



**AUDIT HUMAS *PROGRAM AIRPORT GO DIGITAL*
PT. ANGKASA PURA II DALAM MENINGKATKAN
PELAYANAN PUBLIK DI TERMINAL 3 *ULTIMATE*
BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun oleh

Nama : Mawaddah Nurrohmah

NIM : 1306015071

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mawaddah Nurrohmah
NIM : 1306015071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : *Audit Humas Program Airport Go Digital PT Angkasa Pura II dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Terminal 3 Ultimate Bandara Internasional Soekarno-Hatta*

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 Agustus 2017

Yang Menyatakan

Tanda Tangan
Mawaddah Nurrohmah

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Audit Humas Program *Airport Go Digital* PT. Angkasa Pura
II dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Terminal 3
Bandara Internasional Soekarno-Hatta
Nama : Mawaddah Nurrohmah
NIM : 1306015071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.


Eko Digdoyo, M.Hum.

Tanggal : 22/8/17

Tanggal : 22/08/2017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Audit Humas Program *Airport Go Digital* PT. Angkasa Pura II dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta
Nama : Mawaddah Nurrohmah
NIM : 1306015071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

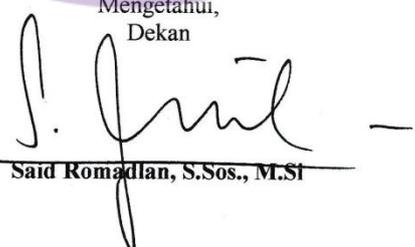
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Rabu, Tanggal 30 Agustus 2017, dan dinyatakan **LULUS**.



 Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.kom Penguji I Tanggal: 10/10/2017 2017	 Dr. Sri Mustika, M.Si Penguji II Tanggal: 3 October 2017
--	--

 Said Romadlan, S.Sos., M.Si Pembimbing I Tanggal: 2017	 Eko Digdoyo, M.Hum Pembimbing II Tanggal: 12-10-2017
--	---

Mengetahui,
Dekan


Said Romadlan, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Judul Penelitian	: Audit Humas Program <i>Airport Go Digital</i> PT Angkasa Pura II dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Terminal 3 <i>Ultimate</i> Bandara Internasional Soekarno-Hatta
Nama	: Mawaddah Nurrohmah
NIM	: 1306015071
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Halaman	: 111 + xiii halaman + 1 tabel + 25 lampiran + 26 bibliografi.

Audit *public relations* dikenal dengan sebutan audit komunikasi *public relations* (kehumasan). Dalam pengembangan suatu layanan publik, audit menjadi bagian yang tak terpisahkan dari hal tersebut. Begitu pula dalam pengembangan program *airport go digital* di Terminal 3 *Ultimate* Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Penelitian ini mengkaji audit humas program *airport go digital* PT Angkasa Pura II untuk meningkatkan pelayanan publik di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori informasi organisasi untuk menjelaskan proses informasi mengenai audit humas dalam program *airport go digital* yang diterapkan di Terminal 3 *Ultimate*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian evaluatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, teknik analisis data dengan triangulasi sumber dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audit humas dalam program *airport go digital* masih belum tuntas. Dari 9 program yang sudah dibentuk, hanya 5 program yang sudah berjalan sebagaimana fungsinya, yaitu digitalisasi proses antrian taksi, aplikasi *mobile*, peningkatan bandwidth *WiFi* menjadi 50 Mbps per *access point*, *smart toilet*, *smart parking building*. Masih ada 4 program lagi yang belum berfungsi, yaitu kios *self service check in* dan *baggage drop*, pembuatan *fleet management system* untuk *shuttle* dan publik bus bandara, pembangunan *airport operation control center*, serta integrasi *automatic baggage handling system* (*Automatic BHS*). Publik atau pengguna jasa bandara berharap dengan adanya terminal baru yakni Terminal 3 *Ultimate*, pelayanan bandara menjadi lebih baik lagi.

Kontribusi penelitian ini secara akademis dapat dijadikan referensi penelitian mengenai audit komunikasi, khususnya audit komunikasi kehumasan dalam konteks komunikasi organisasi. Kontribusi metodologis bermanfaat untuk penelitian yang menggunakan metode studi kasus. Kontribusi praktis diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam penelitian audit humas. Kontribusi sosial diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada para pihak yang memberikan layanan kepada publik agar berbasis teknologi, khususnya dalam pelayanan pengguna jasa.

