

# STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT ANGKASA PURA I BANDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI DALAM MENSOSIALISASIKAN PENCEGAHAN VIRUS COVID-19

Muhammad Ananda Louded<sup>1)</sup>, I Dewa Ayu Sugiarica Joni<sup>2)</sup>, Dr. Ni Luh Ramaswati Purnawan<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: anandalouded@gmail.com<sup>1</sup>, ramaswati.purnawan@unud.ac.id<sup>2</sup>, idajoni@unud.ac.id<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*Following the outbreak of the COVID-19 virus pandemic, PR have promoted intensive socialization to provide information between organizations and their communities. The purpose of this study was to determine the PR communication strategy of PT Angkasa Pura I Gusti Ngurah Rai in providing information dissemination to the public about the COVID-19 virus. This study uses an analysis of communication strategies through socialization based on planning, namely socialization carried out on the basis of a sustainable and systematic plan. The results of the study indicate that PR of PT. Angkasa Pura I I Gusti Ngurah Rai Airport using various social media platforms to inform, increase knowledge and community activity regarding the prevention of the COVID-19 virus at airports, socialization 'Fly Again', followed the policies issued by the government and evaluations with companies.*

**Keyword:** *Communication Strategy, Socialization, Public Relations, PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali*

## 1. PENDAHULUAN

Hanya melalui strategi operasional strategi komunikasi, menurut Onong Uchjana Effendy (1984:35), dimungkinkan. Ada banyak cara untuk menjelaskan hubungan masyarakat, tetapi untuk sebagian besar, itu dilihat sebagai penghubung antara bisnis dan kliennya.

Menyusul terjadinya pandemi virus COVID-19, sosialisasi gencar digalangkan oleh banyak pihak public relations. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi merupakan sarana yang sangat penting untuk memberikan informasi antara organisasi dengan masyarakatnya. Salah satu tempat yang memerlukan sosialisasi yang baik terkait COVID-19 adalah bandara.

Pemerintah harus jelas dan transparan menyampaikan kebijakannya kepada rakyat. Ketakutan dan ketidakpercayaan orang mungkin dipicu oleh kampanye hubungan masyarakat yang gagal. Dasar dari hubungan masyarakat yang efektif adalah rencana komunikasi yang baik. Akibat keragu-raguan politik Eropa, negara-negara seperti Italia dan Spanyol tidak dapat menahan virus. Amerika adalah kekuatan besar yang gagal mengembangkan strategi komunikasi yang efektif, terutama ketika Presiden Trump menjabat dan tidak menganggap Covid-19 sebagai masalah serius yang harus ditangani saat itu. Pariwisata Bali gagal mengikuti kecepatan Covid 19 di Indonesia. Pada

triwulan II-2020, perekonomian Bali mengalami penurunan tajam hingga -10,98 persen akibat pandemi Covid-19, menurut Wakil Gubernur Bali Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati. Ada berbagai inisiatif pemulihan ekonomi yang terus dilakukan pemerintah Bali, seperti insentif bagi pelaku UMKM, pelajar SMA/SMK, dan pelajar di media, seperti media cetak dan internet

Mengutip Dirk Brockmann, profesor di Institute for Theoretical Biology, University of Berlin menyatakan bahwa “Jaringan transportasi modern adalah penyebab bagaimana penyakit menular sampai ke tempat yang jauh”. (Zaenudin, <https://tirto.id/mengapa-pesawat-dan-bandara-patut-diwaspadai-karena-virus-corona-eCRW>, akses pada 5 Februari 2021). Wuhan, Hindari negara lain dengan populasi virus corona yang tinggi. Namun, jika Anda mengambil penerbangan luar negeri, sangat terkoneksi dengan dunia internasional, salah satunya bandara I Gusti Ngurah Rai. Hal ini menunjukkan bahwa bandara sebagai fasilitas umum, rentan terhadap penyebaran virus COVID-19 karena bersifat terbuka dan ruang lingkungannya terdiri dari beragam aktivitas dan individu.

Tertanggal sejak 13 Maret 2020 Bandara I Gusti Ngurah Rai menggelar kegiatan disinfeksi dan pembersihan di fasilitas bandara dalam upaya mencegah virus COVID-19. Mulai dari penyemprotan desinfektan terhadap bangunan terminal serta bagian-bagian fasilitas bandar udara yang memiliki intensitas yang tinggi terhadap sentuhan langsung dengan pengguna jasa bandar udara hingga penerapan online customer service.

