelayanan dengan baik itu dampaknya juga memberikan citra positif dong tentunya bagi perusahaan. Misal mereka diberikan pelayanan yang terbaik, mereka mengapresiasi kita, Mereka ngasih ee... apa namanya? ngumumin di medsos ini “Wah abis dapet souvenir nih dari bandara, pelayanan bandara bagus ya, hape saya ditemukan terus dikembalikan blaa.. blaa.. blaa..”, segala macam itu kan tentunya memberikan citra positif ke kita tapi ya nggak cuma hanya penumpang saja ya pelanggan. Kalau misalkan kita memberikan pelayanan yang baik itu kan pasti bakalan berdampak positif bukan memberikan dampak yang negatif untuk perusahaan.
P	: <i>Next</i> , nah mungkin ini khusus untuk membahas <i>event</i> nya, nah kan tadi ada <i>event</i> pelaksanaan hari pelanggan nasional, mungkin untuk konfirmasi bu sebenarnya di <i>event</i> hari pelanggan nasional itu sudah dibentuk tim kreatif atau sedang proses atau bagaimana?
CO	: Kalau hari pelanggan nasional itu, eee sebenarnya sudah dibentuk tim kreatif, cuma pada saat pelaksanaan..... (CO bertanya kepada CLSH sejenis)
CLSH	: Ya memang sudah dibentuk, tapi kan pas <i>event</i> hari pelanggan nasional itu bukan <i>event</i> yang besar banget, pakai tim kreatif juga kok, campur sih campur ada di tim kreatif.
P	: Berarti sudah dibentuk?
CO	: Sudah, kalau dibentuknya sudah.
P	: Selanjutnya untuk konfirmasi lagi pak, untuk kegiatan di <i>event</i> hari pelanggan nasional 2018 itu apa hanya memberikan souvenir, bantu penumpang angkat barang saja?
CLSH	: Kita ngasih souvenir, pakai pin apa kami siap melayani, detailnya ada di rilisnya. Buka saja rilisnya deh
P	: Terus kalau untuk keberhasilan <i>event</i> nya itu indikatornya seperti apa sih pak pas <i>event</i> hari pelanggan nasional 2018?
CLSH	: Nah kalau keberhasilan <i>event</i> kan kita lihat dari perencanaan itu sudah terlaksana semua dengan baik atau enggak. Dari yang sudah kita rencanain,

misalnya kita eee.. kita ngundang wartawan, wartawan ada yang dateng nggak, wartawan dateng. Terus kita buat rilis, ada beritanya nggak? Kan kita cek ternyata ada, berhasil kan berarti, terus ee... kalau dari segi medsos kita *upload* ada yang lihat nggak? Kan gitu, terus kita liat juga komen-komen dari masyarakat itu kayak gimana, itu kalau yang publikasi ya. Itu dari pra sampai pasca tu publikasi.

Terus foto-fotonya, videonya terambil semua nggak, menarik nggak. Kadang-kadang banyak juga foto-foto yang gagal kan terus video juga gagal akhirnya mentah terus nggak bisa dipake. Itu kan kita liat dari situ kalau misalnya terpake semua dan tersampaikan, tersalurkan ke masyarakat berarti selesai.

Terus kalau dari *event* nya apa yang direncanakan ee... kita mau bagi-bagi apa tu, bagi-bagi ee.. apa suvenir. Suvenirnya bener tersalurkan nggak semuanya, habis nggak, tersampaikan nggak sama para penumpang/pengguna jasa. Ya kalau kesampean semua ya sudah selesai kan. Berhasil...

Terus kan tanggapannya kita liat, eee.. *feedback* nya dari masyarakat seperti apa, kita kasih itu kan kelihatan, kalau afirmasi-afirmasinya positif semua mereka bahagia, mereka senang terus mereka senyum kepada kita berarti apa yang kita rencanakan terus pesan yang akan kita sampaikan berarti kan tersalurkan ke mereka gitu. Itu sih...

P : Kalau untuk, sebenarnya sifat pesannya tadi yang ingin disampaikan di strategi komunikasi dalam *event* hari pelanggan nasional ini seperti apa sih? Apakah hanya informatif saja atau ada maksud lain seperti yang tadi *customer relations* gitu?

CLSH : Selain informatif kan tadi untuk meningkatkan citra perusahaan, terus kan ada *customer engagement*. Kalau misal sudah ada keterikatan kan, *bonding* antara *corporate* dan para penggunanya kan artinya kan *customer satisfaction* nya kan itu meningkat juga.

Customer Satisfaction Indeks (CSI) nya di... ya pelayanan kita makin naik terus pelanggan semakin puas. Itu kan nanti ada indikatornya juga, itu ada indikatornya dari ya kita juga eee... di Semarang kan indikator kepuasan pelanggan kan selalu kita sampaikan, kita nilai begitu. Semarang itu berapa CSI nya gitu.

Semakin kita membuat *customer engagement* yang baik ya pasti kan ya meningkat biasanya. Contohnya misalnya di Bali, bisa jadi bandara juara 1 di dunia di kelasnya 15-25 juta penumpang, ya itu kan karena itu *event-event* nya, pelayanan yang diberikan terbaik. Makanya dia bisa jadi juara 1 di dunia. Gitu...

P : Yang terakhir, kenapa *event* itu perlu diinformasikan ke publik di luar pengguna jasa bandara.

CLSH : Yaa ini apalagi khususnya di AP I ini kan ee.. BUMN kan, di bidang jasa lagi, jasa pelayanan masyarakat. Terus bandara itu kan obvitnas kan, objek vital nasional. Sudah itu pintu gerbang lagi, pintu gerbangnya masyarakat. Jawa Tengah ini di Bandara Jenderal Ahmad Yani tentunya pasti masyarakat butuh mengetahui informasi-informasi yang *update* di situ kan di bandara.

Terus selain itu juga dari segi korporasi kan ee... kita punya humas pasti untuk menaikkan citra perusahaan pasti kan bergerak kan. Nggak mungkin lah pasti citra perusahaan juga penting kan, begitu. Makanya semua hal yang positif itu pasti dipublikasikan oleh tim humas, tim *communcation*. Begitu...

Karena pemberitaan-pemberitaan positif kan ya nggak cuma di bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang juga, tiap hari pun itu dikontrol gitu, di *monitoring* oleh pusat, 13 cabang bandara itu juga semuanya juga sehari aja kalau bisa dia bisa ngasih berita berapa ya ngasih berita berapa kali. Begitu...

Sebanyak-banyaknya berita positif ya pasti dan itu ada grup tersendiri di kantor pusat itu isinya dari semua humas kantor cabang. Ya itu semua nge-*share* di situ, *update* progress semuanya, *updating* di sana semua. Dan itu

juga sebagai wadah, jadi di Angkasa Pura ini walaupun cabangnya masih sampai Biak sampai mana, di Semarang juga kita tahu *update* nya apa.

Jadi nggak cuma ini doang yang tahu, tapi ini dengan pusat. Misalnya kita laporan ke pusat tapi semua itu bisa tahu *update* di bandara di semua bandara Angkasa Pura.

P : Berarti aspek komunikasinya jalan semua ya pak?

CLSH : Jalan semua dan gitu nge-*share* semua di dalam grup tersebut. Gitu...

P : Ooo iya bu... hmmm... apa lagi ya?? kalau untuk informasi tentang terminal baru bandara kayak *company profilenya* gitu boleh saya minta? ya untuk tambahan data saja sih pak bu...

CO : Oo boleh saja, silahkan. Nanti kamu *copy* datanya saja ya ke saya

P : Okee mbak..... mungkin cukup dulu wawancaranya Pak, Bu. Terima kasih atas waktu dan informasi yang diberikan.

CO,
CLSH : Oke sukses selalu, cepet lulus

TRANSKRIP WAWANCARA

Tempat : Via telepon selular

Tanggal : 26 Mei 2019

Keterangan :

- CO (*Communication Officer*)
- P (Peneliti)

Aktor	Pertanyaan dan Data
P	: Selamat malam Mbak Hid...
CO	: Iya,, malem Xel, bagaimana?
P	: Gini mbak, aku mau wawancara mbak Hid tentang humas bandara, buat lengkapin data penelitian mbak
CO	: Oooooo iya.. silahkan saja xel, mau tanya apa?
P	: Nah jadi gini mbak Hid, kalau <i>jobdesknya</i> humas bandara itu kayak bagaimana saja sih mbak? Ya kayak kegiatan yang dilakuin gitu...
CO	: Ini kan sebenarnya aku ada KPI, KPI itu <i>Key Performace Indeks</i> jadi tu kayak sebenarnya capaian tiap-tiap unit ataupun tiap masing-masing <i>officer</i> . Nah kalau di humas itu sebenarnya ada dua yang pertama itu tentang, ee... aku kan sebagai <i>communication officer</i> yang di cabang, jadi yang pertama itu memastikan pemberitaan yang keluar itu positif. Itu yang pertama. Yang kedua itu tentang kearsipan kalau tempatku, tapi itu kan kayak hanya tertulis. Tapi kalau untuk implementasi di lapangan itu kerjaanku itu ya lebih luas dari itu. Kayak misalkan pemberitaan positif itu kan asalnya dari aku, kalau misalkan ada acara aku harus bisa bedain acara mana yang harus kubuat <i>press release</i> dan mana yang enggak.
P	: Taunya untuk membedakan itu bagaimana mbak?
CO	: Kalau misalkan acara besar, eh bukan acara besar sih, misalkan <i>thematic event</i> itu kan pasti buat pemberitaan positif dong kayak misalkan ee.... aku ngelakuin apa ini supaya penumpang pada senang, terus ee.... tak bikin <i>press release</i> . Tapi kalau misalkan kegiatan-kegiatan internal kayak misalkan

	cuma audit mutu, audit kunjungan, atau apalah gitu, itu nggak perlu buat <i>press release</i> .
P	: Oooo berarti hanya untuk kegiatan besar saja ya?
CO	: Hoooh... terus abis itu eee.. ada lagi kalau misalkan eee bikin <i>company profile</i> itu kerjaanku juga atau kalau misalkan ada kunjungan itu ada presentasi, itu juga aku. Jadi kerjaanku itu kayak lebih ke <i>general</i> . Aku lebih ke <i>corporate</i> begitu lho istilahnya. Terus kalau misalkan ada yang berhubungan dengan eksternal, tapi eksternalnya itu diliat kayak misalkan dia mau mengambil gambar, mau minta data, itu ke aku. Terus apa lagi ya... ya pokoknya ya bagaimana caranya aku bikin citra positif buat perusahaan. Kayak misalkan aku ngasih informasi ke penumpang atau pengguna jasa bandara itu dengan menggunakan media, yaudah yang mengelola media sosial itu aku.
P	: Selain media sosial, <i>tools</i> lain yang mungkin digunakan lagi apa mbak?
CO	: Ya media sosial, ya media cetak, televisi, segala macam itu juga tergantung kebutuhannya kan. Kayak misalkan eee.... Bandara Jenderal Ahmad Yani kan Juni 2018 kan baru pindah, nah itu tugasku supaya orang-orang pada tahu kalau misalkan bandara akan segera pindah. Jadi kayak <i>tools</i> yang dipilih harus tepat. Dulu pernah ini orang-orang yang melewati jalur yang dekat sama bandara kita gunain <i>sms blast</i> , kayak “Selamat datang di Bandara Jenderal Ahmad Yani blaa...bla..blaa...” begitu. Ya pokoknya hmmm... apa ya? Bikin citra positif lah itu pekerjaanku bagaimana caranya.
P	: Terus tadi kan mbak bilang untuk melihat citra positif perusahaan, nah salah satu langkahnya untuk melihat citra positifnya terus kayak dari beritanya begitu ada nggak mbak?
CO	: Kalau dari berita iya kayak misalkan eee.. apa namanya? cakupan beritanya seperti apa, kalau misalkan positif itu kan berarti berhasil, terus kalau misalkan di media yang lainnya kayak misalkan <i>feedback</i> dari pengguna jasa atau penumpang itu seperti apa. Kalau misalkan nggak ada <i>feedback</i> nya ya itu menurutku belum positif gitu. Kalau ada <i>feedback</i> nya baru itu berhasil.

