

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sebuah instansi, humas merupakan serangkaian proses manajemen terencana yang secara sengaja menciptakan hubungan yang baik dengan pihak internal dan eksternal. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Suhandang (2012) yang berpendapat bahwa humas (*public relations*) merupakan salah satu usaha manajemen dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara badan atau organisasi manajemen itu dengan publiknya, dengan melalui program kerja yang positif. Selain menciptakan hubungan baik dengan pihak internal, instansi harus membangun hubungan timbal balik yang saling menguntungkan sekaligus menciptakan citra dan reputasi positif kepada pihak eksternal melalui program kerja dan strategi-strategi yang tepat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan harmonis antara kedua belah pihak, sehingga tercipta pengertian dan kepercayaan.

Canton dalam Ardianto (2009) mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan suatu objek, orang, atau organisasi. Citra dan reputasi positif merupakan aset berharga bagi setiap instansi. Citra positif berjalan selaras terhadap kepercayaan publik. Citra dan reputasi positif tidak terbentuk dengan sendirinya namun karena adanya upaya terencana dalam menciptakannya. Oleh karena itu, citra positif sebuah instansi harus dijaga agar publik tidak kehilangan kepercayaan pada instansi tersebut.

Humas sangat penting bagi sebuah instansi. Hal ini dikarenakan humas merupakan salah satu fungsi manajemen yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola, menjaga, dan memelihara citra sebuah instansi. Keberadaan humas dalam sebuah instansi sangat *essential* dalam berjalannya sebuah instansi. Humas harus memiliki strategi-strategi komunikasi efektif dan optimal dalam menjalankan tanggung jawabnya. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan.

Strategi humas merupakan pilihan optimal untuk mencapai tujuan, yaitu membangun citra positif bagi instansi. Strategi humas dalam menciptakan citra positif pada instansi dapat diwujudkan dengan berbagai cara dan disusun secara terencana agar sesuai dengan tujuan instansi tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Rosady Ruslan (2003) bahwa batasan pengertian tentang strategi humas (*public relations*) adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas.

Strategi humas penting untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara instansi dengan publik. Seorang humas harus mampu memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan untuk membuat publik mudah mengerti dan menerima kondisi sebuah situasi seperti ketika koronavirus mulai mewabah di beberapa negara dan menjadi pandemi di tahun 2020. Pandemi Covid-19 di Indonesia merupakan bagian dari pandemi penyakit koronavirus 2019 (Covid-19) yang sedang berlangsung di dunia. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus sindrom pernapasan akut berat 2 (*SARS-CoV-2*). Kasus positif Covid-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020. Setelah adanya kasus positif pertama, kasus-kasus positif Covid-19 di Indonesia semakin naik dengan pesat. Hal ini menyebabkan pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk memutus rantai penyebaran virus ini. Kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah seperti dengan membatasi interaksi masyarakat dengan pemberlakuan *social distancing*, *work from home*, dan gerakan tetap di rumah saja selama PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) diberlakukan di Indonesia.

