

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

PT. Angkasa Pura I (Persero)<sup>1</sup> adalah sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan pelayanan lalu lintas udara dan bisnis bandar udara di Indonesia. Yang menitikberatkan pelayanan pada kawasan Indonesia bagian tengah dan kawasan Indonesia bagian timur. Saat ini perusahaan berbasis jasa transportasi udara tersebut telah banyak tumbuh dan berkembang di Indonesia, dengan membawahi 13 bandara berbasis Internasional PT. Angkasa Pura 1 (Persero) semakin memantapkan posisi dalam memberikan pelayanan terbaiknya. PT. Angkasa Pura 1 (Persero) yakin dapat melakukan yang terbaik dengan memberikan pelayanan keamanan, keselamatan, dan kenyamanan berstandar Internasional bagi para pengguna jasa Bandara Juanda. PT. Angkasa Pura 1 (Persero)<sup>2</sup> bertanggung jawab atas segala proses penerbangan, disamping mengelola bandara itu sendiri, termasuk di dalamnya adalah mengatur administrasi di seluruh area penerbangan di seluruh area bagian timur.

Dalam penelitian ini, peneliti fokus kepada Program *Juanda Corner* PT. Angkasa Pura I (Persero) sebagai studi kasus. Program *Juanda Corner* Merupakan Program Hiburan di dalam bandara. Peneliti tertarik sebab berdasarkan pra-riset yang dilakukan peneliti, *event* di bandara yang

---

<sup>1</sup> Angkasa Pura 1, Angkasa Pura Airport, dalam [http://id.wikipedia.org/wiki/Angkasa\\_Pura\\_I](http://id.wikipedia.org/wiki/Angkasa_Pura_I), 10 April 2015.

<sup>2</sup> Humas, Seputar Angkasa Pura 1, dalam <http://www.bumn.go.id/angkasapura1/>, 10 April 2015.

dijalankan bandara Juanda merupakan *event* yang paling aktif dan berkelanjutan jika dibandingkan dengan bandara-bandara lain yang dikelola PT. Angkasa Pura I (Persero). Selain itu, bandara Internasional yang terletak di Surabaya ini memiliki predikat sebagai bandara tersibuk kedua di Indonesia setelah Bandara Soekarno Hatta.<sup>3</sup> Predikat sebagai salah satu bandara tersibuk bagaikan dua sisi mata uang. Jika tidak bisa diantisipasi dengan baik, predikat ini dapat berimbas buruk pada pelayanan untuk pengguna jasa. Maka pengelola bandara memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat bagi pengguna jasa bandara yang memiliki pergerakan yang dinamis.

Hal ini juga didasari oleh keberhasilan PT. Angkasa Pura 1 (Persero) dalam membawa bandara Juanda meraih penghargaan-penghargaan sebagai bandara terbaik dalam melayani masyarakat. Hal tersebut terlihat dari berhasilnya bandara Juanda mendapatkan penghargaan “*Service Quality Gold Award*” selama dua tahun berturut turut yakni tahun 2013 dan 2014. Survei yang diadakan majalah *Service Excellence* dan lembaga riset *Carre-Center For Costumer Satisfactions & Loyalty (Carre-CCSL)* meliputi empat dimensi. Diantaranya adalah akses terhadap layanan, prosedur dan unsur-unsur yang terkait dengan proses pelayanan, selain itu juga dilakukan penilaian

---

<sup>3</sup> Humas, Bandar Udara Internasional Juanda, dalam <http://www.angkasapura1.co.id/cabang/bandar-udara-internasional-juanda>, 10 April 2015

bagaimana staf yang berinteraksi dengan pengguna jasa dan *'Service Solution.'*<sup>4</sup>