P	:	Terus kalau untuk pemberitaan-pemberitaan tadi pasti kan ada itu tentang perusahaan, tentang Angkasa Pura. Dari berita yang ada itu diolah lagi kah atau sebagai evaluasi atau digunakan seperti apa?
CO	:	Ya berita itu tentunya diolah lagi kayak eee... kita kan juga setiap harinya itu ada kliping dan klipingnya itu kan nggak Cuma cabang saja. Dari kantor pusat juga mantau, jadi dia pakai <i>media monitoring</i> , pakai <i>agent media monitoring</i> buat ngeliat 13 bandara itu. Nah terus nanti dievaluasi, karena kan pasti ada rapat kerja humas ini tiap tahun. Pasti dievaluasi dari tiap bandara itu pemberitaan negatifnya itu berapa, positif berapa itu kita kumpulin, nanti dievaluasi. Dari tiap bandara tu ee.. yang paling aktif mana sih? Nah yang paling aktif yang mana terus media-media yang terus memberitakan itu media mana aja... dan memberitakan bandara mana aja. Begitu... pasti dievaluasi, kalau misalkan kurang jadi kita harus lebih aktif lagi.
P	:	Okee... selanjutnya kalau humas kan tentu menjalin sebuah hubungan baik internal maupun eksternal. Mungkin bisa mbak Hidy jelasin kalau dari hubungan internal yang dilakukan seperti apa? Terus kalau eksternalnya kegiatannya apa dan sama siapa saja gitu?
CO	:	Kalau misalkan internal itu hmmm... kita sekarang kan ada juga komunitas millennial ya di bandara.
P	:	Mulai kapan itu dibentuk mbak?
CO	:	Eeee.... April kalau nggak salah. Cuma kan sebelum-sebelumnya itu ada tim kreatif juga. Nah ini tim millennial ini lebih luas lagi. Jadi untuk menjaga hubungan internal ya kita kayak eee apa namanya? Dari komunitas millennial itu kan nggak cuma bikin <i>thematic event</i> , tetapi juga membuat kegiatan sosial, kegiatan olahraga, terus kegiatan keagamaan, jadi semuanya. Dan yang dilibatkan itu nggak cuma eksternal saja, tapi internal juga. Terus, kayak misalkan eee.. para pegawai juga ini. Kalau misalkan tiap hari jumat itu kan kita suka ada senam, tapi nggak cuma senam aja, eee buat merekatkan hubungan itu kita ngadain <i>team building</i> begitu. Terus beberapa

	<p>kali kita juga sering ngadain kumpul-kumpul lah masing-masing karyawan. Terus kan kita ada grup w.a, gitu-gitu sih.. standar..</p>
P	<p>: Kalau tadi kan tim millennial kan juga bikin <i>thematic event</i> rencana-rencana <i>event</i> itu ya, terus bedanya dengan yang tim kreatif apa ya mbak?</p>
CO	<p>: Jadi gini, itu kan tim millennial itu baru dibentuk. Karena kan harus ada di seluruh BUMN karena instruksi menteri. Jadi sebelumnya itu kita emang udah membentuk tim kreatif, tapi tim kreatif itu kan cakupannya cukup sempit, nggak seluas tim millennial. Nah nanti kita liat ke depannya gimana, kita evaluasi. Kalau misalkan tim millennial ini sudah berjalan dengan baik, jadi tim kreatif itu eee... akan masuk di dalam tim millennial itu.</p>
P	<p>: Ooo... jadi digabung gitu?</p>
CO	<p>: Hoooh... jadi nggak kepisah-pisah</p>
P	<p>: Terus untuk hubungan eksternalnya mungkin mbak, kayak bagaimana, terus aktivitas yang dilakuin apa aja, sama siapa saja sih? gitu mungkin...</p>
CO	<p>: Kalau tim eksternal itu kan kita nggak cuma eee.. tim eksternal itu banyak ya... kayak <i>stakeholder</i> yang ada di bandara itu kita sebut namanya komunitas bandara. nah itu kita sering setiap 1 bulan seklai kita ngadain <i>coffee morning</i> untuk kayak bertukar informasi, terus bertukar <i>issue-issue</i> yang sedang muncul itu apa saja. Terus kita juga <i>sharing</i> lah, <i>sharing knowledge</i> juga sama <i>stakeholder</i> yang ada di bandara.</p> <p>Nggak cuma mereka aja, nggak cuma <i>stakeholder</i> aja, sama teman-teman media kita juga ngadain <i>Media gathering</i>. Itu biasanya dalam waktu 1 tahun itu kita ngadain 4 kali. Atau kalau misalkan ada <i>media gathering</i>, misal kita ketemu ada media yang mau liputan nih di bandara, ada acara apa gitu. Pasti setelah mereka selesai liputan kita ajak makan, terus kita ngobrol-ngobrol gituuu..</p>
P	<p>: Berarti itu salah satu langkah humas untuk menjalin <i>media relations</i> ya?</p>
CO	<p>: He'eh... betul...</p>
P	<p>: Kalau yang <i>coffee morning</i> itu tadi dilaksanainnya itu di mana mbak?</p>
CO	<p>: Itu tergantung, kalau <i>coffee morning</i> itu tergantung PIC nya siapa. Misal <i>coffee morning</i> itu ada banyak ya, eee... maksudnya anggotanya itu ada banyak. Nggak cuma pengelola bandara aja, tapi kayak misalkan bea cukai,</p>

imigrasi, terus *tenant*, *airlines*, itu kan termasuk komunitas bandara. Misal bulan ini eee... yang bertugas mengadakan *coffee morning* itu pengelola bandara.

yaudah.. kita tempatnya di bandara atau di ruang rapat atau di mana gitu. Kita kan sekarang gedung kantornya baru nih, terus bulan depan kita musyawarah ini kira-kira PIC nya nanti siapa ini. Bea cukai... yaudah bea cukai. Nah bea cukai ntar terserah mau ngadain *coffee morning* dimana, ntah di hotel atau di kantornya mereka. Terus, tema yang diangkat tentang bea cukai itu sendiri. Begitu... jadi harus ada temanya juga, setiap *coffee morning* itu.

P : Ooo.. ada temanya, berarti tergantung tuan rumahnya itu siapa ya?

CO : Ya he'eh, tergantung tuan rumahnya siapa

P : Terus jamuan makan, seluruh biaya itu tuan rumahnya ya yang menanggung?

CO : Iya betull..

P : Berarti komunitas bandara itu tadi kayak *tenant*, TNI itu ya...

CO : *Tenant*, *airlines*, terus CIQ (*Custom Immigration Quarantine*), *ground handling*, terus AP I, sudah itu saja sih komunitas bandaranya.

P : Ooo.. itu untuk komunitas bandara, kalau pihak-pihak eksternal lain di luar komunitas bandara ada lagi mungkin?

CO : Apa ya? Hhmmm... kalau yang rutin sih itu. Kalau untuk kegiatan yang nggak rutin misal ada buka puasa bersama begitu atau kegiatan peresmian itu ya kita mengundang pemerintah daerah biasanya entah walikota atau gubernur kita undang. Ya pokoknya pihak terkait lah.

Misal kita ada acara tentang pariwisata, kayak tiap tahun itu kita ada namanya *Collaborative Destination Development*, namanya CDB. Nah itu kita ngundang nggak Cuma komunitas bandara aja, tapi kita ngundang ee... yang berhubungan dengan pariwisata. Misalkan ASITA (*Association of The Indonesian Tours & Travel Agencies*), terus kita ngundang dinas pariwisata. Ya pokoknya yang berhubungan dengan pariwisata. Jadi kalau yang rutin kita memang ngundang komunitas bandara. tapi acara yang tidak rutin,

	hanya setahun sekali diadakan pasti kita mengundang <i>stakeholder</i> yang berkaitan dengan acara itu.
P	: Kalau untuk dengan wartawan apakah rutin juga mbak?
CO	: Ya itu yang aku bilang, setahun 4 kali yang <i>media gathering</i> . Itu baru <i>media gathering</i> aja, belum yang liputan-liputan. Kalau liputan ya hanya beberapa media saja yang ngeliput terus ya kita ajak makan, ngobrol bareng. Terus kalau misalkan ada suatu kejadian kita mengadakan <i>press conference</i> . Nah itu kan kita jga kumpul-kumpul juga begitu. Tergantung momen sebenarnya.
P	: Ooo.... brarti disesuaikan tergantung momennya. Terus kalau fungsi humas ini sendiri, mbak sebagai humas cabang apakah hanya untuk citra perusahaan saja seperti yang tadi sudah mbak bilang atau mungkin ada tujuan-tujuan lain atau fungsi-fungsi lainnya?
CO	: Sebenarnya humas itu kan garda terdepan perusahaan jadi kalau misalkan ada apa-apa tentang perusahaan itu pasti yang maju duluan humas. Bukan unit lain. Jadi ya fungsi humas itu eee.. <i>general</i> gitu loh. Dia terdepan, jadi dia harus tahu segala sesuatu tentang perusahaan. Nggak secara mendetail ya, tapi <i>general</i> tentang perusahaan itu dia harus tahu. Seenggaknya...
P	: Iya,,, nah selanjutnya ini mbak, berbicara tentang <i>event</i> di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Mbak Hid kan pernah bilang kalau ada <i>thematic event</i> tahunan yang selalu dilakukan itu, nah dari keseluruhan <i>thematic event</i> itu mana sih <i>event</i> yang paling penting?
CO	: Salah satu <i>event</i> yang paling penting dari keseluruhan <i>Thematic Event</i> yakni peringatan Hari Pelanggan Nasional karena bagi kami pelanggan itu sebagai pengguna jasa yang menggunakan jasa di bandara dan kita memperingati Hari Pelanggan Nasional supaya para pelanggan merasa dihargai. Bahasa mudahnya kita tidak hanya menerima pemberian mereka (uang), tetapi kita juga harus memberikan ucapan terima kasih kepada mereka karena telah menggunakan jasa yang kita berikan. Sedangkan di sisi lain kita juga ingin meningkatkan pengalaman yang didapatkan oleh para pelanggan (<i>customer experience</i>) atas jasa yang kita berikan. Karena belum tentu mereka mendapatkan pengalaman yang sama di tempat lain.