Pada Maret 2020, Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali, titik masuk turis terpenting di Indonesia, mencatat lalu lintas penumpang. 985.921 penumpang diangkut, dengan 9.231, dibandingkan dengan 1.793.875 penumpang dan 12.167 pergerakan pesawat pada Maret tahun ini. Karena kewajiban pemerintah untuk membatasi penumpang dalam kondisi tertentu, dan kebijakan karantina regional oleh banyak pemerintah di beberapa negara.

Strategi komunikasi dalam hubungan masyarakat khususnya pada hal informasi publik perlu diimplementasikan secara baik dan jelas, salah satunya humas dari PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali yang memberikan pelayanan informasi publik dari berbagai strategi kehumasan yang telah direncanakan dan dijalankan yang berbasis teknologi dan dapat diakses oleh semua kalangan publik.

Sangat penting untuk mengembangkan kepercayaan dengan publik dengan memupuk hubungan yang kuat dengan media, yang sering ditangani oleh humas. Hubungan antara perusahaan dengan karyawan media dapat dibina untuk menjalin hubungan media. Staf redaksi dan anggota staf lainnya disertakan. Menyajikan berita, berita, atau dongeng yang layak disajikan kepada media adalah cara bagi profesional PR untuk menjalin hubungan yang kuat dengan jurnalis. Persepsi publik terhadap sebuah korporasi sangat dipengaruhi oleh media. Liputan media tentang kekurangan perusahaan bisa menjadi ancaman serius. Citra perusahaan dan kepercayaan publik akan meningkat jika media melaporkan perkembangan positif di perusahaan. Karena

profesi pekerjaan media ada, maka perlu untuk menjaga kontak yang dekat dan positif dengan banyak media yang ada saat ini. Peran media dalam membentuk opini publik dan mempromosikan reputasi perusahaan sangat penting, terutama di mata masyarakat umum, yang mendapatkan berita dari media. Dimungkinkan untuk mempertahankan hubungan positif dengan anggota media dengan menerapkan semacam strategi hubungan masyarakat. Siaran pers, konferensi pers, pertemuan media, pusat media, dan kunjungan media adalah contoh aktivitas media.

Selain penerapan CHSE, aplikasi QRIS akan ditingkatkan lebih lanjut dalam hal pembuatan serta memberikan para wisatawan mancanegara merasa nyaman pada saat berada di wilayah Bali dalam hal pembayaran tanpa uang tunai. Selanjutnya, pasar lokal masih didorong, dan pasar domestik ini merupakan peluang pasar yang prospektif bagi perusahaan yang bersangkutan. Disebutkan, pemerintah telah menetapkan beberapa aturan pendukung sebagai penutup hukum dan terus memperkuat infrastruktur,. Usaha seluruh orang telah berharap kepercayaan wisatawan Bali akan meningkat. meningkat dan pariwisata akan kembali ke tingkat sebelum krisis.

Interaksi dalam (internal) dan eksternal (eksternal) ditujukan untuk membina lingkungan kerja yang harmonis untuk kepentingan organisasi secara keseluruhan. Guna memenuhi kebutuhan rumah sakit rujukan Covid-19 di Bali, BI Perwakilan Provinsi Bali menyediakan 500 tabung oksigen dan genset. Kepala Trisno Nugroho,

perwakilan Bank Bali Indonesia menyerahkan 500 tabung oksigen dan satu generator oksigen sebagai kontribusi BI untuk perjuangan rumah sakit rujukan melawan Covid-19.

Penulis memiliki ketertarikan dalam melaksanakan penelitian secara detail lagi dalam hal menunjukkan atas adanya berbagai macam strategi humas yang direncanakan dan diimplementasikan oleh pihak humas Bandara I Gusti Ngurah Rai. Maka penulis menarik judul “Strategi Komunikasi Humas PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali Dalam Mensosialisasikan Pencegahan Penyebaran Virus COVID-19”.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Hubungan Masyarakat**

#### **Definisi Hubungan Masyarakat**

Terdapat berbagai pengertian yang berkaitan dengan humas. Mengutip Alo Liliweri, dalam teori Hugo A. de Roode, Memiliki pengetahuan tentang bidang hubungan masyarakat. Tujuan organisasi dalam hubungan masyarakat adalah untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan dengan audiensnya dengan terlibat dalam upaya yang disengaja, terencana, dan berkelanjutan untuk melakukannya. (Liliweri, 2014:243).