Sehingga atas dasar itulah bandara menjadi salah satu tempat yang relevan untuk mengaplikasikan secara nyata program-program dari *Public Relations*. Bandara juga merupakan sumber daya dan penggerak ekonomi yang berharga bagi masyarakat. Cutlip, Center, dan Broom<sup>5</sup> dalam bukunya menjelaskan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang mengevakuasi sikap publik mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang punya kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik. Mendukung pernyataan tersebut Yosol<sup>6</sup> mengatakan bahwa, untuk benar-benar memberikan nilai bagi perusahaan dan untuk mencapai komunikasi yang sangat baik (*excellence communication*), praktisi *Public Relations* harus bekerja pada level tertinggi dalam suatu perusahaan. *Public Relations Officer* yang ideal dalam teori *Exelence* milik Grunig<sup>7</sup> dijelaskan harus memiliki pengaruh dan memberikan masukan dalam strategi pengambilan keputusan (*decision making strategy*). Penelitian Grunig juga menyediakan bukti praktis yang mendukung argumen Grunig & Hunt yaitu pernyataan bahwa praktik komunikasi yang simetris (*symmetrical*

---

<sup>4</sup> Citra, Juanda Kembali raih "Service Quality Gold Award, Antara Jatim (Online), dalam [http://www.antarajatim.com/lihat/berita/134464/juanda-kembali-raih-service-quality-gold-award?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=twitter](http://www.antarajatim.com/lihat/berita/134464/juanda-kembali-raih-service-quality-gold-award?utm_source=twitter&utm_medium=twitter), 10 April 2015

<sup>5</sup> Cutlip, Scott dan Allen H Center., "*Effective Public Relations*". (New Jersey: Prantice-Hall, Inc. Englewood Cliffs, 2000), hlm: 6

<sup>6</sup> Yosol Irianta. *Community Relations. Konsep dan Aplikasinya*. (Bandung : Simbiosis

Rekatama Media,2004), hlm 36

<sup>7</sup> J.E. Grunig, *Paradigm of global public relations in digitalisation* , Prism, vol 6, 2009, hlm 1-19

*communications*) sebagai model yang paling efektif. Sistem kerja *Public Relations Officer* dua arah simetris dilakukan dengan komunikasi dua arah, yang fokus pada kesamaan pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Penelitian ini sengaja membahas strategi *public relations* humas Bandara Juanda PT. Angkasa Pura I (Persero). Sebab bagi sebuah pengelola bandara satu-satunya aspek yang dijual adalah jasa yang ada di dalamnya pasti berkaitan dengan pelayanan kepada penggunanya. Se jauh mana pelayanan yang diberikan bandara Juanda untuk memberikan kenyamanan dan rasa aman jelas memiliki dampak yang sangat besar terhadap kesuksesan bandara itu sendiri, terlebih pelaku *public relations* yang terlibat.

Pada periode penelitian yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa kasus yang menunjukkan bahwa proses manajemen dan pembentukan strategi *Public Relations* humas Bandara Juanda PT. Angkasa Pura 1 (Persero) lebih menonjol jika dibandingkan dengan bandara-bandara lain dalam naungan PT. Angkasa Pura I (Persero).

Dari fakta di atas terlihat ada hal menarik tentang bagaimana strategi *Public Relations* humas PT. Angkasa Pura I (Persero) dalam upaya peningkatan pelayanannya, contoh kasus yang akan peneliti bahas secara jelas di sini adalah *Juanda corner*. Untuk mengetahui lebih jelas tentang hal ini peneliti membahas melalui suatu penelitian yang berjudul “*Juanda Corner* Sebagai Strategi *Public Relations* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)”

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana Bentuk Strategi Public Relations Officer dalam Program Juanda Corner?
2. Bagaimana Langkah Public Relation Officer Dalam Mengevaluasi Program *Juanda Corner* Melalui Tanggapan Pengguna Jasa Bandara Juanda?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan:

1. Untuk Mendeskripsikan Bentuk Strategi Public Relations Officer Dalam Program *Juanda Corner*.
2. Untuk Mendeskripsikan Langkah Yang Dilakukan Seorang Public Relations Officer dalam mengevaluasi Program *Juanda Corner* Melalui Tanggapan Pengguna Jasa Bandara Juanda.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Di lembaga pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran dalam mengembangkan disiplin bidang ilmu komunikasi.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan serta memberikan pengalaman secara langsung tentang fakta di lapangan dengan teori yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan.
- b. Bagi kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, masukan dan menambah wacana keilmuan komunikasi.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pengetahuan dalam sebuah perusahaan penyedia jasa transportasi udara.