P	:	Terus di dalam <i>event</i> Harpelnas itu apakah mbak Hid sebagai humas melakukan manajemen humas?
CO	:	Wah jelas iya kalo itu xel...
P	:	Kalau untuk definisi manajemen humas sendiri menurut mbak bagaimana?
CO	:	Manajemen humas ya nggak Cuma memanajemen pekerjaannya saja, nggak cuma apa namanya... nggak Cuma <i>manage</i> isi dari pekerjaannya saja. Tapi juga harus memanajemen waktunya, karena kan kalau jadi humas itu bukan pekerjaan yang bisa ditunda-tunda bukan pekerjaan yang rutinitas kayak pekerjaan sehari-hari. Tapi kalau humas itu harus cepet, karena kalau misalkan kita nggak bisa bagi-bagi waktu mana yang prioritas mana yang enggak ya sudah ketinggalan juga informasinya atau beritanya. Karena yang humas pegang kan pemberitaan informasi
P	:	Kalau untuk kaitannya dengan manajemen komunikasi, humas bandara ngelakuin begitu nggak mbak?
CO	:	Ngelakuinlah pasti, misal ada agenda apa ini hari ini, entah ada kunjungan, terus ada pembuatan presentasi, terus wartawan juga, misal dari ketiga kegiatan itu kita liat dulu prioritasnya yang paling utama yang mana, yang membutuhkan waktu yang cepat itu yang mana. Misalkan kunjungan direksi, nah itu diselingi dengan kedatangan wartawan. Ya siapa tahu direksinya itu mau diwawancara sama wartawan, jadi itu kan bisa berbarengan. Tapi kita pinter-pinternya menyisipkan waktu saja begitu lho.. nah jadi kita prioritasnya itu dulu, nanti kalau sudah baru kita ngerjain yang lain.
P	:	Itu kan dari sisi wartawannya, kalau untuk pemilihan media komunikasinya itu seperti apa mbak?
CO	:	Ya tergantung dari acaranya itu, kalau misalkan yang sifatnya lebih informatif ya palingan kan <i>twitter</i> yang biasanya digunain biar perluasan beritanya lebih cepat. Tapi kalau misalkan yang unik unik, yang menarik, pokoknya yang main ilustrasi dan enak dipandang mata itu pakai <i>instagram</i> sama <i>youtube</i> itu.
P	:	Nah kalau manajemen humas itu kan pasti ada riset humas, apakah humas bandara juga melakukan riset humas terlebih dahulu?

CO	:	Hhmmm... kalau riset humasnya itu enggak sih, cuma kita lebih ke evaluasi, ya itu kayak evaluasi pemberitaan. Dari medsos segala macem. Kalau riset sih enggak. Mungkin risetnya itu dari eksekusinya. Langsung eksekusi. Biasanya kan tahapannya memang riset, perencanaan, eksekusi, sama evaluasi. Kalau kita tu ee... nggak ada riset tapi ngeliatnya langsung ke evaluasi atas eksekusi sebelumnya itu gimana, baru ke perencanaan, terus ke eksekusi, nanti dari eksekusi itu baru kita evaluasi. Begitu...
P	:	Oke cukup sekian dulu saja mbak.. nanti kalau ada hal yang tak butuhin tak kontak mbak Hid lagi ya..
CO	:	Sipp.. oke Xel
P	:	Makasih ya Mbak Hid
CO	:	Iya sama sama....

Berbagai Pemberitaan *Event* Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018

Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang di Media Massa

1. Asatu.id

PT Angkasa Pura Bagi 100 Souvenir kepada Penumpang di Hari Pelanggan Nasional

OLEH [RISKA FARASONALIA](#) · 4 SEPTEMBER 2018



SEMARANG (Asatu.id) – PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang turut serta dalam memperingati Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018, Selasa (4/9).

Hal ini dilakukan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para pengguna jasa bandara. Serta dibuktikan dengan seluruh pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan

“Kami Siap Melayani” yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara, PT Angkasa Pura I (Persero) selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

Wujud aksi nyata dari kegiatan ini adalah para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan, diantaranya adalah traffic management di area drop zone, sebagai porter trolley, membantu penumpang di area ramp dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, Yuni Kustari mengatakan kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan service excellence, juga meningkatkan travel experience bagi para penumpang.

“Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen AP I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara. Rangkaian kegiatan lainnya adalah membagikan souvenir kepada 100 orang penumpang di area ruang tunggu. Souvenir dibagikan secara langsung oleh para pejabat AP I, customer service dan duta bandara,” jelasnya.

Di sela kegiatan tersebut juga telah dilaksanakan penyambutan atlet Asian Games 2018 perwakilan Jawa Tengah yang datang melalui Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang pada tanggal 3-4 September 2018.

Penyambutan dilaksanakan bersama dengan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah beserta rombongan. Berikut daftar atlet yang telah disambut:

1. 6 orang atlet handball
2. Dyah Lestari (atlet bola basket)
3. Puja Riyaya (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu
4. Yusuf Widiyanto (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu
5. Hening Paradigma (atlet paralayang) mendapatkan medali emas
6. Aries Susanti Rahayu (atlet panjat tebing) mendapatkan medali emas
7. Mutiara Habiba (atlet taekwondo)
8. Shaleha Fitriana Yusuf (atlet taekwondo) mendapatkan medali emas. **(is)**

Sumber: <http://asatu.id/2018/09/04/angkasa-pura-bagi-100-souvenir-kepada-penumpang-di-hari-pelanggan-nasional/>

2. Antara Jateng

Hari Pelanggan Nasional, pejabat AP I Semarang turun langsung layani penumpang

(<https://jateng.antaranews.com/berita/200062/hari-pelanggan-nasional-pejabat-ap-i-semarang-turun-langsung-layani-penumpang>) © Selasa, 4 September 2018 20:07 WIB



Pejabat dan petugas operasional Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang terjun langsung memberikan pelayanan dalam rangka Hari Pelanggan Nasional. (Foto: Dokumentasi PT Angkasa Pura I (Persero))

Semarang (Antaranews Jateng) - Sejumlah pejabat PT Angkasa Pura I (Persero) bersama petugas operasional terjun langsung melayani para pengguna jasa Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang dalam rangka Hari Pelanggan Nasional yang diperingati tiap 4 September.

"Kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan 'service excellence', juga meningkatkan 'travel experience' bagi para penumpang," kata Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Ahmad Yani, Yuni Kustari, di Semarang, Selasa.

Ada empat jenis layanan yang diberikan pejabat PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang, diantaranya adalah "traffic management" di area "drop zone", sebagai pendorong kereta trolley, membantu penumpang di "ramp area", serta membantu membawakan barang

bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

Saat memberikan pelayanan pada peringatan Hari Pelanggan Nasional, para pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan pin bertuliskan "Kami Siap Melayani" yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara, PT Angkasa Pura I (Persero) selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

"Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen PT Angkasa Pura I (Persero) dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara," ujarnya.

Pada rangkaian kegiatan peringatan Hari Pelanggan Nasional juga dibagikan cenderamata kepada seratusan orang penumpang di area ruang tunggu.

Cenderamata dibagikan secara langsung oleh para pejabat PT Angkasa Pura I (Persero), "customer service" dan duta bandara.

Pewarta : Wisnu Adhi Nugroho

Editor: Immanuel Citra Senjaya

COPYRIGHT © ANTARA 2019

Sumber: <https://jateng.antaranews.com/berita/200062/hari-pelanggan-nasional-pejabat-ap-i-semarang-turun-langsung-layani-penumpang>

3. Semarangpos.com

Home » Semarang

Pejabat Angkasa Pura Semarang Layani Langsung di Hari Pelanggan Nasional



Pejabat dan petugas operasional Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang terjun langsung memberikan pelayanan dalam rangka Hari Pelanggan Nasional. (Antara/PT Angkasa Pura I)

📅 04 September 2018 23:50 WIB 📍 Semarang 📰 Newswire

Share : [🐦](#) [f](#) [G+](#) [📺](#)

Semarangpos.com, SEMARANG — Sejumlah pejabat PT Angkasa Pura I (Persero) bersama petugas operasional terjun langsung melayani para pengguna jasa Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang dalam rangka Hari Pelanggan Nasional, Selasa (4/9/2018).

"Kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan *service excellence*, juga meningkatkan *travel experience* bagi para penumpang," kata Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Ahmad Yani, Yuni Kustari, di Semarang, Jawa Tengah pada Hari Pelanggan Nasional yang diperingati setiap 4 September.

Rekomendasi Redaksi :

- **Jateng Fair 2018 Telan Biaya Rp8 Miliar, Target Pendapatannya Rp200 Miliar**
- **Duh, 11 Nyawa Melayang Setiap Harinya Akibat Laka di Jateng**
- **Jajakan Air Bersih di Kota Lama Semarang, Kakek asal Sukoharjo Raup Jutaan Rupiah**

Ada empat jenis layanan yang diberikan pejabat PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang, di antaranya adalah *traffic management* di area *drop zone*, sebagai pendorong kereta troli, membantu penumpang di *ramp area*, serta membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

Saat memberikan pelayanan pada peringatan Hari Pelanggan Nasional, para pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan pin bertuliskan "Kami Siap Melayani" yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara, PT Angkasa Pura I (Persero) selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

"Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen PT Angkasa Pura I (Persero) dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara," ujarnya.

Pada rangkaian kegiatan peringatan Hari Pelanggan Nasional juga dibagikan cenderamata kepada seratusan orang penumpang di area ruang tunggu. Cenderamata dibagikan secara langsung oleh para pejabat PT Angkasa Pura I (Persero), *customer service* dan duta bandara.

KLIK dan LIKE di sini untuk lebih banyak berita Semarang Raya

Sumber : Antara

Sumber: <https://semarang.solopos.com/read/20180904/515/937933/pejabat-angkasa-pura-semarang-layani-langsung-di-hari-pelanggan-nasional>

4. Oke News

HOME ([HTTPS://WWW.OKEZONE.COM/](https://www.okezone.com/)) // NEWS ([HTTPS://NEWS.OKEZONE.COM/](https://news.okezone.com/)) // JATENG ([HTTPS://NEWS.OKEZONE.COM/JATENG](https://news.okezone.com/jateng))

Sehari Bagai Raja di Bandara Jenderal Ahmad Yani

Taufik Budi, Jurnalis · Rabu 05 September 2018 01:14 WIB



(Foto: Taufik Budi/iNews)

SEMARANG Penumpang pesawat terbang di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mendapat perlakuan istimewa bak raja. Mereka tak perlu menenteng sendiri barang-barangnya karena dibawakan petugas saat turun dari pesawat sampai area pengambilan bagasi.