Kata Kunci: Audit Humas, Program *Airport Go Digital*, dan Pelayanan Publik.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Pembatasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Kontribusi Penelitian.....	15
1.5.1. Kontribusi Akademis	15
1.5.2. Kontribusi Metodologis	15
1.5.3. Kontribusi Praktis	16
1.5.4. Kontribusi Sosial	16
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	16
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	18
2.1. Paradigma Konstruktivisme	18
2.2. Hakikat Komunikasi	19

2.2.1.	Definisi Komunikasi	19
2.2.2.	Fungsi Komunikasi	21
2.2.3.	Elemen Komunikasi.....	22
2.2.4.	Model Komunikasi	23
2.2.5.	Konteks Komunikasi.....	26
2.3.	<i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	29
2.3.1.	Definisi <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat).....	29
2.3.2.	Peran <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	29
2.3.3.	Tujuan <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	31
2.3.4.	Fungsi <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat).....	32
2.3.5.	Model <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	33
2.6.3.	<i>Public Relations</i> (Humas) Perusahaan Pemerintah	34
2.4.	Komunikasi Organisasi	36
2.4.1.	Definisi Komunikasi Organisasi.....	36
2.4.2.	Karakteristik Komunikasi Organisasi	38
2.4.3.	Fungsi Komunikasi Organisasi.....	39
2.5.	Teori Informasi Organisasi.....	40
2.6.	Audit dan Audit Komunikasi.....	41
2.6.1.	Audit Komunikasi Kehumasan.....	43
2.6.2.	Pokok-Pokok Tinjauan Audit Komunikasi Kehumasan	44
2.6.3.	Pelaksanaan Audit Komunikasi Kehumasan.....	46
2.7.	Definisi Pelayanan Publik	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		51
3.1.	Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian	51
3.1.1.	Pendekatan Kualitatif.....	51

3.1.2.	Jenis Penelitian Evaluatif	53
3.1.3.	Metode Studi Kasus	53
3.2.	Penentuan Informan	54
3.3.	Metode Pengumpula Data	55
3.3.1.	Wawancara Mendalam.....	55
3.3.2.	Dokumentasi Resmi.....	56
3.3.3.	Observasi.....	57
3.4.	Metode Analisis Data Kualitatif	57
3.5.	Waktu, Lokasi, dan Jadwal Penelitian	58
3.5.1.	Waktu Penelitian.....	58
3.5.2.	Lokasi Penelitian	58
3.5.3.	Jadwal Penelitian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Subjek Penelitian	60
4.1.1.	Sejarah PT Angkasa Pura II (Persero).....	60
4.1.2.	Visi dan Misi PT Angkasa Pura II (Persero).....	63
4.1.3.	Nilai-Nilai PT Angkasa Pura II (Persero).....	64
4.1.4.	Logo PT Angkasa Pura II (Persero)	64
4.1.5.	Tata Kelola Perusahaan PT Angkasa Pura II (Persero)	65
4.1.6.	Struktur Organisasi PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Soekarno-Hatta	69
4.2.	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1.	Program <i>Airport Go Digital</i> Terminal 3 <i>Ultimate</i> Bandara Internasional Soekarno-Hatta	70
4.2.2.	Pokok-Pokok Tinjauan Audit Humas PT Angkasa Pura II dalam Program <i>Airport Go Digital</i> di Terminal 3 <i>Ultimate</i> Bandara Internasional Soekarno-Hatta	75

4.2.3.	Pelaksanaan Audit Humas PT Angkasa Pura II dalam Program <i>Airport Go Digital</i> di Terminal 3 <i>Ultimate</i> Bandara Internasional Soekarno-Hatta	86
4.3.	Pembahasan	97
4.3.1.	Audit Humas Program <i>Airport Go Digital</i> PT Angkasa Pura II dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Terminal 3 <i>Ultimate</i> Bandara Internasional Soekarno-Hatta	97
4.3.2.	Komunikasi Organisasi	99
4.3.3.	Model Audit Humas Evaluasi Berkesinambungan.....	100
4.3.4.	Teori Informasi Organisasi	100
BAB V PENUTUP		102
5.1.	Simpulan.....	102
5.2.	Saran-Saran.....	103
5.2.1.	Saran Akademis.....	103
5.2.2.	Saran Metodologis.....	103
5.2.3.	Saran Praktis.....	103
5.2.4.	Saran Sosial.....	103
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Tubbs.....	26
Gambar 4.1. Nilai-Nilai PT Angkasa Pura II (Persero).....	65
Gambar 4.2. Logo PT Angkasa Pura II (Persero).....	65
Gambar 4.3. Tata Kelola Perusahaan PT Angkasa Pura II (Persero).....	70
Gambar 4.4. Struktur Organisasi PT Angkasa Pura II (Persero).....	70