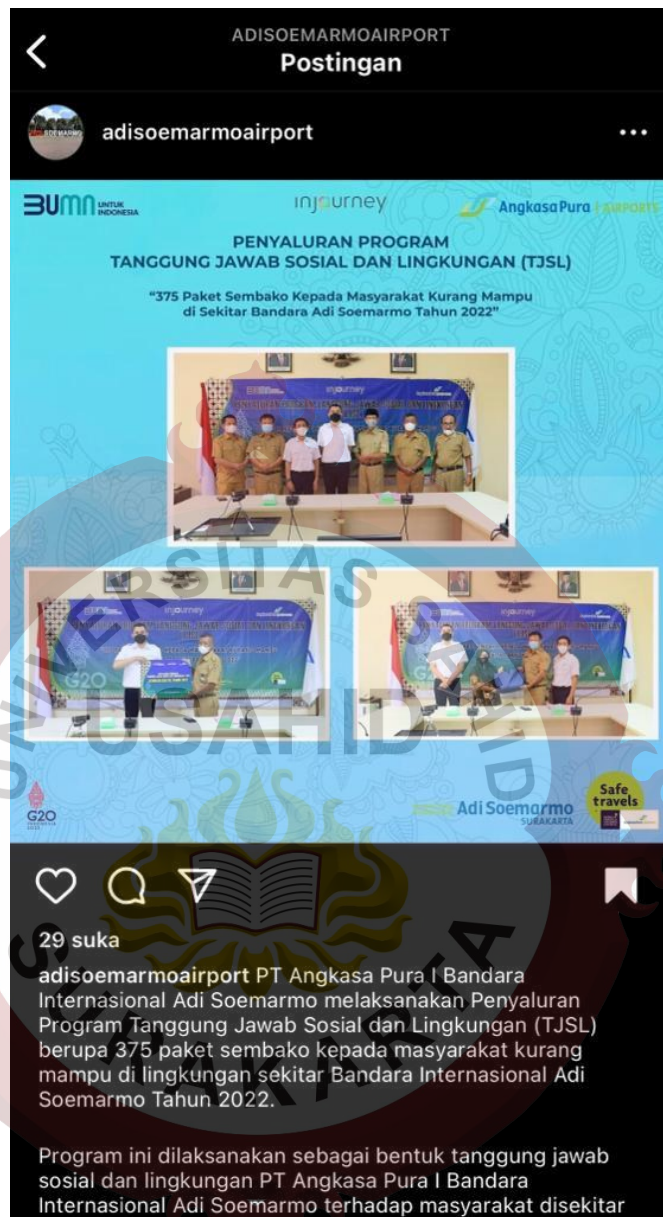
Pandemi yang berlangsung di beberapa negara menyebabkan dampak yang signifikan di berbagai sektor. Di Indonesia, pandemi Covid-19 memberi dampak yang besar di beberapa sektor penting seperti perekonomian, sistem pendidikan, dan kehidupan sosial masyarakat. Masyarakat dituntut untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang ada seperti menggunakan masker ketika keluar rumah, mencuci tangan, menjaga jarak, dan mematuhi protokol kesehatan yang baru di era *new normal*. Pariwisata dan penerbangan juga terkena imbas akibat pandemi virus

Covid-19 ini. Pandemi Covid-19 yang mendunia menyebabkan menurunnya operasional penerbangan di seluruh dunia, termasuk PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo.

Sebagai salah pusat penerbangan nasional, PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo melakukan inovasi dalam berbagai aspek untuk menanggapi pandemi sekaligus meningkatkan kinerja dalam rangka mempertahankan citra perusahaan dan menyongsong era *new normal*. PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo berusaha bangkit dan kembali berperan sebagai salah satu industri utama penerbangan nasional. PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo membutuhkan strategi-strategi humas yang tepat untuk memulihkan kepercayaan publik yang sempat terpuruk selama pandemi Covid-19 terjadi di Indonesia. Inilah saat-saat dimana kecakapan humas di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo menjadi sangat penting karena memelihara citra dan memulihkan kembali kepercayaan publik merupakan tugas dan tanggungjawab humas.

Pemulihan kembali kepercayaan publik menjadi fokus utama humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo. Keberhasilan humas dalam menjangkau perhatian dan kepercayaan masyarakat, sangat ditentukan oleh pemahaman tentang strategi komunikasi humas serta kepandaian dan taktik humas dalam memelihara citra yang sudah dibentuk. Humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo sudah menjalankan berbagai strategi komunikasi untuk mendapatkan kembali perhatian dan kepercayaan publik.

Strategi humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo sudah berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan salah satu program yang diunggah melalui *Instagram @adisoemarmairport*



Gambar I.1 Unggahan Salah Satu Program Yang Dilakukan Humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo

Pada unggahan tersebut humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo menginformasikan bahwa PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo telah melaksanakan Penyaluran Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) berupa 375 paket sembako kepada masyarakat kurang mampu di lingkungan sekitar Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo tahun 2022. Dalam pelaksanaan programnya, humas Bandar Udara Internasional Adi

Soemarmo telah melakukan beberapa tahapan yang perlu dilalui seperti *research*, *plan*, *execute*, dan *measure* hingga akhirnya program tersebut dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini tertarik untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang bagaimana strategi komunikasi humas yang dilakukan oleh Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo pasca pandemi Covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo pasca pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan

Mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi humas yang dilakukan oleh Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo pasca pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian, pemikiran, serta ide baru, dan sarana untuk memahami ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang strategi komunikasi humas. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang strategi komunikasi humas yang berbasis pada pendekatan kualitatif. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan juga menjadi referensi untuk penelitian dengan tema yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan khususnya bagi humas Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo dalam mengetahui strategi komunikasi humas yang dilakukan di

Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo dalam memelihara citra dan mengembalikan kembali kepercayaan publik pasca pandemi Covid-19.