Perlakuan istimewa itu sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para pengguna jasa bandara, PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang turut serta dalam memperingati Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018.



(Foto: Taufik Budi/iNews)

“Kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan service excellence, juga meningkatkan travel experience bagi para penumpang ” ujar Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, Yuni Kustari, Selasa (4/9/2018).

Wujud aksi nyata dari kegiatan ini adalah para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan. Di antaranya traffic management di area drop zone, sebagai porter trolley, membantu penumpang di area ramp dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

“Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen AP I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara. Rangkaian kegiatan lainnya adalah membagikan suvenir kepada 100 orang penumpang di area ruang tunggu,” tambahnya. Suvenir dibagikan secara langsung oleh para pejabat AP I, customer service dan duta bandara.

Seluruh pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan “Kami Siap Melayani” yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara AP I selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

(aky)

Sumber: <https://news.okezone.com/read/2018/09/04/512/1946094/sehari-bagai-raja-di-bandara-jenderal-ahmad-yani>

5. Radio Idola

Petugas Bandara Ahmad Yani Bagi 100 Souvenir Bagi Penumpang di Hari Pelanggan Nasional

Penulis **Budi Aris** - 05/09/2018



Semarang, Idola 92.6 FM – Guna memperingati Hari Pelanggan Nasional (HPN) 2018 dan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para pengguna jasa bandara, PT Angkasa Pura I Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, membagikan 100 souvenir kepada calon penumpang atau penumpang yang baru saja turun dari pesawat.

Sambil mengenakan pin berulis “Kami Siap Melayani”, seluruh pejabat dan petugas operasional bandara siap memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang Yuni Kustari mengatakan kegiatan tersebut dilakukan, sebagai wujud aksi nyata dari para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan. Yakni traffic management di areal drop zone, sebagai porter trolley, membantu penumpang di areal ramp dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan areal pengambilan bagasi.

“Kegiatan ini dilaksanakan, untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan service excellence. Ini juga untuk meningkatkan travel experience bagi para penumpang,” kata Yuni dikutip dari rilis.

Lebih lanjut Yuni menjelaskan, diselenggarakannya kegiatan ini juga merupakan komitmen AP I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

“Rangkaian kegiatan lainnya adalah membagikan souvenir kepada 100 orang penumpang di areal ruang tunggu. Souvenir ini dibagikan secara langsung para pejabat AP I, customer service dan duta bandara,” ujarnya.

Yuni menjelaskan, dalam memberi pelayanan di Hari Pelanggan, pihaknya sebelumnya juga melakukan penyambutan para atlet Asian Games 2018 perwakilan Jawa Tengah yang datang melalui Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Bersama Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jateng beserta rombongan, pihaknya menyambut para pahlawan Asian Games 2018. Di antaranya adalah Aries Susanti Rahayu sebagai atlet panjat tebing yang mendapatkan medali emas, Hening Paradigma (atlet paralayang) mendapatkan medali emas, Shaleha Fitriana Yusuf (atlet taekwondo) yang juga mendapatkan medali emas. (Bud)

Sumber: <https://www.radioidola.com/2018/petugas-bandara-ahmad-yani-bagi-100-souvenir-bagi-penumpang-di-hari-pelanggan-nasional/>

6. Suara Merdeka

Hapelnas

Petugas Bandara Ahmad Yani Bagikan 100 Souvenir kepada Penumpang

📅 Wed, 05 Sep 2018 - 11:35 WIB 👁 382



Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang membantu mendorong trolley milik penumpang dalam rangka pelayanan memperingati Hari Pelanggan Nasional. (Foto suaramerdeka.com /dokumentasi)

SEMARANG, suaramerdeka.com - Memperingati Hari Pelanggan Nasional, Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang memberikan 100 souvenir kepada penumpang pesawat, kemarin.

Pejabat Angkasa Pura 1 dan petugas operasional Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang membagikan langsung souvenir kepada 100 orang penumpang di area ruang tunggu.

Selain membagikan souvenir, para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan, diantaranya adalah traffic management di area drop zone, sebagai porter trolley, membantu penumpang di area ramp dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, Yuni Kustari mengatakan tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen Angkasa Pura I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

"bahwa kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan *service excellence*, juga meningkatkan travel experience bagi para penumpang," katanya.

Seluruh pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan "Kami Siap Melayani" yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara, PT. Angkasa Pura I (Persero) selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

(Cun Cahya/CN19/SM Network)

Tags

[#Bandara Ahmad Yani](#)

[#hapelnas](#)

Sumber: <https://www.suaramerdeka.com/index.php/news/baca/121871/petugas-bandara-ahmad-yani-bagikan-100-souvenir-kepada-penumpang>

7. Tribun Jateng

Airport Corner

Julianto Merasa Puas Pelayanan di Terminal Bandara

Rabu, 5 September 2018 23:37



TRIBUNJATENG.COM, SEMARANG -- Berbagai kepedulian [pelayanan](#) yang diberikan [PT Angkasa Pura I](#) dalam memperingati hari pelanggan nasional di Terminal Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Wujud kepedulian diberikan berupa petugas operasional Bandara menggunakan pin yang bertuliskan "Kami Siap Melayani". Selain itu, wujud aksi nyata yang diberikan para pejabat adalah terjun langsung melayani penumpang.

Ada empat jenis layanan yakni traffic management di area drop zone sebagai porter trolley, membantu penumpang di area ramp, dan membantu membawakan barang bawaan penumpang.

Seorang penumpang pesawat, Gigih Budiarto menuturkan, [pelayanan](#) di Bandara baru dinilainya sangat baik. Namun yang sangat disayangkan akses dari pintu masuk menuju ruang tunggu terlalu jauh.

"Ya kalau saya lihat untuk masuk ke ruang tunggu masih jauh. Tapi kalau [pelayanannya](#) bagus," ujarnya, Selasa (4/9).

Menurutnya, [pelayanan](#) yang diberikan oleh Bandara sama dengan Bandara lainnya. Namun yang harus ditingkatkan adalah dari segi keamanan. "Biasanya kalau masuk ada pengecekan ini tidak ada. Jadi orang bisa masuk secara leluasa hingga dekat area check in," tuturnya.

Ia mengatakan, [pelayanan](#) PT AP I telah memenuhi standar. Oleh karena itu dirinya berharap PT Angkasa Pura I dapat menjaga kualitas [pelayanan](#) di Bandara Ahmad Yani.

Penumpang pesawat lainnya, Julianto (53) mengatakan, [pelayanan](#) di bandara Ahmad Yani telah lebih baik dibandingkan sebelumnya. Dirinya menilai terminal baru lebih luas dan nyaman dibandingkan terminal lama.

"Kalau [pelayanannya](#) setiap orang berbeda-beda ada yang merasa nyaman, ada yang belum nyaman," ujarnya.

Menurutnya, [pelayanan](#) prima yang diberikan di Bandara Internasional Ahmad Yani adalah gedung terminal nyaman, dan keamanan yang terjamin. Selain itu, dirinya juga tidak menemukan [pelayanan](#) yang kurang baik selama di terminal baru.

Sumber: <https://jateng.tribunnews.com/2018/09/05/julianto-merasa-puas-pelayanan-di-terminal-bandara>

8. Warta Nasional

Meriahkan Hari Pelanggan, 150 Pin Dikenakan seluruh Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

4 September 2018



Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani saat membagikan Souvenir Kepada Penumpang (Foto : WN)

SEMARANG, Warta Nasional – Seluruh pejabat dan petugas operasional PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan “Kami Siap Melayani”.

“Pengenaaan pin ini bertujuan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para pengguna jasa bandara serta dalam memperingati Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018,” kata Shared Services Department Head PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang Yuni kustari, kepada wartanasional.com di Semarang, Selasa (4/9/2018).

Yuni menyampaikan, mengenakan pin juga menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara yang selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.

"Selain itu juga untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan service excellence, juga meningkatkan travel experience bagi para penumpang " ujarnya.

Lanjut Yuni, wujud aksi nyata dari kegiatan ini adalah para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan, diantaranya adalah traffic management di area drop zone, sebagai porter trolley, membantu penumpang di area ramp dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.

Ditambahkan Yuni, mengatakan Rangkaian kegiatan lainnya adalah membagikan souvenir kepada 100 orang penumpang di area ruang tunggu.

"Souvenir dibagikan secara langsung oleh para pejabat AP I, customer service dan duta bandara," imbuhnya.

Sementara itu, di sela kegiatan tersebut juga telah dilaksanakan penyambutan atlet Asian Games 2018 perwakilan Jawa Tengah yang datang melalui Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang pada tanggal 3-4 September 2018.

Penyambutan dilaksanakan bersama dengan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah beserta rombongan.

Berikut daftar atlet yang telah disambut oleh pejabat Bandara A Yani Semarang, sebagai berikut :

1. 6 orang atlet handball
2. Dyah Lestari (atlet bola basket)
3. Puja Riyaya (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu
4. Yusuf Widiyanto (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu
5. Hening Paradigma (atlet paralayang) mendapatkan medali emas
6. Aries Susanti Rahayu (atlet panjat tebing) mendapatkan medali emas
7. Mutiara Habiba (atlet taekwondo)
8. Shaleha Fitriana Yusuf (atlet taekwondo) mendapatkan medali emas. (WN-004)

Editor : Hida/Hanifah

Sumber: <https://www.wartanasional.com/2018/09/04/meriahkan-hari-pelanggan-150-pin-dikenakan-seluruh-petugas-bandara-jenderal-ahmad-yani-semarang/>

CODING DATA PENELITIAN

Tempat Penelitian : Via telepon seluler

Tanggal : 26 Mei 2019

Keterangan :

- CO (*Communication Officer*)