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Komunikasi tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari manusia. Segala sesuatu yang kita lakukan dalam hidup berawal dari komunikasi, terhitung semenjak manusia lahir sampai meninggal. Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam seluruh proses kehidupan, baik itu dalam aspek sosial, ekonomi, pendidikan, dan lain sebagainya. Segala bentuk hubungan dan kegiatan yang dilakukan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok pasti berawal dari komunikasi.

Menurut Tubbs dan Moss (2000: 9-13) dalam bukunya *Human Communication* memberikan kriteria komunikasi efektif, yaitu bila terjadi pengertian, menimbulkan kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang semakin baik, dan perubahan perilaku. Bila dalam proses komunikasi terjadi khalayak merasa tidak mengerti dengan apa yang dimaksud komunikator, maka telah terjadi kegagalan proses komunikasi primer (*primary breakdown in communication*). Bila setelah proses komunikasi terjadi hubungan semakin renggang, maka telah terjadi kegagalan sekunder dalam proses komunikasi (*secondary breakdown in communication*). Komunikasi yang efektif mensyaratkan adanya pertukaran informasi (*sharing information*) dan kesamaan makna (setala atau *in tune*) antara komunikator dengan

komunikasikan. Untuk dapat menciptakan komunikasi yang efektif maka harus dilakukan persiapan-persiapan secara matang terhadap seluruh komponen proses komunikasi, yaitu komunikator, pesan, saluran komunikasi, komunikan, efek, umpan balik (*feedback*) bahkan faktor gangguan (*noise*) yang mungkin terjadi. (Kriyantono, 2012: 4)

Komunikasi efektif yang dipaparkan oleh Tubbs dan Moss adalah komunikasi yang terjadi jika komunikator dan komunikan menemukan kesamaan dalam berkomunikasi, sehingga tercipta hubungan yang baik antar satu sama lain dan menghindari kegagalan hubungan sosial antara masyarakat dengan lingkungan sekitarnya, sedangkan komunikasi yang tidak efektif adalah komunikasi yang terjadi jika komunikator tidak menemukan kesamaan komunikasi sehingga hubungan tidak berlanjut dengan baik.

Komunikasi yang efektif tidak hanya terjadi antara individu atau kelompok, tetapi komunikasi yang efektif bisa terjadi di dalam sebuah organisasi, karena komunikasi menjadi sebuah hal yang penting, seperti hubungan antara atasan dengan bawahan ataupun sebaliknya dalam pekerjaan, melaksanakan sebuah kegiatan, memberikan pelayanan, dan lain sebagainya, semua hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi. Di dalam sebuah organisasi, mulai dari struktur hingga pelaksanaan kegiatan tidak luput dari kerjasama para individu atau kelompok tertentu dalam sebuah organisasi, walaupun dengan berbeda latar belakang dan budaya, tetapi dalam lingkungan organisasi, setiap orang dituntut untuk menjadi profesional dalam sebuah organisasi agar tujuan organisasi bisa tercapai

dengan baik. Dengan komunikasi organisasi yang terstruktur, hubungan, dan kerjasama yang baik, maka akan tercapai tujuan organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk selentingan dan gosip. (Mulyana, 2008: 83)

Komunikasi formal diterapkan dalam sebuah organisasi formal pula, seperti lembaga pemerintahan atau swasta. Organisasi formal dibentuk untuk tujuan-tujuan tertentu. Bila pencapaian suatu tujuan tertentu memerlukan tujuan bersama, suatu organisasi dirancang untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan banyak individu dan untuk memberikan rangsangan kepada orang-orang lainnya untuk membantu mereka. (Mulyana, 2013: 44)