Sedangkan menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom, “Humas merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan tata seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman, dan

dukungan dari publiknya". (Cutlip, Center dan Broom, 1985:3).

Ketika sampai pada definisi hubungan masyarakat, istilah tersebut mengacu pada proses di mana karyawan perusahaan dan masyarakat umum bekerja sama untuk menumbuhkan suasana yang menguntungkan semua orang. Tiga pilar humas adalah komunikasi, citra/persepsi, dan hubungan.

### **Fungsi dan Peranan Humas**

Mengutip Rosady Ruslan, teori Dozier D. M, adalah Memahami peran humas dan komunikasi organisasi adalah salah satu aspek terpenting dari bidang ini. Praktisi humas dapat memainkan peran yang semakin penting dalam proses profesionalisasi ini (petugas humas). (Ruslan, 2014:20).

Karena mereka mengumpulkan umpan balik konsumen, upaya hubungan masyarakat perusahaan atau lembaga sekarang lebih efektif daripada sebelumnya, dan ini mungkin dikaitkan dengan fokus mereka pada perusahaan atau lembaga dan upaya mereka untuk mengembangkan citra yang baik tentangnya. Untuk sebagian besar, hubungan masyarakat adalah alat komunikasi dua arah yang membantu orang menangani dan menyelesaikan masalah.

### **2.2 Strategi Humas**

Strategi humas merupakan saat mengembangkan kampanye atau program hubungan masyarakat, pertanyaan strategis yang dikumpulkan dari pengumpulan dan analisis data menjadi dasar untuk strategi PR (Butterick, 2012:153).

Tugas seorang manajer hubungan masyarakat adalah merumuskan strategi, mengomunikasikannya kepada audiens yang dituju, dan kemudian menilai keefektifannya

berdasarkan umpan balik dari audiens tersebut. Humas harus mampu mengamati dan memahami apa yang dilakukan agensi dan bagaimana melakukannya.

### **2.3 Sosialisasi dan Pencegahan COVID-19**

Virus ini telah menjadi pandemi ketika diumumkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Selain itu, pemerintah Indonesia telah melabeli wabah virus mahkota baru sebagai bencana yang tidak alami sejak saat itu. Wabah COVID-19 saat ini juga berpengaruh terhadap fasilitas umum, salah satunya bandara karena bersifat terbuka dan ruang lingkungannya terdiri dari beragam aktivitas dan individu. Oleh karena itu dilakukan sosialisasi sebagai satu dari beberapa usaha dalam hal pencegahan penyakit COVID-19.

Menurut Setiadi dalam (Yuana dan Ditarti 2018:5), sosialisasi untuk terlibat dalam komunitas, seseorang harus menguasai keterampilan, nilai, dan standar yang diperlukan untuk melakukannya. Sosialisasi adalah proses seumur hidup, permainan peran.

## **3. METODE PENELITIAN**

Mempelajari teknik komunikasi melalui sosialisasi berbasis program, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menilai taktik komunikasi. Penelitian ini sumber data primer dan data sekunder, yakni observasi, wawancara dan diskusi terfokus. Penulis mendapatkan data primer langsung dari pihak PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali dan juga melakukan survei dan observasi langsung di lapangan yang menyesuaikan protokol kesehatan di masa pandemi saat ini. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui Hasil dari penelusuran

literatur dilakukan guna mengumpulkan data untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penulis akan menggunakan literatur yang ada dan penelitian sebelumnya, serta catatan yang berkaitan dengan prioritas penelitian saat ini.

Kami akan melihat bagaimana strategi Humas Bandara Gusti Ngurah Rai Bali menyebarkan virus untuk mencegah COVID-19 dalam penelitian ini. Atas dasar informasi yang penulis berikan dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan teknik sampel yang ditargetkan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan, yaitu: 1. Herry A.Y Sikado selaku General Manager PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali 2. Andanina Dyah Permata Megasari H.H., Head of Human Resources Communication and Legal, dan 3. Taufan Yudhistiro, S.E., Human Resources, Corporate Social Responsibility PT Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali.