No.	Kata Kunci	Bukti Pendukung
1	Tugas dan tanggung jawab humas bandara sesuai KPI (<i>Key Performance Indeks</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan pemberitaan yang keluar itu positif 2. Tentang kearsipan 	<p>“Ini kan sebenarnya aku ada KPI, KPI itu <i>Key Performace Index</i> jadi tu kayak sebenarnya capaian tiap-tiap unit ataupun tiap masing-masing <i>officer</i>. Nah kalau di humas itu sebenarnya ada dua yang pertama itu tentang, ee... aku kan sebagai <i>communication officer</i> yang di cabang, jadi yang pertama itu memastikan pemberitaan yang keluar itu positif. Itu yang pertama.” (CO – hal.1)</p> <p>“Yang kedua itu tentang kearsipan kalau tempatku, tapi itu kan kayak hanya tertulis.” (CO – hal.1)</p>
2	Praktiknya, <i>jobdesk</i> humas bandara terdiri atas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>press release</i> 2. Membuat <i>company profile</i> 3. Membuat presentasi jika ada kunjungan 4. Memberikan informasi ke pengguna jasa bandara 5. Mengelola media sosial 6. Kliping berita 7. <i>Media monitoring</i> 	<p>“Tapi kalau untuk implementasi di lapangan itu kerjaanku itu ya lebih luas dari itu. Kayak misalkan pemberitaan positif itu kan asalnya dari aku, kalau misalkan ada acara aku harus bisa bedain acara mana yang harus kubuat <i>press release</i> dan mana yang enggak.” (CO – hal.1)</p> <p>“Ada lagi kalau misalkan eee bikin <i>company profile</i> itu kerjaanku juga atau kalau misalkan ada kunjungan itu ada presentasi, itu juga aku. Jadi kerjaanku itu kayak lebih ke <i>general</i>. Aku lebih ke <i>corporate</i> begitu lho istilahnya” (CO – hal.2)</p> <p>“Terus apa lagi ya... ya pokoknya ya bagaimana caranya aku bikin citra positif buat perusahaan. Kayak misalkan aku ngasih informasi ke penumpang atau pengguna jasa bandara itu dengan menggunakan media, yaudah yang mengelola media sosial itu aku” (CO – hal.2)</p> <p>“Ya berita itu tentunya diolah lagi kayak eee... kita kan juga setiap harinya itu ada kliping dan klipingnya itu kan nggak Cuma cabang saja. Dari kantor pusat juga mantau, jadi dia pakai <i>media monitoring</i>, pakai <i>agent media monitoring</i> buat ngeliat 13 bandara itu. Nah terus nanti dievaluasi, karena kan pasti ada rapat kerja humas ini tiap tahun.” (CO – hal.3)</p>

3	<p>Humas berfungsi sebagai garda terdepan perusahaan, harus mengetahui perusahaan secara umum</p>	<p>“Sebenarnya humas itu kan garda terdepan perusahaan jadi kalau misalkan ada apa-apa tentang perusahaan itu pasti yang maju duluan humas. Bukan unit lain. Jadi ya fungsi humas itu eee.. <i>general</i> gitu loh. Dia terdepan, jadi dia harus tahu segala sesuatu tentang perusahaan. Nggak secara mendetail ya, tapi <i>general</i> tentang perusahaan itu dia harus tahu. Seenggaknya...” (CO – hal.6)</p>
4	<p>Hubungan internal yang dijalin dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - membentuk tim millennial - melakukan senam bersama - <i>team building</i> - kumpul karyawan - <i>group whatsapp</i> 	<p>“Eeee.... April kalau nggak salah. Cuma kan sebelum-sebelumnya itu ada tim kreatif juga. Nah ini tim millennial ini lebih luas lagi. Jadi untuk menjaga hubungan internal ya kita kayak eee apa namanya? Dari komunitas millennial itu kan nggak cuma bikin <i>thematic event</i>, tetapi juga membuat kegiatan sosial, kegiatan olahraga, terus kegiatan keagamaan, jadi semuanya. Dan yang dilibatkan itu nggak cuma eksternal saja, tapi internal juga.” (CO – hal.3)</p> <p>“Terus, kayak misalkan eee.. para pegawai juga ini. Kalau misalkan tiap hari jumat itu kan kita suka ada senam, tapi nggak cuma senam aja, eee buat merekatkan hubungan itu kita ngadain <i>team building</i> begitu. Terus beberapa kali kita juga sering ngadain kumpul-kumpul lah masing-masing karyawan. Terus kan kita ada grup w.a, gitu-gitu sih.. standar..” (CO – hal.3-4)</p>
5	<p>Hubungan eksternal yang dijalin humas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Coffee morning</i> bersama komunitas bandara - <i>Media gathering</i> - <i>Government relations</i> 	<p>“Kalau tim eksternal itu kan kita nggak cuma eee.. tim eksternal itu banyak ya... kayak <i>stakeholder</i> yang ada di bandara itu kita sebut namanya komunitas bandara. nah itu kita sering setiap 1 bulan sekali kita ngadain <i>coffee morning</i> untuk kayak bertukar informasi, terus bertukar <i>issue-issue</i> yang sedang muncul itu apa saja. Terus kita juga <i>sharing</i> lah, <i>sharing knowledge</i> juga sama <i>stakeholder</i> yang ada di bandara.” (CO – hal.4)</p> <p>“Nggak cuma mereka aja, nggak cuma <i>stakeholder</i> aja, sama teman-teman media kita juga ngadain <i>Media gathering</i>. Itu biasanya dalam waktu 1 tahun itu kita ngadain 4 kali. Atau kalau misalkan ada <i>media gathering</i>, misal kita ketemu ada media yang mau liputan nih di bandara, ada acara apa gitu. Pasti setelah mereka selesai liputan kita ajak makan, terus kita ngobrol-ngobrol gituuu..” (CO – hal.4)</p> <p>“Apa ya..??? Hhmmm... kalau yang rutin sih itu. Kalau untuk kegiatan yang nggak rutin misal ada buka puasa bersama begitu atau kegiatan peresmian itu ya kita mengundang pemerintah daerah biasanya entah walikota</p>

		atau gubernur kita undang. Ya pokoknya pihak terkait lah” (CO – hal.5)
6	<p>Komunitas bandara terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Airline - Tenant-tenant - CIQ (Custom Immigration Quarantine) - Ground handling, - PT AP I Semarang 	“Tenant, airlines, terus CIQ (Custom Immigration Quarantine), ground handling, terus AP I, sudah itu saja sih komunitas bandaranya.” (CO – hal.5)
7	<p>Event Hari Pelanggan Nasional merupakan event yang penting dari keseluruhan Thematic Event karena sebagai bentuk apresiasi kepada pengguna jasa bandara sebagai pelanggan yang telah menggunakan jasa yang diberikan oleh PT AP I.</p>	“Salah satu event yang paling penting dari keseluruhan Thematic Event yakni peringatan Hari Pelanggan Nasional karena bagi kami pelanggan itu sebagai pengguna jasa yang menggunakan jasa di bandara dan kita memperingati Hari Pelanggan Nasional supaya para pelanggan merasa dihargai. Bahasa mudahnya kita tidak hanya menerima pemberian mereka (uang), tetapi kita juga harus memberikan ucapan terima kasih kepada mereka karena telah menggunakan jasa yang kita berikan. Sedangkan di sisi lain kita juga ingin meningkatkan pengalaman yang didapatkan oleh para pelanggan (customer experience) atas jasa yang kita berikan. Karena belum tentu mereka mendapatkan pengalaman yang sama di tempat lain.” (CO – hal.6)
8	<p>Manajemen humas menurut humas bandara adalah “manajemen humas adalah manajemen isi pekerjaan serta diimbangi dengan manajemen waktu.”</p>	“Manajemen humas ya nggak Cuma manajemen pekerjaannya saja, nggak cuma apa namanya... nggak Cuma manage isi dari pekerjaannya saja. Tapi juga harus manajemen waktunya, karena kan kalau jadi humas itu bukan pekerjaan yang bisa ditunda-tunda bukan pekerjaan yang rutinitas kayak pekerjaan sehari-hari. Tapi kalau humas itu harus cepet, karena kalau misalkan kita nggak bisa bagi-bagi waktu mana yang prioritas mana yang enggak ya sudah ketinggalan juga informasinya atau beritanya. Karena yang humas pegang kan pemberitaan informasi” (CO – hal.7)
9	<p>Pemilihan media komunikasi tergantung pada jenis acaranya</p>	“Ya tergantung dari acaranya itu, kalau misalkan yang sifatnya lebih informatif ya palingan kan twitter yang biasanya digunain biar perluasan beritanya lebih cepat. Tapi kalau misalkan yang unik unik, yang menarik, pokoknya yang main ilustrasi dan enak dipandang mata itu pakai instagram sama youtube itu.” (CO – hal.7)

10	<ul style="list-style-type: none"> - Humas bandara tidak melakukan tahapan riset seperti dalam konsep Manajemen Humas menurut Cutlip. - Evaluasi humas adalah berdasarkan pemberitaan. - Model manajemen humas yang dilakukan oleh humas bandara adalah “Evaluasi-Perencanaan-Eksekusi-Evaluasi” 	<p>“Hhmmm... kalau riset humasnya itu enggak sih, cuma kita lebih ke evaluasi, ya itu kayak evaluasi pemberitaan. Dari medsos segala macam. Kalau riset sih enggak. Mungkin risetnya itu dari eksekusinya. Langsung eksekusi. Biasanya kan tahapannya memang riset, perencanaan, eksekusi, sama evaluasi. Kalau kita tu ee... nggak ada riset tapi ngeliatnya langsung ke evaluasi atas eksekusi sebelumnya itu gimana, baru ke perencanaan, terus ke eksekusi, nanti dari eksekusi itu baru kita evaluasi. Begitu....” (CO – hal.8)</p>
----	--	--

CODING DATA PENELITIAN

Tempat Penelitian : Kantor PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Semarang

Tanggal : 13 Mei 2019

Keterangan :

- **CLSH** (*Communication & Legal Section Head*)
- **CO** (*Communication Officer*)

Berdasarkan Hasil Wawancara		
No.	Kata Kunci	Bukti Pendukung
1	Penyusunan rancangan komunikasi atas penyelenggaraan sebuah <i>event</i> dibahas dan ditetapkan melalui Tim Kreatif dan Inovatif.	<p>“Pada dasarnya kalau humas itu dalam setiap <i>event</i> itu terutama di Bandara Jenderal Ahmad Yani ini humas itu tergabung dalam tim kreatif. Jadi untuk setiap <i>thematic event</i> itu yang menyusun eee... strategi terus ee... apa namanya? Kreativitas ee... ininya, apa namanya? Ee... program komunikasinya itu dibahas bersama di tim kreatif dan inovatif.” (CLSH - hal.1)</p> <p>“Sebenarnya itu, ee... apa namanya? Sama dengan apa yang disampaikan sebelumnya, mengenai penyusunan strategi komunikasi. Jadi setiap tahun itu kan kita juga punya ee.. apa namanya? Beberapa kegiatan, nggak cuma dari kegiatan <i>thematic event</i> saja, tetapi kegiatan-kegiatan lain itu kita susun rancangannya itu per tahun itu apa aja, dan <i>supporting</i> dari komunikasi itu apa aja.” (CO - hal.2)</p> <p>“Jadi intinya, Hari Pelanggan Nasional itu ya kita pasti sebelum hari pelanggan nasionalnya itu dilaksanakan pasti ada beberapa strategi komunikasi yang ee... kayaknya lebih tepatnya ini loh yang kita laksanakan, kayaknya lebih tepatnya dalam bentuk ini dalam bentuk itu sebelumnya juga pasti kita bicarakan. Terus di tim kreatif itu setuju atau enggak kegiatannya itu yang akan kita laksanakan itu seperti itu.” (CO - hal.3)</p>
2	Humas berperan sebagai dokumentasi dan publikasi dalam <i>event</i> yang diselenggarakan.	<p>“Hhhhhh... di humasnya ini yang paling penting di teknisnya kita itu ee... di publikasi sama dokumentasi.” (CLSH – hal.2)</p> <p>“Ya tadi, poinnya cuma dua itu humas. Publikasi sama dokumentasi, udah itu aja.” (CLSH – hal.8)</p>