Adanya organisasi adalah sebagai wadah dalam menyusun, mengatur, dan melaksanakan sebuah program kegiatan internal atau eksternal suatu perusahaan atau lembaga, baik swasta maupun pemerintahan. Program kegiatan yang dilakukan dalam sebuah organisasi dilakukan secara bersama demi mencapai tujuan organisasi tersebut.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi formal perusahaan pemerintahan adalah memberikan pelayanan publik yang maksimal terhadap masyarakat. Tugas pelayanan (publik) adalah tugas memberikan

pelayanan kepada umum tanpa membeda-bedakan dan diberikan secara cuma-cuma atau dengan biaya sedemikian rupa sehingga kelompok pun paling tidak mampu menjangkaunya. (Nugroho dan Wihatnolo, 2008: 168)

Di dalam sebuah organisasi baik swasta atau pemerintahan, humas menjadi salah satu bagian yang penting, karena keberadaannya menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Salah satu tugas humas adalah pelayanan publik. Pelayanan publik menjadi salah satu kepentingan yang diutamakan oleh setiap perusahaan, baik swasta ataupun pemerintahan.

Menurut Cutlip dan Center dalam bukunya "*Effective Public Relations*" (2006: 1), *public relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Kemudian Cutlip dan Center (2006: 225) menambahkan bahwa tugas *public relations* adalah: 1) mendapat perhatian dari publik sasaran, 2) menstimulasi minat dalam isi pesan, 3) membangun keinginan dan niat untuk bertindak berdasarkan pesan, 4) mengarahkan tindakan dari mereka yang berperilaku konsisten dengan pesan.

Public Relations adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi 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. *Public Relations* membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya. (Cutlip dan Center, 2006: 5)

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah *"excellent service"* yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Agenda perilaku pelayanan sektor publik (SESPANAS LAN dalam Nurhasyim, 2004:16) menyatakan bahwa pelayanan prima adalah:

- a. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.
- b. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
- c. Pelayanan prima bila melebihi standar atau sama dengan standar. Sedangkan yang belum ada standar pelayanan yang terbaik dapat diberikan pelayanan yang mendekati apa yang dianggap pelayanan standar dan pelayanan yang dilakukan secara maksimal.
- d. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas; masyarakat eksternal dan internal.

Sejalan dengan hal itu pelayanan prima juga diharapkan dapat memotivasi pemberi layanan lain melakukan tugasnya dengan kompeten dan rajin. *"Excellent Service in the Civil Service refers to service discharged by a civil servant that exceeds the requirements of normal responsibilities for the post in terms of quality or output. The service is exemplary and motivates other civil servants to discharge their duties diligently and competently"*. Pelayanan umum dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat atau *customer*, baik berupa barang atau jasa melalui

tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi. Pelayanan prima sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan atau masyarakat memerlukan persyaratan bahwa setiap pemberi layanan yang memiliki kualitas kompetensi yang profesional, dengan demikian kualitas kompetensi profesionalisme menjadi sesuatu aspek penting dan wajar dalam setiap transaksi.¹

Melayani publik atau masyarakat adalah salah satu tugas humas dalam perusahaan pemerintah, karena itu menjadi salah satu tujuan utama dari sebuah perusahaan, tanpa membedakan ras, suku, sosial, ekonomi, dan lain sebagainya. Pelayanan publik yang diberikan oleh perusahaan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan di antara keduanya, yaitu organisasi dan publiknya.

Sudah sekitar 10 tahun terakhir kepadatan Bandara Soekarno-Hatta (BSH) di Cengkareng meresahkan publik terkait dengan kepadatan lalu lintas penerbangan dan terminal. Sulit menemukan pilot atau pengguna Bandara Soekarno-Hatta yang memuji dan bangga atas kondisi Bandara Soekarno-Hatta. Kepadatan pintu gerbang utama masuk Jakarta ini memang sudah melebihi kapasitas yang hanya 22 juta sementara disesaki oleh nyaris 60 juta penumpang/tahun di 2015. Menyadari hal itu, mulai tahun 2008 PT Angkasa Pura II (AP II) merancang pengembangan Terminal 3 (T3), lalu Terminal 3 *Ultimate* (T3U) dan renovasi Terminal 1 dan 2, supaya daya

