

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1. Kesimpulan

Terminal 3 sebagai gerbang utama Indonesia menjadi penting karena letaknya yang berada di wilayah Ibukota Indonesia, baik secara hal ekonomi maupun pariwisata akan mengundang banyak tamu baik dari dalam maupun luar negeri. PT. Angkasa Pura II selaku perusahaan BUMN yang bergerak dalam mengembangkan bidang bandar udara di Indonesia turut memperkenalkan kebudayaan Indonesia melalui ornamen-ornamen khas yang di sajikan secara unik di area bandara, khususnya di terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti dapatkan melalui hasil wawancara dan observasi terkait bagaimana PT. Angkasa Pura II membangun *corporate image* Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

Strategi komunikasi *public relations* yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II memiliki beberapa tahapan yakni yang pertama adalah dengan melakukan perencanaan dengan menemukan *fact finding* yang mana hal tersebut dilakukan oleh divisi *Corporate Strategy Management* Angkasa Pura II. Dalam prosesnya, terdapat 2 tim yang memiliki tugas masing-masing seperti terjun langsung ke lapangan dan melakukan analisis melalui situs jejaring sosial.

Tahapan yang kedua ialah dilakukannya *planning* pembentukkan *corporate image*. Dalam tahapan ini, dijelaskan bahwa nantinya segala pelaksanaan terkait *corporate image* ini berada di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Kemudian tahapan selanjutnya yakni *communicating*, bagaimana cara Angkasa Pura II mengkomunikasikan *corporate image*-nya. Pihaknya menjelaskan pula bahwa metode komunikasi yang dipilih ialah informatif, dimana metode ini dilakukan dengan harapan komunikan (pengunjung bandara) dapat mengerti dan memahami pesan apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Selain itu, dijabarkan pula sasaran target dari *corporate image* ini sendiri. Yang tidak lain adalah tentunya pengunjung Bandara Internasional Soekarno-Hatta, baik wisatawan dalam maupun luar negeri.

Lalu di tahapan akhir terdapat proses *evaluation*. Pihak Angkasa Pura II selalu melakukan pemeriksaan berkala melalui media monitoring, setiap hari selama jam kerja berlangsung. Setelah data diolah menjadi data yang akurat, kemudian di bahas saat rapat bersama jajaran direksi PT. Angkasa Pura II yang berlangsung secara rutin setiap bulannya. Akan tetapi, peneliti tidak mendapatkan data internal terkait dengan proses akhir dari rangkaian strategi PR. Inilah mengapa data-data yang disajikan hanya berupa data eksternal yang berasal dari media sosial Instagram.

## V.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian strategi komunikasi, PT. Angkasa Pura II memiliki 4 tahap. Dimana menurut peneliti, masing-masing tahapan sudah cukup baik. Namun pada tahapan ketiga yakni *communicating*, pihak Angkasa Pura II dirasa kurang dalam mengenalkan *corporate image* Pesona Gerbang Indonesia. Kurangnya hal tersebut berdampak pada wawasan pengunjung akan *image* dari terminal 3. Alangkah lebih baik apabila pihak Angkasa Pura II melampirkan slogannya di berbagai foto yang dilampirkan di media sosialnya, atau di pameran/*event* yang diadakan dalam mengenalkan budaya Indonesia sendiri.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, H. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center & Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana
- Melewar, T.C.. 2008. *Facets of Corporate Identity, Communication and Reputation*. New York : Routledge
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LkiS Pelangi Aksara
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2005. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2016. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Yin, Robert. K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

#### **JURNAL:**

Sartika. 2007. *Analisis Tentang Perubahan Logo Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kota Samarinda Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan*. Ejournal Ilmu Komunikasi 2007.

#### **SUMBER INTERNET:**

7 Bandara Tersibuk di Indonesia. *Airport.id* [on-line]. Diakses pada tanggal 2 November 2017 dari <https://airport.id/7-bandara-tersibuk-di-indonesia/>.

Amanda, Gita. (2017, 7 Oktober). Bandara Soekarno Hatta Masuk Peringkat Tujuh Dunia. *Republika* [on-line]. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2017 dari <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/02/25/gaya-hidup/pesona-indonesia/17/10/07/oxfqe6423-bandara-soekarnohatta-masuk-peringkat-tujuh-dunia>.

Iman. (2017, 9 Oktober). Video Contact Center, Fasilitas Terbaru di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta [on-line]. Diakses pada tanggal 10 Juli 2018 dari <https://www.airmagz.com/15434/video-contact-center-fasilitas-terbaru-di-terminal-3-bandara-soekarno-hatta.html>.

Jumlah Pengunjung Bandara Internasional Soekarno Hatta. BPS [on-line]. Diakses pada tanggal 9 Februari 2017 dari <https://bps.go.id/index.php/linkTabelStatis/1409>.

Silvia, Elsa. (2016, 4 Oktober). Kian Membaik, Terminal 3 Diharapkan Saingi Changi. Angkasapura2 [on-line]. Diakses pada tanggal 9 Februari 2017 dari <http://www.angkasapura2.co.id/id/informasi/berita-detail/kian-membaik-terminal-3-diharapkan-saingi-changi-1089>.

Silvia, Elsa. (2016, 10 Oktober). AP II Tetapkan Terminal 3 Soekarno-Hatta Sebagai Business Airport. Angkasapura2 [on-line]. Diakses pada tanggal 9 Februari 2017 dari <http://www.angkasapura2.co.id/id/informasi/berita-detail/ap-ii-tetapkan-terminal-3-soekarno-hatta-sebagai-business-airport-1099>.

Silvia, Elsa. (2016, 15 November). Terminal 3 Soekarno-Hatta Jadi Miniatur Indonesia. Angkasapura2 [on-line]. Diakses pada tanggal 9 Februari 2017 dari <http://www.angkasapura2.co.id/id/informasi/berita-detail/terminal-3-soekarno-hatta-jadi-miniatur-indonesia-1132>.

Skytrain Bandara Internasional Soekarno-Hatta Resmi Beroperasi (2017, 17 September). Angkasapura2 [on-line]. Diakses pada tanggal 15 Januari 2018 dari <http://www.angkasapura2.co.id/id/informasi/siaran-pers-detail/skytrain-bandara-internasional-soekarno-hatta-resmi-beroperasi-1300>.