3	<p>Media komunikasi yang digunakan yakni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wartawan (cetak, televisi, radio) - <i>press release</i> - <i>press conference</i> - <i>web corporate</i> - media sosial (<i>Instagram</i>, dan <i>Twitter</i>: @srg_ap1 dan <i>Youtube</i>: Angkasa Pura Airports) - foto, dan <i>video cinematic</i>. - <i>Announcement</i> menggunakan televisi 	<p>“Ada yang beberapa kegiatan itu kita harus membuat <i>press release</i> dulu, ada juga yang kita undang wartawan aja tapi kita mengadakan <i>press conference</i> segala, macam bentuknya beda-beda tergantung dari kegiatan yang dilaksanakan itu seperti apa.” (CO - hal.2)</p> <p>“Di publikasi itu kita biasanya itu menggunakan wartawan, wartawan bandara yang sudah kita wadahi di w.a grup, terus setelah itu menggunakan <i>web corporate</i>, setelah itu medsos. Medsos kita itu ada <i>instagram</i>, <i>youtube</i>, dan <i>twitter</i>.” (CLSH - hal.2)</p> <p>“Kalau dari segi dokumentasi, dokumentasi itu kita bagi dua: foto dan video. Foto itu yang diperhatikan itu <i>anglenya</i>, sisi-sisi humanis dari pihak-pihak terkait yang mau kita ambil gambarnya, terus momen-momen yang pas. Selain itu kita buat <i>video cinematic</i>, itu biasanya kita satukan untuk di <i>upload</i> di medsos. Itu sudah satu paket itu, foto dengan eee... apa namanya? <i>Video cinematicnya</i>.” (CLSH - hal.2)</p> <p>“Radio juga bisa” (CLSH – hal.5)</p> <p>“Ya radio kalau misalkan kita ee.... tergantung kegiatan sebenarnya sih kita menggunakan teknologi apa” (CO – hal.5)</p> <p>“Saluran itu ya kayak yang tadi kita ada pake wartawan, wartawan itu bisa TV bisa cetak, bisa radio. Terus kalau dari saluran korporasi itu ada <i>web</i> dari <i>corporate</i> ya kan, terus ada medsos, medsos itu ada <i>Instagram</i>, <i>Youtube</i>, sama <i>Twitter</i> kita ini.” (CLSH – hal.6)</p> <p>“Pas di hari H itu, biasanya kita kalau ada acara itu ee... kita juga <i>announce-announce</i> ke para penumpang supaya nggak kaget begitu loh misalnya ada suatu kegiatan, biasanya kita <i>announce</i> pakai toa yang ada di bandara.” (CLSH – hal.3)</p>
4	<p>Proses penyebaran informasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Pra-event</i> melalui <i>whatsapp</i> grup wartawan bandara. 	<p>“Nah kalau di saat apa ini? Hari pelanggan ya? Karena kan khusus ya hari pelanggan, kalau hari pelanggan itu waktu itu kita menggunakan eee... penyebaran informasi rencana kegiatan itu di W.A grup. W.A grupnya wartawan bandara, bahwa eee... apa... keesokan harinya akan diadakan eee.... kegiatan eee... apa namanya? Kegiatan Hari Pelanggan Nasional ini di Bandara Jenderal Ahmad</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Hari H <i>event</i> melalui <i>announcement</i> kepada para penumpang. - Pasca <i>event</i> melalui <i>press release</i> 	<p>Yani Semarang. Nah itu pra-<i>event</i>nya ya. (CLSH – hal.3-3)”</p> <p>“Pas di hari H itu, biasanya kita kalau ada acara itu ee... kita juga <i>announce-announce</i> ke para penumpang supaya nggak kaget begitu loh misalnya ada suatu kegiatan, biasanya kita <i>announce</i> pakai toa yang ada di bandara” (CLSH – hal.3)</p> <p>“Kalau <i>post-event</i>nya itu kita juga <i>ngecheck</i> kita juga membuatkan eee... apa namanya? <i>press release</i> kita sebar setelah acara itu kita sebar di W.A grup wartawan eee... <i>press release</i> terus kita juga kadang kita cek juga hasil-hasil beritanya mereka gitu.” (CLSH – hal.3)</p>
5	<p>Tujuan memberikan informasi sebuah <i>event</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan dan membentuk citra positif perusahaan (tujuan utama) - Meningkatkan <i>customer engagement</i> - Meningkatkan <i>customer experience</i> 	<p>“Jadi kalau untuk tujuan utama organisasi itu ee... untuk meningkatkan yaa citra ya pasti ya, citra perusahaan itu pasti ee... membentuk citra positif. Karena kan kita juga eee... apa namanya? Usaha kita itu dalam bidang pelayanan jasa.” (CLSH – hal.4)</p> <p>“Terus, kedua itu untuk meningkatkan <i>customer engagement</i> dari para pengguna jasa bandara. Jadi pengguna jasa bandara itu, kalau misalkan di bandara <i>mindset</i>nya itu hanya tempat untuk apa ya...? berpisah atau bertemu gitu.” (CLSH – hal.4)</p> <p>“Jadi di bandara dia juga bisa melihat aktivitas lain kayak ee... apa namanya? kalau misalkan dia lagi nunggu tapi misalkan ada aktivitas misalkan bagi-bagi souvenir kan biasanya pelanggan nasional. Ya mereka itu bisa ngeliat lah kalau misalkan di bandara itu ternyata petugas bandara itu menghargai dengan adanya pelanggan yang setiap harinya mondar-mandir di bandara. Jadi mereka lebih merasa dihargai, mereka mendapatkan pengalaman itu di bandara.” (CLSH – hal.4)</p> <p>“Mereka itu merasa mempunyai pengalaman yang berkesan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Tentunya kan kalau dia apa namanya? di Bandara Ahmad Yani di lewat situ terus ada kegiatan ini juga kan dia mempunyai kesan tersendiri dari bandara. Selain itu juga mereka merasa terlayani dengan baik oleh AP I Semarang.” (CLSH – hal.4)</p>

6	<p>Pengelolaan sumber daya dalam <i>event</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusia yakni tim kreatif - Teknologi yang digunakan seperti video dan foto yang didukung dengan kamera SLR, <i>action cam Go-Pro</i>, <i>handphone</i> 	<p>“Ya kalau misalkan orangnya itu kan ya dari tim kreatif itu sendiri kan buat penyusunan hari pelanggan nasional ini. Jadi orangnya ya sebenarnya ya yang mempunyai kreativitas. Sekarang kan jamannya gen millennial begitu kan ha..ha..ha... Ya itu mereka yang punya ide-ide kreatif dan inovatif yang kayak membuat satu hal itu beda dari biasanya. Kayak orangnya itu ya pasti kita kan diskusi dulu, kita kira-kira mau bikin kegiatan seperti apa ini, dikemasnya itu ke dalam bentuk kegiatan apa.” (CO – hal.5)</p> <p>“Jadi gini lho, saya tambahkan sedikit. Jadi di dalam tim kreatif itu kan kalau secara keseluruhan kan dibagi-bagi memang. Tapi yang khusus untuk komunikasi itu ada tim humas kita yang masuk di situ kan, emang tim <i>communication & legal section</i>. Nah di dalamnya itu staf-staf di situ nanti akan saling berbagi tugas ya. Ada yang mengambil gambar, foto, video, saling mengisi lah, dan ada yang membuat <i>press release</i> itu kan masing-masing. Itu saling mengisi.” (CLSH – hal.5)</p> <p>“Kalau untuk teknologi yang digunakan ya itu visual ya, ya kayak kita bikin video, foto, ya gitu-gitu sih yang untuk publikasi.” (CO – hal.5)</p> <p>“Terus teknologi ya seperti yang diketahui ya, kita kamera ada banyak ya. Kalau video kita ngambil biasanya dari SLR sama <i>handphone</i> juga sih. Sama apa, ada Goo..... <i>Go Pro</i> juga.” (CLSH – hal.5-6)</p>
7	<p>Pesan yang hendak disampaikan yakni untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pengguna jasa di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang</p>	<p>“Ini sepertinya sempat saya bahas sebelumnya ya, untuk memberikan pelayanan yang terbaik terus kepada pengguna jasa di Bandara Jenderal Ahmad Yani. Terus dia mempunyai kesan tersendiri akan Bandara Jenderal Ahmad Yani itu. Lebih ke sana sih dan ya itu masyarakat merasa di apa ya namanya? di.... diperhatikanlah oleh AP I Semarang” (CLSH – hal.6)</p>
8	<p>Tidak ada pertimbangan khusus dalam menentukan target sasaran <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018</p>	<p>“Ya seperti yang saya bilang tadi yaaa... pelanggan kita ya pengguna jasa bandara, jadi kita nggak membeda-bedakan tetapi yang utama itu penumpang dulu. Kalau misalkan penumpang sudah dibagikan kita juga pasti memberikan terima kasih kepada mitra kerja dan mitra usaha dan lain-lain kita juga memberikan apresiasi.” (CO – hal.10)</p>

9	Pegguna jasa bandara adalah semua orang yang sedang berada di bandara.	“semua orang yang terlibat dan ada di bandar udara itu sendiri, yang melakukan aktivitas di bandara itulah pengguna jasa bandara.” (CO – hal.10)
10	Pegguna jasa bandara terdiri dari <ul style="list-style-type: none"> - Penumpang - Pilot, pramugari, - Mitra kerja (maskapai, <i>ground handling</i>, bea cukai, KKP (Kantor Kesehatan Pelabuhan), - Mitra usaha (<i>tenant-tenant</i> yang membuka gerai di bandara). - Serta, orang-orang yang mengantar dan menjemput penumpang di bandara. 	“Ya pengguna jasa bandara, kalau itu. Pengguna jasa bandara itu kan nggak cuma penumpang, kalau penumpang itu kan memang yang paling utama itu penumpang terus kan ada pilot juga ada pramugari, kan itu mereka termasuk pengguna jasa bandara.” (CO – hal.9) <p>“Abis itu ada eee...mitra kerja dan mitra usaha kayak mitra kerja contohnya itu maskapai, <i>ground handling</i> itu kan mitra kerja kita. Terus kayak bea cukai, KKP, segala macam itu mitra kerja kita yang membantu segala bentuk proses di bandar udara. Itu mitra kerja kita termasuk pelanggan kita juga dan mitra usaha.” (CO – hal.9)</p> <p>“Mitra usaha itu contohnya <i>tenant-tenant</i> yang membuka gerai di bandara itu juga termasuk pelanggan kita. Karena kan orang-orang tahunya pelanggan itu kan cuma penumpang padahal enggak. Kalau misalkan kita sebagai pengelola bandar udara pelanggan kita ya para pengguna jasa bandara.” (CO – hal.9)</p> <p>“Nah itu juga termasuk pengguna jasa bandara juga, pengantar dan penjemput. Karena mereka itu kan sudah memasuki area bandara.” (CO – hal.9)</p>
11	<i>Feedback</i> target sasaran atas <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional adalah terlibat secara langsung ketika kegiatan dilaksanakan.	“Ini agak sama seperti pertanyaan yang sebelumnya itu ya. Ya mereka terlibat gitu saja.” (CO – hal.10). <p>“Ya itu juga bisa kayak mereka memberikan ee.. apa namanya? kan kita ngasih, mereka terima terus mereka mengucapkan terima kasih ataupun mereka bertanya ke kita ini acara apa segala macam, dalam rangka apa itu kan juga mereka memberikan <i>feedback</i>. Terus kalau misal mereka mengucapkan terima kasih itu juga memberikan <i>feedback</i> apalagi kalau mereka <i>posting</i> itu juga memberikan <i>feedback</i> ke kita.” (CO – hal.10)</p>
12	Kontrol dan evaluasi dengan melakukan <i>media monitoring</i>	“Jadi kita setiap ada <i>event</i> atau ada... setiap hari juga sih itu kan ada kita melakukan <i>media monitoring</i> . <i>Media monitoring</i> itu kan kita mengecek semua berita yang ada di media cetak maupun <i>online</i> yang menyangkut Bandara Jenderal Ahmad Yani, itu juga masuk di Google, Google apa? (CO menjawab “Google Alerts”). Google Alerts...” (CLSH – hal.6)