¹<http://administrasidanmanajemen.blogspot.co.id/2009/01/pengertian-tujuan-dan-manfaat-pelayanan.html>. Di akses pada hari Jum'at, 28 April 2016, pkl. 19.34 WIB

tampung BSH bertambah untuk menampung ledakan pengguna dan penerbangan yang terus meningkat. Intinya pengembangan fasilitas publik seperti bandara tidak boleh berhenti terlalu lama, harus terus dikembangkan secara bertahap dan berkelanjutan mengikuti pertumbuhan kebutuhan publik yang terus meningkat. Selain pengembangan fasilitas di bandara, pemerintah dan pengelola bandara juga harus secara berkala memberikan edukasi ke publik terkait dengan perkembangan fasilitas, teknologi dan sistem yang digunakan, supaya pemahaman publik juga berkembang. Kalau publik tidak teredukasi, akan berakibat mengganggu operasional bandara secara keseluruhan.²

Pelayanan berbasis digital saat ini menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk memudahkan publik dalam melakukan dan mendapatkan sesuatu. Salah satu program untuk meningkatkan pelayanan publik yang berbasis digital pada Bandara Internasional Soekarno-Hatta adalah *airport go digital*. Program ini dibentuk oleh PT Angkasa Pura II (Persero) dan diterapkan di terminal baru, yaitu Terminal 3 *Ultimate*. Tujuan dibentuknya program ini adalah untuk memudahkan pengguna jasa bandara dalam mengatur segala keperluan dan aktivitas yang dilakukan di Terminal 3 *Ultimate* Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, program *airport go digital* menjadi salah satu pelayanan digital yang diharapkan dapat membantu pelayanan publik yang baik untuk para pengguna jasa

² <http://news.detik.com/kolom/3285787/antara-pembelajaran-dan-kualitas-pelayanan-di-t3-bandara-soekarno-hatta>. Diakses pada hari sabtu, 25 Maret 2017, pkl. 18.22

bandara di Terminal 3 *Ultimate* Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Dengan semakin meningkatnya pelayanan dan inovasi yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II (Persero), di tahun 2017 Bandara Internasional Soekarno-Hatta ditargetkan dapat bergabung dalam jajaran peringkat 50 besar bandara terbaik di dunia.

PT Angkasa Pura II (Persero), selanjutnya disebut “Angkasa Pura II” atau “Perusahaan” merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah Indonesia Barat. Angkasa Pura II telah mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah Republik Indonesia untuk mengelola dan mengupayakan perusahaan Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng yang kini berubah nama menjadi Bandara Internasional Jakarta Soekarno-Hatta serta Bandara Halim Perdanakusuma sejak 13 Agustus 1984.

Keberadaan Angkasa Pura II berawal dari Perusahaan Umum dengan nama Perum Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng melalui Peraturan Pemerintah Nomor 20 tahun 1984, kemudian pada 19 Mei 1986 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 26 tahun 1986 berubah menjadi Perum Angkasa Pura II. Selanjutnya, pada 17 Maret 1992 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 14 tahun 1992 berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Seiring perjalanan perusahaan, pada 18 November 2008 sesuai dengan Akta Notaris Silvia Abbas Sudrajat, SH, SpN Nomor 38 resmi berubah menjadi PT Angkasa Pura II (Persero).

Berdirinya Angkasa Pura II bertujuan untuk menjalankan pengelolaan dan perusahaan dalam bidang jasa kebandarudaraan dan jasa terkait bandar

udara dengan mengoptimalkan pemberdayaan potensi sumber daya yang dimiliki dan penerapan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Hal tersebut diharapkan agar dapat menghasilkan produk dan layanan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan dan kepercayaan masyarakat. Kiprah Angkasa Pura II telah menunjukkan kemajuan dan peningkatan usaha yang pesat dalam bisnis jasa kebandarudaraan melalui penambahan berbagai sarana prasarana dan peningkatan kualitas pelayanan pada bandara yang dikelolanya.

Program *airport go digital* adalah program yang dibentuk oleh PT Angkasa Pura II (Persero) untuk memberikan pelayanan publik yang prima bagi para pengguna jasa Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Program ini diterapkan di terminal baru, yakni Terminal 3. Ada 9 program utama dalam mewujudkan *smart airport* di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta yakni penyediaan aplikasi *mobile*, kios *self service check in* dan *baggage drop*, peningkatan bandwidth *WiFi* menjadi 50 Mbps per *access point*, *smart toilet*, *smart parking building*, pembuatan *fleet management system* untuk shuttle dan publik bus bandara, digitalisasi proses antrian taksi, pembangunan *airport operation control center*, serta integrasi *automatic baggage handling system (Automatic BHS)*.³