## E. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Sebagai rujukan dari penelusuran yang terkait tema yang diteliti, peneliti berusaha untuk mencari referensi hasil penelitian dari para peneliti terdahulu, sehingga membantu peneliti dalam mengkaji tema dalam penelitian ini yakni Strategi *Public Relations* dan juga sebagai tolak ukur atas hasil yang telah dicapai. Dari penelusuran tersebut peneliti mendapatkan temuan hasil penelitian terdahulu.

Hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh saudari Syahrila Romadhani (2013)<sup>8</sup>, Fokus penelitian ini mengenai strategi yang digunakan humas PLN Distribusi Jawa timur dalam kampanye listrik pintar, dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil temuan penelitian ini adalah

---

<sup>8</sup>Penelitian ini telah dilakukan Syahrila Romadhani, dengan judul *Strategi Kampanye Listrik Pintar Humas PLN Distribusi Jawa Timur 2013*

program yang dilakukan Humas PLN Disjatim untuk kegiatan sosialisasi dan *talkshow* mampu membuat masyarakat memahami dan menerima produk Listrik Pintar.

Hasil penelitian terdahulu juga pernah dilakukan oleh saudari Dewi Anggraeni (2013)<sup>9</sup>, Fokus penelitian ini mengenai strategi yang dilakukan oleh public relations TV9 dalam membangun citra sebagai televisi lokal religi di Surabaya dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil temuan penelitian ini secara umum program-program acara yang dibuat oleh TV9 menjadi salah satu strategi yang digunakan *Public Relations Officer* Untuk Membentuk Citra. Kemudian penelitian terdahulu juga pernah dilakukan oleh saudari Yustika Astary (2014)<sup>10</sup>. Penelitian itu memfokuskan pada aktifitas *online Public Relations* Humas PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandara Juanda dan hasil penelitian yang dilakukan mendapatkan temuan setiap aktifitas maya bandara Juanda Surabaya mempengaruhi citra perusahaan.

Berdasarkan riset terdahulu yang ditemukan peneliti, terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memfokuskan pada Juanda corner sebagai strategi *public relations* PT. Angkasa Pura I (Persero).

---

<sup>9</sup>Penelitian ini telah dilakukan Dewi Anggraeni, dengan *Strategi Public Relations Tv9 Dalam Membangun Citra Sebagai Televisi Lokal Religi Di Surabaya*

<sup>10</sup>Penelitian ini telah dilakukan Yustika Astary, dengan judul *Aktivitas Online Public Relations Humas PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandara Juanda*



## F. DEFINISI KONSEP

Definisi konsep berfungsi sebagai kerangka acuan peneliti di dalam mendesain instrumen penelitian, sehingga peneliti memberikan batasan definisi yang digunakan dalam penelitian ini :

### 1. *Juanda Corner*

Untuk menjaga mutu dan kualitas pelayanan, Bandara Juanda mengadakan sejumlah aktivitas yang membuat para pengunjung semakin senang dan nyaman menggunakan jasa Bandara Juanda. Salah satu bentuk aktivitas ini adalah "*Juanda Corner*". Hal ini untuk memberikan pengalaman yang berbeda kepada para pengunjung Bandara Juanda. Juga untuk menambah nilai pelayanan Bandara Juanda kepada para pengunjung.

Salah satu bentuk aktivitas di "*Juanda Corner*" dengan mengadakan pertunjukan seni budaya dan pameran produk kreatif Indonesia. Pada pembukaan "*Juanda Corner*" ditanggal 10 – 12 Nopember lalu mengangkat tema Hari Pahlawan dengan *art* dan *culture show*, pameran fotografi dan akustik. Selain itu terdapat juga pertunjukan sendra tari yang menampilkan Tari Gandrung khas dari Banyuwangi. Kemudian dihari berikutnya gantian adik – adik dari sekolah music Rhapsody berunjuk gigi dengan menampilkan *mini orchestra*.