		<p>“Jadi setiap ada yang apa namanya menyangkut pemberitaan Bandara Jenderal Ahmad Yani itu masuk ke dalam <i>email</i> humas. Itu nanti kita bagi tu, kita bagi beritanya itu kira-kira positif atau moderat, atau cuma biasa gitu rata-rata, netral, atau ee... ini apa namanya? Negatif. Itu nanti kita kumpulkan setiap hari dan itu akan dijadikan apa klipng ya? Kliping dari per bulan laporan bulanan, begitu...di humas <i>communication</i>” (CLSH – hal.6)</p> <p>“Kalau ada berita-berita yang kita rasa kita merasa sebagai narasumber itu tidak cocok gitu ya itu fungsi kontrol dan evaluasi juga kita langsung menyampaikan eee.. konfirmasi kepada wartawannya, kenapa bisa begini? Misalnya ee..... beritanya kok tulisannya terlalu gimanaa... atau nggak sesuai dengan yang kita ini. Kita omongin atau bagaimana. Ya itu nanti ya kita bahas bersama lah.” (CLSH – hal.7)</p>
13	<p>Indikator keberhasilan <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018</p> <p><u>Dari perencanaan:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wartawan hadir 2. Terdapat pemberitaan <i>event</i> di media 3. Terdapat konten di media sosial mengenai pelaksanaan <i>event</i> 4. Pengambilan dokumentasi berupa foto dan video 	<p><u>Dari Perencanaan:</u> (CLSH – hal.11-12)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Nah kalau keberhasilan <i>event</i> kan kita lihat dari perencanaan itu sudah terlaksana semua dengan baik atau enggak. Dari yang sudah kita rencanain, misalnya kita eee.. kita ngundang wartawan, wartawan ada yang dateng nggak, wartawan dateng.” 2. “Terus kita buat rilis, ada beritanya nggak? Kan kita cek ternyata ada, berhasil kan berarti.” 3. “Terus ee... kalau dari segi medsos kita <i>upload</i> ada yang lihat nggak? Kan gitu, terus kita liat juga komen-komen dari masyarakat itu kayak gimana, itu kalau yang publikasi ya. Itu dari pra sampai pasca tu publikasi.” 4. “Terus foto-fotonya, videonya terambil semua nggak, menarik nggak. Kadang-kadang banyak juga foto-foto yang gagal kan terus video juga gagal akhirnya mentah terus nggak bisa dipake. Itu kan kita liat dari situ kalau misalnya terpake semua dan tersampaikan, tersalurkan ke masyarakat berarti selesai.”

	<p><u>Dari eventnya:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberian suvenir hingga habis 2. Tanggapan target sasaran 	<p><u>Dari eventnya:</u> (CLSH – hal.12)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Terus kalau dari <i>event</i> nya apa yang direncanakan ee... kita mau bagi-bagi apa tu, bagi-bagi ee.. apa suvenir. Suvenirnya benar tersalurkan nggak semuanya, habis nggak, tersampaikan nggak sama para penumpang/pengguna jasa. Ya kalau kesampean semua ya sudah selesai kan. Berhasil...” 2. “Terus kan tanggapannya kita liat, eee..<i>feedback</i> nya dari masyarakat seperti apa, kita kasih itu kan keliatan, kalau afirmasi-afirmasinya positif semua mereka bahagia, mereka senang terus mereka senyum kepada kita berarti apa yang kita rencanakan terus pesan yang akan kita sampaikan berarti kan tersalurkan ke mereka gitu. Itu sih...”
14	Harapan yang ingin dicapai yakni target sasaran antusias, dan <i>aware</i> atas pelaksanaan <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018.	“Yang diharapin kan mereka memiliki antusiasme yang tinggi terhadap acara tersebut jadi apa namanya? kita mengharapkan mereka <i>aware</i> dengan adanya acara hari pelanggan nasional itu dan mereka pun ikut terlibat juga kayak misalkan kita kan mau membagikan suvenir kepada mereka kalau misalkan mereka tidak terlibat ya buat apa ada acara itu.” (CO – hal.10)
15	Pelanggan itu sangat penting karena memiliki pengaruh kuat terhadap citra positif perusahaan.	“Ooo.. tentunya pelanggan itu sangat penting ya, kita nge <i>treat</i> mereka dengan baik, kita memberikan pelayanan dengan baik itu dampaknya juga memberikan citra positif dong tentunya bagi perusahaan. Misal mereka diberikan pelayanan yang terbaik, mereka mengapresiasi kita” (CO – hal.11)
16	<p>Pentingnya <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional diinformasikan kepada masyarakat luas adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bandara merupakan obvitnas (Objek Vital Nasional) 2. Untuk menaikkan citra perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Yaa ini apalagi khususnya di AP I ini kan ee.. BUMN kan, di bidang jasa lagi, jasa pelayanan masyarakat. Terus Bandara itu kan obvitnas kan, objek vital nasional. Sudah itu pintu gerbang lagi, pintu gerbangnya masyarakat. Jawa Tengah ini di Bandara Jenderal Ahmad Yani tentunya pasti masyarakat butuh mengetahui informasi-informasi yang <i>update</i> di situ kan di bandara.” (CLSH – hal.13) 2. “Terus selain itu juga dari segi korporasi kan ee... kita punya humas pasti untuk menaikkan citra perusahaan pasti kan bergerak kan. Nggak mungkin lah pasti citra perusahaan juga penting kan, begitu. Makanya

		semua hal yang positif itu pasti dipublikasikan oleh tim humas, tim <i>communication</i> . Begitu...” (CLSH – hal.13)
17	Tim kreatif sudah dibentuk sebelum pelaksanaan <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018	“Ya memang sudah dibentuk, tapi kan pas <i>event</i> hari pelanggan nasional itu bukan <i>event</i> yang besar banget, pakai tim kreatif juga kok, campur sih campur ada di tim kreatif.” (CLSH – hal.11)
18	Praktik <i>customer relations</i> yang dilakukan dalam <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018 1. Petugas operasional dan para pejabat di AP I Semarang menggunakan 150 buah pin bertuliskan “ Kami Siap Melayani ” 2. Aksi nyata yang dilakukan para pejabat yakni turun langsung ke lapangan. 3. <i>Customer service</i> dan duta bandara memberikan 100 buah souvenir kepada para penumpang di area <i>boarding lounge</i> .	1. “Terkait ini yang nomor 3 ini itu pada saat kegiatan itu, eee.. petugas operasional dan para pejabat di Angkasa Pura Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang itu menggunakan 150 buah pin dengan tulisan “ Kami Siap Melayani ” yaa.. dan ee... “ (CLSH – hal.8) 2. “Wujud aksi nyatanya itu para pejabat turun langsung ke lapangan itu sudah dibagi dari semua pejabat itu sudah dibagi eee.. apa namanya? tugas-tugasnya itu ada empat ya di empat bagian. Itu layanan yang diberikan itu seperti yang pertama itu <i>traffic mangement</i> di area <i>drop zone</i> , terus yang kedua sebagai porter <i>trolley</i> , ee... terus membantu penumpang di area <i>ramp</i> , <i>ramp area</i> dan kemudian membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi, gitu...” (CLSH – hal.8) 3. “Itu yang langsung berhubungan tu ke pelanggan. Selain itu juga ee.. apa namanya <i>customer service</i> , duta bandara, para pejabat itu juga memberikan 100 buah souvenir ke para penumpang di area ruang tunggu di <i>boarding lounge</i> . Nah gitu....” (CLSH – hal.9)
19	Sifat pesan yang disampaikan tidak hanya informatif saja, namun juga sebagai upaya untuk: - Meningkatkan <i>customer engagement</i> , - Meningkatkan <i>customer experience</i> , - Meningkatkan <i>customer satisfaction</i> .	“Selain informatif kan tadi untuk meningkatkan citra perusahaan, terus kan ada <i>customer engagement</i> . Kalau misal sudah ada keterikatan kan, <i>bonding</i> antara <i>corporate</i> dan para penggunanya kan artinya kan <i>customer satisfaction</i> nya kan itu meningkat juga.” (CLSH – hal.12) “ <i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI) nya di... ya pelayanan kita makin naik terus pelanggan semakin puas. Itu kan nanti ada indikatornya juga, itu ada indikatornya

		<p>dari ya kita juga eee... di Semarang kan indikator kepuasan pelanggan kan selalu kita sampaikan, kita nilai begitu. Semarang itu berapa CSI nya gitu.” (CLSH – hal.13)</p> <p>“Semakin kita membuat <i>customer engagement</i> yang baik ya pasti kan ya meningkat biasanya.”(CLSH – hal.13)</p>
20	Satu hal terpenting yang perlu diperhatikan dalam menyusun perencanaan komunikasi adalah memperhatikan isi konten komunikasi.	<p>“Hhmm.. paling saya nambahin ya, untuk membuat konten kan kita perlu memperhatikan isinya, karena itu kan mempresentasikan perusahaan kan eee.. citra baiknya perusahaan, seperti juga tidak menshare informasi yang apa? <i>Hoax</i> terus <i>hate speech</i> gitu-gitu. Itu tu harus diperhatikan terus makanya setiap berita harus dikonfirmasi ke ee.. masing-masing unit sebagai narasumbernya gitu, apakah udah bener atau belum beritanya.” (CLSH – hal.7)</p>

