

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* ANGKASA PURA
I DALAM MEMBANGUN CITRA
YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT
SEBAGAI BANDARA BARU**

Skripsi



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Nicholas Jevan Pradana

00000017158

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2021

**ANGKASA PURA I MEDIA RELATIONS STRATEGY
IN BUILDING THE IMAGE
OF YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT
AS A NEW AIRPORT**

Thesis



Submitted to Meet the Obtaining Requirements

Bachelor of Communication Science (S.I Kom)

Nicholas Jevan Pradana

00000017158

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

FACULTY OF COMMUNICATION

MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY

TANGERANG

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi *Media Relations* Angkasa Pura I Dalam Membangun Citra Yogyakarta International Airport Sebagai Bandara Baru” adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 04 Juni 2021



(Nicholas Jevan Pradana)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi *Media Relations* Angkasa Pura I Dalam Membangun Citra
Yogyakarta International Airport Sebagai Bandara Baru”

Oleh

Nicholas Jevan Pradana

telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juni 2021,

pukul 13:45 – 14:55 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S, Sos., M.Si.

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.

Dosen Pembimbing

Intan Primadini, S, Sos., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si.

ABSTRAK

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* ANGKASA PURA I DALAM MEMBANGUN CITRA YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT SEBAGAI BANDARA BARU

Dunia aviasi berkembang pesat baik perusahaan penerbangan maupun perusahaan pengelola bandara udara. Bandara tidak lagi hanya tempat mendarat dan berangkatnya pesawat saja, akan tetapi seiring dengan berkembangnya dunia aviasi bandar udara juga menjadi destinasi. Yogyakarta International Airport merupakan bandara baru yang menggantikan Bandara Udara International Adisutjipto. Di awal pembangunan, Yogyakarta International Airport ditentang baik oleh masyarakat sekitar yang merasa tanahnya di ambil untuk digunakan sebagai bandara maupun masyarakat Yogyakarta yang sudah terbiasa menuju bandara Adi Sucipto yang sangat dekat (10-15 menit perjalanan) dibandingkan bandara baru di Kulon Progo yang membutuhkan perjalanan sekitar satu sampai setengah jam. Strategi yang dilakukan adalah *media relations* di mana perusahaan membutuhkan media untuk menjalin hubungan dalam upaya mengembangkan citra Yogyakarta International Airport. Media menjadi sebuah prioritas bagi kegiatan *media relations* karena tanpa ada relasi dengan media strategi *media relations* tidak akan terlaksanakan dengan baik. Penelitian ini memiliki fokus terhadap aktivitas dan proses *media relations* yang dilakukan dalam upaya membangun citra bandara, penelitian dikaitkan dengan konsep strategi *media relations* Yosol Iriantara. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik dan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu PT Angkasa Pura I telah melakukan strategi *media relations* dengan media, komunitas media dan organisasi media. Strategi *media relations* tersebut dilakukan dengan membagi *press release*, melakukan *media gathering*, *media visit*, *media tour* dan *media monitoring*.

Kata Kunci; *Media Relations*, PT Angkasa pura I, Yogyakarta International Airport, Citra.

ABSTRACT

ANGKASA PURA I MEDIA RELATIONS STRATEGY IN BUILDING THE IMAGE OF YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT AS A NEW AIRPORT

The world of aviation is growing rapidly, both airlines and airport management companies. The airport is no longer just a place for planes to land and depart, but along with the development of the aviation world, the airport has also become a destination. Yogyakarta International Airport is a new airport that replaces Adisutjipto International Airport. At the beginning of construction, Yogyakarta International Airport was opposed by both the surrounding community who felt that the land was taken to be used as an airport and the people of Yogyakarta who were used to going to Adi Sucipto airport which is very close (10-15 minutes away) compared to the new airport in Kulon Progo which requires an hour or an hour and a half trip. The strategy used is media relations where companies need media to establish relationships in an effort to develop the image of Yogyakarta International Airport. Media is a priority for media relations activities because without a relationship with the media, the media relations strategy will not be carried out properly. This study focuses on media relations activities and processes carried out in an effort to build the airport's image, the research is associated with the concept of Yosol Iriantara's media relations strategy. This study uses a post-positivistic paradigm and a qualitative approach, with a case study method. The results obtained in this study are that PT Angkasa Pura I has carried out a media relations strategy with the media, the media community and media organizations. The media relations strategy was carried out by distributing press releases, conducting media gatherings, media visits, media tours and media monitoring.

Key Word: Media Relations, PT Angkasa pura I, Yogyakarta International Airport, Image.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkatnya dalam pengerjaan laporan skripsi, sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Strategi *Media Relations* Angkasa Pura I Dalam Membangun Citra Yogyakarta International Airport Sebagai Bandara Baru” sebagai prasyarat untuk menempuh gelar strata satu Ilmu Komunikasi (S.I. Kom).

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penulis selama proses pembuatan laporan skripsi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Intan Primadini, S. Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang membantu dalam penyusunan laporan skripsi sampai selesai.
2. Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu komunikasi yang telah memberi dukungan dengan menyetujui laporan skripsi yang telah disusun bersama dosen pembimbing.
3. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan nasihat dalam penyusunan laporan skripsi sehingga laporan dapat tersusun dengan baik.
4. Teman-Teman yang mendukung dalam pembuatan laporan skripsi.

Penelitian dari laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat terbuka untuk diberikan. Dengan demikian, terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Tangerang, 4 Juni 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jevan', written in a cursive style.

Nicholas Jevan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Keterbatasan Penelitian	14
BAB II.....	15
KERANGKA TEORI	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kerangka Konsep	20
2.2.1 <i>Public Relations</i>	20
2.2.2 <i>Media Relations</i>	23
2.3 Alur Penelitian.....	29
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	32
3.3 Metode Penelitian.....	32
3.4 Partisipan.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1 Data Primer	35
3.5.2 Data Sekunder.....	36

3.6	Keabsahan Data.....	36
3.7	Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Objek Penelitian	39
4.1.1	Angkasa Pura I.....	39
4.1.2	Visi Angkasa Pura I.....	40
4.1.3	Misi Angkasa Pura I.....	40
4.1.4	Nilai Angkasa Pura I.....	41
4.1.5	Logo Angkasa Pura I.....	42
4.1.6	Struktur Organisasi Communication Talent Assets	43
4.1.7	Yogyakarta International Airport	43
4.1.8	Subjek Penelitian.....	44
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Mengelola Relasi.....	46
4.2.2	Mengembangkan Strategi Relasi	52
4.2.3	Mengembangkan Jaringan.....	58
4.3	Pembahasan	61
4.3.1	Mengelola Relasi.....	61
4.3.2	Mengembangkan Strategi Relasi	64
4.3.3	Mengembangkan Jaringan.....	68
BAB V		72
KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
5.2.1	Saran Akademis.....	73
5.2.2	Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN A.....		77
LAMPIRAN B		81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Bandara Udara Adisutjipto	3
Gambar 1.2 Kunjungan Presiden RI	7
Gambar 1.3 Penghargaan Yang Diraih Proyek	9
Gambar 2.3 Alur Penelitian	29
Gambar 4.1 Logo PT Angkasa Pura I	42
Gambar 4.2 Struktur <i>Communication Talent Asset</i>	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Media Monitoring Agustus 2019.....	8
Tabel 1.2 Media Monitoring Desember 2019.....	10
Tabel 1.3 Media Monitoring Mei 2019.....	11
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terlebih Terdahulu	18
Tabel 3.4 Partisipan	34
Tabel 4.3 Media Monitoring Per Tahun	67