Dengan ragam hiburan seperti Tari Tradisional, Angklung, *Rhapsody*, *Mini Orchestra*, Pantomim, *Mini Theater*, Pameran



Fotografi, Pameran Lukisan, Akustik, *Talk Show*, dan Edukasi dan Informasi Juanda corner mencoba untuk menemukan berbagai formula untuk menghibur para pengguna jasa Bandar Juanda Surabaya.<sup>11</sup>

## 2. Strategi *Public Relations*

Strategi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Menurut penulis definisi strategi adalah sebuah cara atau taktik dalam mencapai sebuah tujuan dan sasaran pada obyek aktivitas yang ingin dicapai.

Menurut Harlow<sup>12</sup> yang dikutip dari buku pengantar *public relations*, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerjasama antar organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu; membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif; dan menggunakan

---

<sup>11</sup>PT. ANgkasa Pura I (Persero), *Arsip Bandara Juanda Surabaya*, (2014)

<sup>12</sup>Keith Butterich, *PENGANTAR PUBLIC RELATONS; TEORI DAN PRAKTIK* ,( Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 7

penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya. Para praktisi *Public Relations* berkomunikasi dengan masyarakat *internal* dan *eksternal* yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat.

Dengan demikian Strategi *Public Relations* humas PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Juanda dalam penelitian ini adalah seluruh gambaran cara untuk mencapai sebuah hasil akhir guna mengatur fungsi manajemen secara baik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerjasama antar organisasi dan publiknya guna meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasanya.

### 3. PT. Angkasa Pura I (Persero)

PT. Angkasa Pura I (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara dalam lingkungan departemen perhubungan yang dipimpin oleh seorang direktur utama yang dibantu oleh beberapa direktur yang menjalankan tugas pokoknya, yaitu mengusahakan menyelenggarakan penyediaan jasa kebendarudaraan dan bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham.

PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda juga memiliki nilai-nilai yang menjadi dasar di dalam perusahaan dan karyawannya, yaitu SATU. Dimana SATU

dijabarkan menjadi 4 nilai yang saling berkesinambungan diantaranya adalah :

a. Sinergi

Cara kami menghargai keragaman dan keunikan setiap elemen untuk memberi nilai tambah bagi perusahaan, pembangunan ekonomi dan lingkungan dimana kami berada.

b. Adaptif

Daya, semangat dan hasrat kami yang pantang menyerah, proaktif merespon perubahan dan kaya akan inovasi.

c. Terpercaya

Karakter kami yang senantiasa selaras antara kata dengan perbuatan, jujur dalam menjalankan tugas serta kewajiban dan dapat diandalkan.

d. Unggul

Komitmen kami memberikan layanan prima dengan professional dan bertanggung jawab untuk memuaskan pelanggan secara berkelanjutan.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> PT.Angkasa Pura I, *Arsip PT.Angkasa Pura I (Persero)*, (2014)

## G. KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Proses penelitian ini dibangun berdasar dari fenomena kebandarudaraan Indonesia dalam memberikan perhatian khusus pada pelayanan dalam bidang jasa transportasi dan sekitarnya. Peran *Public Relations* dalam membentuk program *Juanda Corner* sebagai strategi *public relations* guna memberikan kenyamanan yang maksimal terlebih berdampak pada citra PT. Angkasa Pura I (Persero) itu sendiri, serta diharapkan juga mampu menyedot perhatian masyarakat umum. Fenomena persaingan bisnis transportasi ini dalam memberikan pelayanan pada pengguna jasanya tidak lepas dari aktivitas pembentukan strategi seorang *public relations officer* di tengah kebutuhan akan respon positif dari setiap pengguna yang sudah menggunakan layanan jasa transportasi Bandara Juanda. Setiap program yang dibentuk oleh humas dan jajarannya dalam memberikan pelayanan maksimal diharapkan dapat memberikan peningkatan positif setiap tahunnya guna membentuk iklim kebandarudaraan Indonesia yang lebih baik. hal ini tentu memiliki daya tarik tersendiri bagi peneliti.