Berdasarkan PRESS RELEASE		
No.	Kata Kunci	Bukti Pendukung
21	<p>Berbagai kegiatan yang dilakukan pada <i>event</i> Harpelnas 2018 di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seluruh pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan “Kami Siap Melayani” - Para pejabat turun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan: <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Traffic management</i> di area <i>drop zone</i> 2) Sebagai <i>porter trolley</i> 	<p>Sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para pengguna jasa bandara, PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang turut serta dalam memperingati Hari Pelanggan Nasional Tahun 2018. Seluruh pejabat dan petugas operasional bandara mengenakan 150 buah pin yang bertuliskan “Kami Siap Melayani” yang menunjukkan bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelola bandar udara, PT. Angkasa Pura I (Persero) selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara.</p> <p>Wujud aksi nyata dari kegiatan ini adalah para pejabat terjun langsung ke lapangan untuk melayani penumpang dengan empat jenis layanan yang diberikan, di antaranya adalah <i>traffic management</i> di area <i>drop zone</i>, sebagai <i>porter trolley</i>, membantu penumpang di area <i>ramp</i> dan membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi.</p> <p>Di sela kegiatan tersebut juga telah dilaksanakan penyambutan atlet Asian Games 2018 perwakilan Jawa Tengah yang datang melalui Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang pada tanggal 3-4 September 2018. Penyambutan dilaksanakan bersama dengan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan</p>


	<p>3) Membantu penumpang di <i>area ramp</i></p> <p>4) Membantu membawakan barang bawaan penumpang yang turun dari pesawat sampai dengan area pengambilan bagasi</p> <p>- Penyambutan atlet Asian Games 2018 perwakilan Jawa Tengah</p>	<p>Pariwisata Provinsi Jawa Tengah beserta rombongan. Berikut daftar atlet yang telah disambut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 6 orang atlet <i>handball</i> 2. Dyah Lestari (atlet bola basket) 3. Puja Riyaya (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu 4. Yusuf Widiyanto (atlet wushu) mendapatkan medali perunggu 5. Hening Paradigma (atlet paralayang) mendapatkan medali emas 6. Aries Susanti Rahayu (atlet panjat tebing) mendapatkan medali emas 7. Mutiara Habiba (atlet taekwondo) 8. Shaleha Fitriana Yusuf (atlet taekwondo) mendapatkan medali emas.
22	<p>Tujuan dari diselenggarakan <i>event</i> Harpelnas 2018 adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mewujudkan <i>service excellence</i> - Meningkatkan <i>travel experience</i> - Komitmen AP I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara 	<p><i>Shared Services Department Head</i> PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, Yuni Kustari mengatakan bahwa “Kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan demi mewujudkan <i>service excellence</i>, juga meningkatkan <i>travel experience</i> bagi para penumpang” ujarnya.</p> <p>Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah sebagai komitmen AP I dalam meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa bandara. Rangkaian kegiatan lainnya adalah membagikan <i>souvenir</i> kepada 100 orang penumpang di area ruang tunggu. <i>Souvenir</i> dibagikan secara langsung oleh para pejabat AP I, <i>customer service</i> dan duta bandara.</p>

Berdasarkan Pemberitaan		
No.	Kata Kunci	Bukti Pendukung
23	<p>Dari keseluruhan pemberitaan di berbagai media berita <i>online</i> mengenai <i>event</i> Harpelnas tahun 2018 yang dilaksanakan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang, dapat disimpulkan bahwa:</p>	<p><u>Asatu.id</u></p> <p>“PT Angkasa Pura I Bagi 100 Souvenir kepada Penumpang di Hari Pelanggan Nasional”</p> <p>Sumber: http://asatu.id/2018/09/04/angkasa-pura-bagi-100-souvenir-kepada-penumpang-di-hari-pelanggan-nasional/</p>

<p>- pemberitaan yang muncul adalah pemberitaan yang positif,</p> <p>- pemberitaan sesuai dengan <i>press release</i> yang diberikan oleh humas PT AP I Cabang Semarang</p>	<p><u>Antara Jateng</u> “Hari Pelanggan Nasional, Pejabat AP I Semarang Turun langsung Layani Penumpang” Sumber: https://jateng.antaranews.com/berita/200062/hari-pelanggan-nasional-pejabat-ap-i-semarang-turun-langsung-layani-penumpang</p> <p><u>Semarangpos.com</u> “Pejabat Angkasa Pura Semarang Layani Langsung di Hari Pelanggan Nasional” Sumber: https://semarang.solopos.com/read/20180904/515/937933/pejabat-angkasa-pura-semarang-layani-langsung-di-hari-pelanggan-nasional</p> <p><u>Okenews</u> “Sehari Bagai Raja di Bandara Jenderal Ahmad Yani” Sumber: https://news.okezone.com/read/2018/09/04/512/1946094/sehari-bagai-raja-di-bandara-jenderal-ahmad-yani</p> <p><u>Radio Idola</u> “Petugas Bandara Ahmad Yani Bagi 100 Souvenir Bagi Penumpang di Hari Pelanggan Nasional” Sumber: https://www.radioidola.com/2018/petugas-bandara-ahmad-yani-bagi-100-souvenir-bagi-penumpang-di-hari-pelanggan-nasional/</p> <p><u>Suara Merdeka</u> “Petugas Bandara Ahmad Yani Bagikan 100 Souvenir Kepada Penumpang” Sumber: https://www.suaramerdeka.com/index.php/news/baca/121871/petugas-bandara-ahmad-yani-bagikan-100-souvenir-kepada-penumpang</p> <p><u>Tribun Jateng</u> “Julianto Meras Puas Pelayanan di Bandara” Sumber: https://jateng.tribunnews.com/2018/09/05/julianto-merasa-puas-pelayanan-di-terminal-bandara</p> <p><u>Warta Nasional</u> “Meriahkan Hari Pelanggan, 150 Pin Dikenakan seluruh Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang”</p>
---	---

	Sumber: https://www.wartanasional.com/2018/09/04/meriahkan-hari-pelanggan-150-pin-dikenakan-seluruh-petugas-bandara-jenderal-ahmad-yani-semarang/
--	--

Berdasarkan Surat Keputusan GM (SKEP.263/HM.02/2018/GM.SRG)

No.	Kata Kunci	Bukti Pendukung																
24	Tim kreatif dan inovatif dibentuk dalam rangka menciptakan kesuksesan dalam setiap penyelenggaraan acara di bandara, serta untuk membentuk citra positif perusahaan melalui setiap acara yang diadakan tersebut.	<p>SKEP.263/HM.02/2018/GM.SRG</p> <p>“Menimbang:</p> <p>a. bahwa dalam rangka peningkatan pelayanan di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dan pembentukan citra positif kepada pengguna jasa bandara, maka perlu perencanaan dan kesuksesan dalam penyelenggaraan setiap acara yang diadakan di bandara.</p> <p>b. bahwa sehubungan dengan hal sebagaimana dimaksud pada huruf a di atas, maka untuk menciptakan kesuksesan penyelenggaraan acara di bandara, dipandang perlu untuk membentuk Tim Kreatif dan Inovatif dengan suatu Surat Keputusan General Manager.”</p>																
22	Humas PT AP I Cabang Semarang dalam susunan keanggotaan tim kreatif dan inovatif berperan sebagai anggota konseptor, dan kepala humas berperan sebagai koordinator konseptor.	<p>Lampiran Surat Keputusan <i>General Manager</i> Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang Nomor: SKEP.263/HM.02/2018/GM.SRG Tanggal: 21 Oktober 2018</p> <p style="text-align: center;">SUSUNAN TIM KREATIF DAN INOVATIF PT ANGKASA PURA I (PERSERO) KANTOR CABANG BANDAR UDARA INTERNASIONAL JENDERAL AHMAD YANI SEMARANG</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Pengarah</td> <td>: General Manager</td> </tr> <tr> <td>2. Pelaksana</td> <td>:</td> </tr> <tr> <td> a. Ketua</td> <td>: Shared Services Department Head</td> </tr> <tr> <td> b. Ketua Bidang Kreatif</td> <td>: Sales Department Head</td> </tr> <tr> <td> c. Ketua Bidang Inovatif</td> <td>: Airport Operation and Services Department Head</td> </tr> <tr> <td> d. Koordinator Konseptor Anggota</td> <td>: Communication and Legal Section Head Hidya Putri Ramadhina Gracia Elora Dicky Alpiana Giovanni Putra Pratama</td> </tr> <tr> <td> e. Koordinator Acara Anggota</td> <td>: Customer Service and Hospitality Section Head Meisita Indri Amelia Mareta Rahayu Agung Hadi Victor Nasranova Rambu</td> </tr> <tr> <td> f. Koordinator Sekretariat Anggota</td> <td>: Property and Advertising Sales Section Head Natalia Nur Afifah Aditya Nugraha Putri Fajarotul Ferdian M. Mohmer</td> </tr> </table> <p style="text-align: right; margin-top: 20px;">  CECEP MARGA SONJAYA </p>	1. Pengarah	: General Manager	2. Pelaksana	:	a. Ketua	: Shared Services Department Head	b. Ketua Bidang Kreatif	: Sales Department Head	c. Ketua Bidang Inovatif	: Airport Operation and Services Department Head	d. Koordinator Konseptor Anggota	: Communication and Legal Section Head Hidya Putri Ramadhina Gracia Elora Dicky Alpiana Giovanni Putra Pratama	e. Koordinator Acara Anggota	: Customer Service and Hospitality Section Head Meisita Indri Amelia Mareta Rahayu Agung Hadi Victor Nasranova Rambu	f. Koordinator Sekretariat Anggota	: Property and Advertising Sales Section Head Natalia Nur Afifah Aditya Nugraha Putri Fajarotul Ferdian M. Mohmer
1. Pengarah	: General Manager																	
2. Pelaksana	:																	
a. Ketua	: Shared Services Department Head																	
b. Ketua Bidang Kreatif	: Sales Department Head																	
c. Ketua Bidang Inovatif	: Airport Operation and Services Department Head																	
d. Koordinator Konseptor Anggota	: Communication and Legal Section Head Hidya Putri Ramadhina Gracia Elora Dicky Alpiana Giovanni Putra Pratama																	
e. Koordinator Acara Anggota	: Customer Service and Hospitality Section Head Meisita Indri Amelia Mareta Rahayu Agung Hadi Victor Nasranova Rambu																	
f. Koordinator Sekretariat Anggota	: Property and Advertising Sales Section Head Natalia Nur Afifah Aditya Nugraha Putri Fajarotul Ferdian M. Mohmer																	

23	<p>Tugas dari konseptor adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Membuat kalender <i>event</i> 2) Membuat konsep acara, daftar perlengkapan yang dibutuhkan, Rencana Anggaran Biaya (RAB), <i>rundown</i> acara, materi publikasi. 3) Membuat evaluasi dari hasil kegiatan yang akan dilaksanakan. 	<p>SKEP.263/HM.02/2018/GM.SRG</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Anggota: <ol style="list-style-type: none"> a. Konseptor: <ol style="list-style-type: none"> 1) Membuat kalender <i>event</i> yang akan dilaksanakan di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang; 2) Membuat konsep acara, daftar perlengkapan yang dibutuhkan, Rencana Anggaran Biaya (RAB), <i>rundown</i> acara, materi publikasi; 3) Membuat evaluasi dari hasil kegiatan yang akan dilaksanakan
----	--	---