Pembentukan program *airport go digital* oleh PT Angkasa Pura II (Persero) sudah berlangsung pada bulan November 2016 setelah diresmikannya Terminal 3 *Ultimate*. Program *airport go digital* diterapkan di Terminal 3 *Ultimate* karena Terminal 3 *Ultimate* mengusung tema dengan konsep *smart airport*. Terminal 3 *Ultimate* resmi dioperasikan pada tanggal

³ www.angkasapura2.co.id, diakses pada hari sabtu, 25 Maret 2017, pkl. 18.37

9 Agustus 2016 dengan mengusung konsep *smart airport*, PT Angkasa Pura II (Persero) ingin menyajikan pelayanan berbasis digital bagi para pengguna jasa bandara.

Pengoperasian Bandara atau Terminal harus sangat rinci karena ribuan item yang harus diverifikasi secara cermat dengan melibatkan peraturan perundang undangan yang ketat. Terminal 3 merupakan terminal terbesar dan termegah di Indonesia, terlepas dari segala kekurangannya saat ini.⁴ Pengelola (PT Angkasa Pura II) harus terus meningkatkan diri. Kesalahan tidak luput dalam setiap kegiatan yang terjadi di PT Angkasa Pura II, tetapi dari kesalahan tersebut semua petugas dan pejabat PT Angkasa Pura II harus belajar dan kesalahan yang sama jangan sampai terulang. Jika terulang, maka penanggungjawab harus ditindak tegas demi pelayanan yang lebih baik kepada publik.

Audit *public relations* dikenal pula dengan sebutan audit komunikasi *public relations* (kehumasan). Audit PR adalah studi komprehensif untuk mengetahui posisi dan kondisi PR dalam organisasi, baik secara internal maupun eksternal, mencakup tentang pandangan publik terhadap PR. (Kriyantono, 2012: 301)

Dalam pengembangan suatu layanan publik, audit menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam hal tersebut. Begitu pula dalam pengembangan program *airport go digital* di Terminal 3 ini. Audit komunikasi khususnya dalam bidang kehumasan menggali informasi seputar evaluasi kegiatan arus

⁴ www.angkasapura2.co.id diakses pada hari sabtu, 25 maret 2016, pkl. 18.22

pemberian informasi mengenai pelayanan yang dilaksanakan oleh humas tentang program *airport go digital*.

Dalam pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian, menurut Hardjana (2000: 163-166) efektivitas komunikasi setidaknya berkaitan dengan empat faktor penting layak dijadikan pokok peninjauan dalam audit komunikasi kehumasan. Keempat faktor tersebut, yaitu (1) budaya komunikasi manajemen (*management's communicativeness*) yaitu budaya komunikasi di dalam manajemen humas yang berlaku di PT Angkasa Pura II dalam program *airport go digital*, (2) pengorganisasian komunikasi (*organization for communication*) yaitu pengorganisasian komunikasi yang terbentuk dalam manajemen humas PT Angkasa Pura II dalam program *airport go digital*, (3) komunikasi-komunikasinya sendiri (*communications themselves*) yaitu komunikasi-komunikasi yang berlangsung dalam manajemen humas PT Angkasa Pura II dalam program *airport go digital*, (4) umpan balik (*feedback*) yaitu umpan balik yang diperoleh manajemen humas, khususnya umpan balik dari pengguna jasa bandara mengenai program *airport go digital*.

Pelaksanaan audit komunikasi kehumasan pada dasarnya terdiri dari empat tahapan pokok seperti yang dikutip dalam buku Audit Komunikasi: Teori dan Praktek, yakni (1) menemukan apa yang “kita” perkirakan, (2) menemukan apa yang “mereka” perkirakan, (3) mengevaluasi segala perbedaan, dan (4) membuat sejumlah rekomendasi. (Hardjana, 2000: 166)

Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui sejauh mana perkembangan program *airport go digital* untuk meningkatkan pelayanan publik ditinjau dalam audit komunikasi kehumasan PT Angkasa Pura II (Persero).