Dengan menggunakan Teori Penyusunan Tindakan (John Greene) dan Teori Behaviorisme Sosial dari (George Herbert Mead) diharapkan fenomena tersebut dapat terlihat secara keseluruhan dengan menggunakan teori-teori di atas. Dalam teori penyusunan tindakan milik John Greene disebutkan bahwa "Sebuah teori kognitif umum yang menjelaskan apa yang benar-benar terjadi pada manusia untuk menghasilkan tindakan komunikatif. Dikembangkan oleh John Greene, teori penyusunan tindakan menguji cara kita mengatur

pengetahuan dalam pikiran dan menggunakannya untuk membentuk pesan.” menurut teori ini, anda membentuk pesan dengan menggunakan *kandungan pengetahuan* dan *pengetahuan prosedural*. Anda tahu tentang hal-hal dan anda tahu bagaimana melakukan hal tersebut. Dalam teori penyusunan tindakan pengetahuan prosedural menjadi intinya.<sup>14</sup> Dengan menggunakan teori penyusunan tindakan diharapkan mulai dari proses pembentukan program *juanda corner* hingga pemberian tanggapan dari pengguna jasa tidak hanya diteliti dari hasil wawancara verbal saja, namun beberapa tindakan yang terjadi secara non verbal selama proses program *juanda corner* berlangsung mampu dikupas lebih dalam menggunakan teori penyusunan tindakan milik John Greene ini.

Menguatkan teori di atas, George Herbert Mead mengembangkan teorinya yang bernama teori behaviorisme sosial, dalam teori ini Mead berasumsi bahwa ”Behaviorisme sosial merujuk kepada deskripsi perilaku pada tingkat yang khas manusia. Jadi, dalam pandangan behaviorisme sosial, konsep mendasarnya adalah tindakan sosial (*Social Act*), yang juga mempertimbangkan aspek tersembunyi perilaku manusia”.<sup>15</sup> Sehingga teori ini semakin memperkuat asumsi teori sebelumnya.

Serta dengan mengamati segala aspek yang berkaitan dengan strategi *public relations*, elemen – elemen program yang dirancang, serta bagaimana peran *public relations officer* di dalamnya, dengan menggunakan metode

---

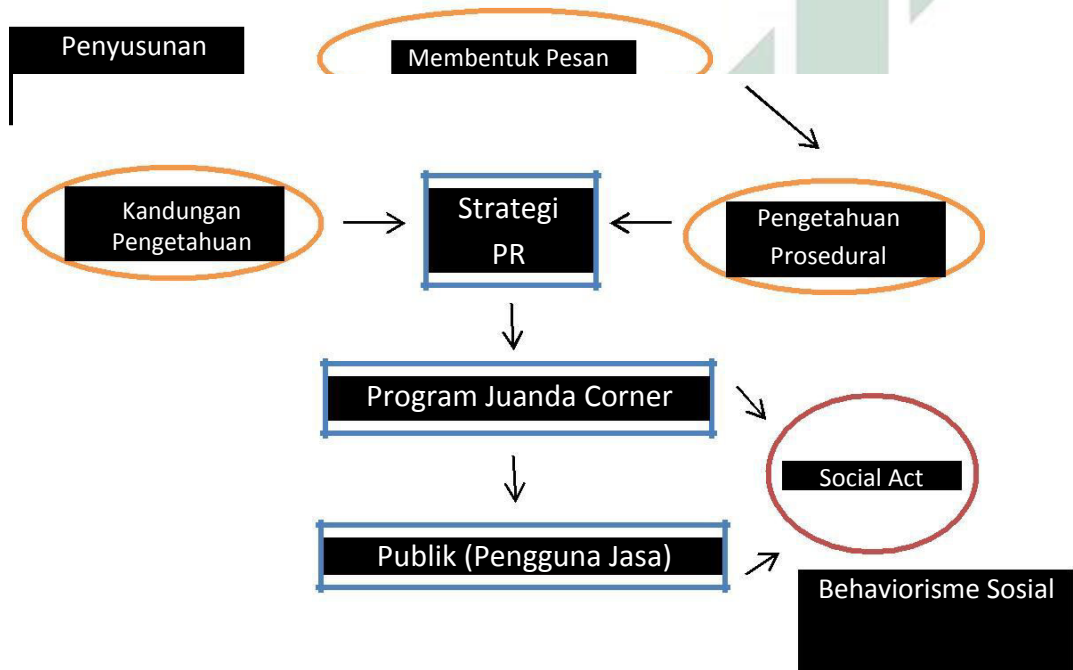
<sup>14</sup>Stephen W. Littlejohn, Karen A.FossAll, *Teori komunikasi; Treories of human Communication*, terjemahan mohammad yusuf hamdan, (Jakarta: salemba humanika, 2008), Hlm 174