Ada tiga proses aktif untuk analisis data menurut pendekatan Miles dan Huberman, yang penulis ikuti dalam pekerjaan ini yakni pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data. Penyajian data penelitian ini menggunakan bentuk narasi untuk memaparkan hasil temuan dan analisis data, selain itu penulis juga menggunakan bentuk table untuk memudahkan melakukan penyusunan pengolahan data.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Sejarah PT. Angkasa Pura I (Persero)**

Sejak tahun 1962, PT Angkasa Pura I telah menjadi pionir di Indonesia dalam pengoperasian bandara komersial. pemerintah Keputusan 33 Tahun 1962 tentang

Pembentukan Angkasa Pura Kemayoran (PN) diundangkan pada tanggal 15 November 1962. Setelah masa transisi dua tahun, Pengadilan Negeri Angkasa Pura Kemayoran resmi mengambil alih aset dan operasional Bandara Jakarta Kemayoran dari Indonesia Pemerintah.

Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 1965, diubah dan ditambah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 1962, diubah namanya menjadi Pengadilan Negeri Angkasa Pura Kemayoran pada tanggal 17 Mei 1965. Setelah 19 Mei 1986, Keputusan pemerintah, nama perusahaan diubah menjadi "Perusahaan Umum". Perusahaan Angkasa Pura I dalam rangka pembagian wilayah pengelolaan bandar udara.

Perum menjadi Perseroan Terbatas (PT) berdasarkan ketentuan Keputusan Presiden Nomor 5 Tahun 1992, dengan seluruh sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia, maka dinamakan PT Angkasa Pura I. (Persero). Saat ini terdapat 15 bandara dan 5 anak perusahaan yang dikelola Angkasa Pura Airports di Indonesia.

##### **Sejarah Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali**

Voor Verkeer en Waterstaats (Departemen Pekerjaan Umum era Kolonial Belanda) membangun bandara di Desa Tuban, Bali, pada tahun 1930.

Belanda membangun Bandara Tuban sebagai basis operasi utama mereka di pulau Bali. Namun, Jepang menyerang Bali pada tahun 1942, merebut kendali Bandara Tuban dalam prosesnya. Sementara di tangan Jepang, landasan pacu sepanjang 1.200 meter diperluas dan dibangun kembali menggunakan teknik pelat baja.

Sejak Indonesia merdeka, Bandara Tuban telah merencanakan kebangkitan pariwisata Bali. Perluasan Bandara Tuban menjadi 2.700 meter, penambahan overrun 2 x 100 meter dan reklamasi pantai sepanjang 1500 meter adalah bagian dari proyek pertama yang digunakan untuk tujuan ini pada tahun 1963-1969. Presiden Soekarno secara resmi meresmikan Bandara Internasional Ngurah Rai pada 1 Agustus 1969, mengganti nama Bandara Tuban menjadi "Ngurah Rai". Sejak itu, bandara telah berkembang dengan berbagai fasilitas pendukung penerbangan (Echi, <https://phinemo.com/sejarah-bandara-ngurah-rai/>, akses 29 September 2021).

#### **Ruang Lingkup Kerja Humas-Communication & Legal Section**

Ruang lingkup kerja humas Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali, antara lain (Putri, 2018:50-51):

1. Press Release dan Press Conference, tugas terpenting seorang humas adalah memberikan informasi perusahaan kepada pihak eksternal perusahaan.
2. Media Monitoring, merupakan tugas wajib bagi seorang humas untuk mengumpulkan informasi mengenai perusahaan melalui kliping berita yang nantinya akan dihitung dan dikumpulkan menjadi media monitoring.
3. Mengelola Website dan Sosial Media, humas tak pernah lepas dari kaitannya dengan media elektronik.
4. Dokumentasi Kegiatan, adalah bentuk kegiatan yang didokumentasi berupa gambar maupun video yang terjadi di area bandara maupun kegiatan yang berkaitan dengan PT. Angkasa Pura I (Persero)

Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai.

5. Event Organizer secara Internal, Communication & Legal Section memegang beberapa kendali event-event besar untuk dijalankan seperti HUT AP I dan New Year event.
6. Kunjungan Penelitian, PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai juga menyediakan pelayanan informasi bagi masyarakat.