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

1. M. Fikri AR dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "*Audit Kehumasan Program Quality Assurance (Studi Evaluasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*". Penelitian ini berawal dari asumsi peneliti bahwa realitas di lapangan terdapat kesenjangan terhadap implementasi program *Quality Assurance* yang menyebar pada *stakeholders* (dosen, karyawan, dan mahasiswa). Penelitian ini menggunakan teori Permasalahan yang diteliti bagaimana implementasi program *Quality Assurance* pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora ditinjau melalui audit kehumasan. Hasil penelitian ini adalah implementasi program *Quality Assurance* di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora belum efektif, terlalu *das solen* (idealitas), ada kesenjangan dengan *das sain* (realitas), budaya komunikasi manajemen yang masih belum terbuka, dan komunikasi dan koordinasi internal yang kurang optimal.
2. Dame Serepina Butar-Butar dari Universitas Sumatera Utara yang berjudul "*Public Relations Audit (Studi Komparatif Company Ideal dan Company Actual terhadap Pembentukan Citra PT. Indosat, Tbk Medan)*". Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hasil dari *public relations audit* (audit humas) yang terjadi di PT. Indosat, Tbk dan juga untuk menemukan perbandingan *company ideal* dan *company actual* terhadap pembentukan citra PT. Indosat, Tbk Medan. Permasalahan dari penelitian adalah bagaimana perbandingan *public relations audit* dalam proses perbandingan *company ideal* dan *company actual* terhadap pembentukan citra PT. Indosat, Tbk Medan. Hasil penelitian tersebut

menjelaskan bahwa kegiatan humas perusahaan ini belum mencapai keberhasilan yang maksimal, terdapat perbedaan antara *company ideal* dan *company actual* terhadap pembentukan citra PT. Indosat, Tbk Medan. Citra positif yang diharapkan pihak humas belum dapat diwujudkan secara maksimal karena masih banyak dari karyawan yang belum mengetahui media-media yang telah digagas oleh pihak humas dan karyawan juga belum merasakan manfaatnya.

3. Fandi Permana Ginting dari Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dengan judul "*Audit Komunikasi Kampanye Stop Konsumsi Sirip Hiu pada Komunitas Save Sharks Indonesia*". Penelitian ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan lingkungan hidup beberapa komunitas atau organisasi *NGO (Non Government Organization)* mengangkat isu lingkungan untuk mengkampanyekan isu penyelamatan lingkungan hidup. Peneliti menjelaskan bentuk kampanye yang digunakan Komunitas *Save Sharks Indonesia* dan proses audit komunikasi dari stop konsumsi sirip hiu. Mengevaluasi setiap programnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa langkah audit dilakukan oleh juru kampanye untuk mengemas pesan kampanye, mengetahui karakteristik target kampanye, dan pelaksanaan kampanye itu sendiri. Kampanye komunitas *Save Sharks Indonesia* sampai saat ini masih berjalan dengan baik dan semakin banyak masyarakat yang mengetahui betapa pentingnya isu ini untuk dipahami. Hal ini disebabkan kemampuan komunitas ini yang sangat kreatif dan mendidik dalam menyampaikan pesan kampanye ini.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, karena penelitian ini membahas mengenai bagaimana audit humas dalam sebuah program di suatu perusahaan, khususnya perusahaan dalam naungan Pemerintah. Dalam hal ini, program *airport go digital* yang dibentuk oleh salah satu perusahaan milik pemerintah yakni PT Angkasa Pura II (Persero) dalam meningkatkan pelayanan publik di Terminal 3 *Ultimate* Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Pelayanan publik yang dimaksud adalah pelayanan bagi para pengguna jasa bandara, khususnya di Terminal 3 *Ultimate* yang termasuk terminal baru di Bandara Internasional Soekarno-Hatta dan program *airport go digital* ini baru diterapkan di Terminal 3 *Ultimate*, maka peneliti berfokus pada pelayanan publik di Terminal 3 *Ultimate*.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah: Bagaimana audit humas program *airport go digital* PT Angkasa Pura II dalam meningkatkan pelayanan publik di terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta?