<sup>15</sup>Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008) hlm 65

penelitian kualitatif fenomenologi yang diharapkan data-data terdiskripsikan sesuai apa adanya. Peneliti berusaha meneliti implementasi Program *Juanda Corner* sebagai strategi seorang *public relations* yang dilakukan guna memberikan kenyamanan dari perspektif orang yang melakoninya, yaitu para pengguna jasa Bandara Juanda Surabaya dan pelaku *public relationsnya* sebagai subjek teliti.

Dalam pelaksanaan penelitiannya, peneliti melakukan observasi, melakukan wawancara dan penyelidikan yang dicatat, direkam guna penemuan data dalam bentuk *repport*. Agar data terkumpulkan untuk dapat dianalisis dan interpretasikan sesuai dengan fokus permasalahan yang diteliti.

Adapun kerangka pikir penelitian yang sejalan dengan teori yang digunakan adalah sebagai berikut :



**Bagan 1.1**

*Alur Kerangka Pikir Penelitian*

## H. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah yang sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu yang diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan langkah pemecahannya.<sup>16</sup>

Penelitian kualitatif adalah suatu strategi yang dipilih oleh peneliti untuk mengamati suatu fenomena, mengumpulkan informasi dan menyajikan hasil penelitian pada penelitian ini. Menurut Moeleong<sup>17</sup> menjelaskan bahwa “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks, khususnya yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.<sup>18</sup>

Selain itu ciri penelitian kualitatif adalah lebih menekankan makna dari pada hasil suatu aktifitas, karena dalam melakukan penelitian ini peneliti bukan sebagai orang ahli tetapi orang yang belajar mengenai sesuatu dari subyek penelitian.

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif, prosedur penelitian yang dilakukan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati atau diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Penelitian kualitatif mempunyai

---

<sup>16</sup> Wahdi Bahtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta : Logos, 2001) hlm.16

<sup>17</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Pendidikan Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.06.

<sup>18</sup> Lexy J. Moleong, hlm.06.



tujuan agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung kelapangan.

Sedangkan untuk mengkaji lebih dalam peneliti menggunakan pendekatan Fenomenologi. Alasan digunakan pendekatan ini karena fenomenologi merupakan kajian mengenai fenomena yang terjadi, yaitu dengan cara menerapkan metodologi ilmiah dan penelitian fakta-fakta yang bersifat subyektif, yaitu yang berkaitan dengan perasaan, tindakan, ide dan sebagainya yang diungkapkan dalam bentuk tindakan luar yang berupa perkataan atau perbuatan seputar Program *Juanda Corner* Sebagai Strategi *Public Relations* humas PT. Angkasa Pura I (Persero). Dalam jenis fenomenologi partisipasi dari peneliti sangat diperlukan, sehingga dapat memahami segala macam tindakan dari dalam maupun luar.

## **2. Jenis dan Sumber Data**

### **a. Jenis Data**

Adapun jenis data dalam penelitian tentang program *Juanda Corner* sebagai strategi *Public Relations* PT. Angkasa Pura I (Persero) ini ada dua, antara lain:

#### **1) Data Primer**

Data primer merupakan data inti yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian ini yakni Program *Juanda Corner*

Sebagai Strategi *Public Relations* humas PT.Angkasa Pura I (Persero). Pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara melihat, mengamati dan mencatat perilaku dan pembicaraan subyek penelitian yakni para staf humas yang terlibat dan beberapa pengguna jasa Bandara Juanda dengan menggunakan pedoman observasi dan juga wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tatap muka dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun oleh peneliti sebelum bertemu informan.

## 2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang dibutuhkan peneliti untuk menjawab rumusan dan fokus penelitian. Data sekunder ini, dapat peneliti peroleh juga dari proses wawancara pada informan serta dari berbagai dokumentasi tentang berbagai kegiatan peristiwa dalam bentuk tertulis, tercetak, atau terekam berkaitan dengan Program *Juanda Corner*

Sebagai Strategi *Public Relations* humas PT.Angkasa Pura 1 (Persero).

## b. Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu informan yang sudah dipilih peneliti, yang mengetahui fenomena tersebut. Sedangkan sumber data sekunder didapat dilapangan pihak-pihak yang mengerti tentang program *juanda corner* sebagai strategi *public relation* humas PT. Angkasa Pura I (Persero), serta sumber-sumber lain seperti buku umum, internet yang memantu peneliti dalam melengkapi data.

## 3. Tahapan penelitian

Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni: a. Tahap Pra-lapangan

Tahap ini merupakan tahapan persiapan sebelum penelitian dilakukan, adapun langkah-langkahnya adalah:

- 1) Menyusun rancangan penelitian; penelitian ini dimulai dengan menentukan lapangan atau lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian yang peneliti pilih berdasarkan kriteria yang dianggap peneliti tepat untuk menangkap fenomena yang peneliti anggap menarik dan lokasi penelitian adalah Kantor cabang Bandara Internasional Juanda PT.Angkasa Pura 1 (Persero). Untuk selanjutnya membuat rumusan

masalah yang akan diteliti dari fenomena yang ada di lapangan, menentukan informan yang terkait, setelah itu segala hal yang diteliti dan metodologinya dituangkan dalam proposal penelitian yang diujikan.

- 2) Mengurus perijinan penelitian; Setelah berita acara ujian proposal disahkan oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan sekretaris maka tahap selanjutnya peneliti mengurus perijinan penelitian dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang ditujukan untuk diserahkan pada lokasi penelitian yang dituju yakni adalah Kantor Cabang Bandara Internasional Juanda PT. Angkasa Pura 1 (Persero).

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>19</sup> Dalam penelitian yang dilakukan ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

---

<sup>19</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, All, hlm. 224.

a. Wawancara

Pada kesempatan wawancara, peneliti mendapat kesempatan secara langsung bertemu bertatap muka dengan keenam informan untuk mengumpulkan data atau informasi yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah serta fokus penelitian. Bertemu langsung dengan bertatap muka akan mengurangi ketidakjelasan dalam proses wawancara. Wawancara pada dua informan pegawai PT. Angkasa Pura 1 Kantor Cabang Juanda dilakukan di kantor. Sementara keenam informan dari pengguna jasa bandara Juanda dilakukan di Terminal 1 dan Terminal 2 Bandara Juanda. Setelah data dikumpulkan oleh peneliti maka selanjutnya adalah mengklasifikasikan data yang diperoleh.

b. Pengamatan (*Observation*)

Observasi adalah keterlibatan peneliti sebagai bagian dari kelompok yang diteliti. Dalam observasi ini, peneliti berbaur dengan subyek penelitian dan mengikuti aktifitas yang mereka lakukan. Dalam hal ini kedudukan peneliti dengan subyek penelitian adalah sama.

Dari sini pula, peneliti mendapatkan sumber informasi dan data yang *valid* dari sumber informasi secara langsung dan *spontan*.

Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah observasi pada sikap informan saat diwawancarai, lokasi penelitian dan juga observasi khususnya para pengguna jasa Bandara Internasional Juanda dalam memberikan respon langsung terhadap program *Juanda Corner*.

c. Dokumentasi

Peneliti membutuhkan dokumen sebagai pendukung dan perluas data-data yang telah ditemukan serta mencocokkan apa hasil wawancara pada informan selaras dengan dokumen yang ada. Sumber dokumen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- 1) *Websites* resmi PT. Angkasa Pura 1 Kantor Cabang Juanda.
- 2) Foto kegiatan Program *Juanda Corner* yang sudah dan sedang berjalan.
- 3) Dasar Peraturan Pelaksanaan, atau undang-undang yang terkait dengan penelitian
- 4) Hasil survei dari lembaga resmi
- 5) Artikel dan jurnal yang dimuat dalam media massa.
- 6) Laporan Grafik Pengguna Jasa Bandara Juanda

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiono<sup>20</sup> adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman,<sup>21</sup> sebagaimana dikutip oleh Basrowi dan suwandi yakni proses-proses analisis data kualitatif dapat dijelaskan dalam tiga langkah yaitu:

### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Karena data yang hasil penelitian yang dilakukan masih bersifat global, maka dari itu peneliti perlu mereduksi data. Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang diperoleh di lapangan studi. Pada reduksi data, peneliti menfokuskan pada data lapangan yang telah terkumpul. Data lapangan tersebut selanjutnya dipilih dan dipilah untuk menentukan mana data yang diperlukan dalam

---

<sup>20</sup>Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta. 2005) hlm. 89

<sup>21</sup>Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008) hlm. 209-210



menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian dan mana yang tidak perlu sehingga harus disingkirkan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan oleh peneliti dengan mendeskripsikan kumpulan informasi tersusun dari hasil reduksi data yang telah dianalisis untuk penarikan kesimpulan dengan tujuan menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian Program *Juanda Corner* Sebagai Strategi *Public Relations* PT. Angkasa Pura 1 (Persero). Bentuk penyajiannya yang dilakukan peneliti yakni penyajian data berupa teks naratif.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing And Verification*)

Setelah mereduksi data peneliti melakukan tahap analisis data selanjutnya yakni dengan menganalisis data untuk membuatnya menjadi rumusan proposisi yang terkait dengan penelitian dan mengangkatnya sebagai temuan penelitian.

Dalam tahap verifikasi, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk memeriksa keabsahan penelitian. Peneliti melakukan pemeriksaan keabsahan penelitian yang

menggunakan sumber data lain untuk menjadi pembanding. Sumber data penelitian yang peneliti jadikan perbandingan adalah hasil data wawancara dari informan yang satu dengan informan yang lain, baik dari humas PT. Angkasa Pura 1 (Persero) maupun pengguna jasa Bandara Juanda Surabaya. Selain itu peneliti juga membandingkan dokumen yang terkait dengan program yang dilakukan oleh humas PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Juanda Surabaya dengan hasil wawancara dari informan-informan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan atau pembahasan terdiri dari lima bab yang terperinci sebagai berikut.

Bab pertama berisi pendahuluan, Dalam bab ini terdiri dari sembilan sub bab antara lain konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, definisi konsep, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi kerangka teoritis, Pada bab ini menguraikan penjelasan tentang kerangka teoritik yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian teoritik yang berkaitan Program Juanda Corner sebagai strategi *public relations* humas PT. Angkasa Pura 1 (Persero).

Bab ketiga berisi penyajian data, Pada bab ini berisikan tentang setting penelitian yakni gambaran singkat tentang PT. Angkasa Pura 1 (Persero),

Bandara Internasional Juanda Surabaya, serta pengguna jasa bandara juanda tentang data penelitian.

Bab keempat berisi analisis data, Pada bab ini membahas temuan penelitian dan menganalisis data konfirmasi temuan dengan teori.

Dan pada bab terakhir berisi penutup, Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang nantinya akan memuat kesimpulan dan saran.