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Audit Humas
2. Program *Airport Go Digital* PT Angkasa Pura II
3. Pelayanan Publik di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengevaluasi audit humas program *airport go digital* PT Angkasa Pura II dalam meningkatkan pelayanan publik di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

1.5. Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian merupakan implikasi dari tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dari penelitian yang dilakukannya, ada 4 (empat) kontribusi yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para akademisi dalam melakukan penelitian dengan menggunakan teori komunikasi, khususnya dengan konsep audit komunikasi kehumasan dalam mengevaluasi seluruh program kegiatan komunikasi humas baik internal maupun eksternal untuk meningkatkan pelayanan publik di perusahaan pemerintahan.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan metode penelitian. Khususnya pada penelitian yang menggunakan metode penelitian studi kasus, pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian evaluatif, metode pengumpulan data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi. Baik di perusahaan swasta maupun pemerintahan. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian lain.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi untuk PT Angkasa Pura II dalam meningkatkan pelayanan publik berbasis teknologi di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Atau bandara-bandara lainnya yang berada dalam naungan PT Angkasa Pura II, sehingga dapat terus melayani secara prima demi kepuasan para pengguna jasa bandara. Para pengguna jasa bandara merupakan salah satu bagian penting untuk mendorong kesuksesan PT Angkasa Pura II.

1.5.4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada para pihak yang memberikan layanan kepada publik agar berbasis teknologi, khususnya dalam pelayanan pengguna jasa. penelitian ini tidak hanya memberikan informasi dan manfaat bagi organisasi, tetapi juga untuk publik atau masyarakat yang menggunakan pelayanan berbasis teknologi agar bisa memanfaatkan pelayanan yang diberikan atau difasilitasi dengan baik dan sesuai aturan yang berlaku di setiap organisasi atau perusahaan.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dan keterbatasan penelitian adalah beberapa kendala yang di peroleh selama penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Dari 9 program *airport go digital* yang diteliti, masih ada 4 program yang belum berfungsi sebagaimana mestinya. Jadi, 4 program ini masih

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Elvinaro., dan Lukiyati Komala-Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Boediono, B. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Rineka Cipta Jakarta.
- Cutlip dan Center. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Eriyanto. 2006. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Isi Media*. Yogyakarta : LKIS
- Fomburn dan Van Riel. 2009. *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. Rutledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon
- Goldhaber, Gerald M. 1990. *Organizational Communication*. Wm. C. Brown Publisher.
- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Grasindo
- Hattersley, Michael E. & Linda McJannet. 2005. *Management Communication: Principles and Practice*. New York: McGraw-Hill.
- Kriyantono, Rahmat. 2012. *Teknik Praktis dan Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lattimore dan Baskin. 2010. *Public Relations: The Profession and The Practice, 3rd ed*. Jakarta: Salemba Humanika
- Liliweri, Alo. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara
- Littlejohn, W. Stephen dan Foss, A. Karen. 2008. *Theories of Communication, 9th ed*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Neuman, W. Laurence. 2011. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Nugroho dan Wrihatnolo. 2008. *Manajemen Privatisasi BUMN*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Pace dan Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soeprapto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Surjadi. 2013. *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*. Bandung: PT Refika Aditama
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- West, Richard dan Lynn, H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, edisi ke-3, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika

SKRIPSI

1. M. Fikri AR. 2009. *Audit Kehumasan Program Quality Assurance (Studi Evaluasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dame Serepina Butar-Butar. 2009. *Public Relations Audit (Studi Komparatif Company Ideal dan Company Actual terhadap Pembentukan Citra PT. Indosat, Tbk Medan)*. Universitas Sumatera Utara
3. Fandi Permana Ginting. 2015. *Audit Komunikasi Kampanye Stop Konsumsi Sirip Hiu pada Komunitas Save Sharks Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Laman

1. <http://administrasidanmanajemen.blogspot.co.id/2009/01/pengertian-tujuan-dan-manfaat-pelayanan.html>. Di akses pada hari Jum'at, 28 April 2016, pkl. 19.34 WIB
2. <http://news.detik.com/kolom/3285787/antara-pembelajaran-dan-kualitas-pelayanan-di-t3-bandara-soekarno-hatta>. Diakses pada hari sabtu, 25 Maret 2017, pkl. 18.22
3. www.angkasapura2.co.id, diakses pada hari Sabtu, 25 Maret 2017, pkl. 18.37
4. www.angkasapura2.co.id diakses pada hari Sabtu, 25 Maret 2016, pkl. 18.22
5. <http://www.angkasapura2.co.id/id/tentang/dewan-direksi>. Di akses pada hari Minggu, 13 Agustus 2017, pkl. 20.45 WIB
6. <https://makuliye.wordpress.com/2012/06/15/model-model-audit-pr/>. Di akses pada hari senin, tanggal 21 Agustus 2017, pkl 20.25 WIB