#### **Strategi Komunikasi Humas Pt Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali Dalam Mensosialisasikan Pencegahan Virus COVID-19**

Langkah-langkah Cutlip, Broom and Center untuk strategi PR dapat digunakan untuk menggambarkan strategi komunikasi sosial yang digunakan oleh PR. Angkasa Pura I Bandara Gusti Ngurah Rai Bali (Scott M. Cutlip, dkk, 2011:359-366), yaitu:

##### **4.1 Sasaran dan Tujuan Program**

Tujuan yang jelas ditetapkan untuk kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Humas PT Gusti Ngurah Rai Bali International Airport Gusti Ngurah Rai, menurut penelitian penulis. Pencegahan virus COVID-19 melalui sosialisasi yang dilaksanakan oleh Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali adalah meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan masyarakat pada program pencegahan virus COVID-19 di bandara.

Tujuan dari kegiatan sosialisasi pencegahan virus COVID-19 yang dilakukan oleh Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali adalah untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan pemerintah terkait pandemi virus COVID-19. Hal apa saja yang diwajibkan oleh pemerintah,

salah satunya mengenai protokol kesehatan. Kebijakan pemerintah terkait pandemi virus COVID-19 sangat penting untuk memastikan bahwa masyarakat mengetahui dan mematuhi aturan yang telah ditetapkan.

Dengan memberikan informasi yang benar dan data yang akurat, terukur, dan komprehensif kepada publik, maka publik akan semakin percaya kepada perusahaan dan akan mendukung setiap proyek sosialisasi yang sedang atau sedang dilaksanakan. Peningkatan loyalitas dan kepositifan masyarakat terhadap sosialisasi akan dipupuk oleh tingkat kepercayaan publik yang tinggi terhadap kinerja perusahaan, yang akan mengarah pada kemauan yang lebih besar untuk berpartisipasi dalam sosialisasi yang sukses.

#### **4.2 Identifikasi Khalayak Penentu (Key Publics)**

Pencegahan virus COVID-19 melalui Humas dari Bandara Internasional Gusti Ngurah Rai Bali memiliki target audiens yang jelas: masyarakat lokal dan traveler. Dalam kegiatan sosialisasi, tujuan utamanya adalah membangun rasa kebersamaan. Mengidentifikasi dan mengelompokkan orang-orang dari latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda diperlukan untuk meningkatkan sosialisasi dalam suatu komunitas.

Berbagai bentuk sosialisasi dari media sosial, media konvensional, hingga sosialisasi langsung di lapangan merupakan upaya Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali untuk menjangkau semua lapisan masyarakat.

#### **4.3 Kebijakan atau Aturan Untuk Menentukan Strategi**

Dalam melakukan kegiatan sosialisasi pencegahan virus COVID-19, Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali merujuk pada setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Kegiatan sosialisasi merujuk pada setiap leading sector yang berbeda, menyesuaikan dengan kepentingan yang berkaitan dengan operasional bandara. Setiap sosialisasi yang dilakukan selalu akan di evaluasi sebelum dan sesudah sosialisasi tersebut dijalankan.

Kegiatan sosialisasi pencegahan virus COVID-19 oleh Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali, selalu mengacu pada kebijakan terbaru yang dikeluarkan oleh pemerintah dan baru akan mulai dijalankan apabila sudah disepakati bersama baik oleh pimpinan maupun tim humas yang mengusulkan program sosialisasi.

#### **4.4 Strategi yang Digunakan**

Tujuan sosialisasi ini dicapai melalui berbagai metode komunikasi yang dilakukan Humas PT Angkasa Puri I Bandara Gusti Ngurah Rai Bali (Bali). Media massa digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan sosialisasi. PR dari PT. Angkasa Pura I Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali di Bandara Sosialisasi Pencegahan Virus COVID-19 telah melakukan komunikasi, media penyampaian dan inisiatif sosial sebagai berikut:

##### **a. Komunikasi**

Komunikasi humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali dilakukan lewat press release, media sosial dan website, juga melalui customer service. Berdasarkan wawancara, penulis melihat bahwa komunikasi Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali didasarkan pada pihak yang akan diajak

berkomunikasi. Misalnya, komunikasi dengan stakeholders sebagian besar dilakukan secara langsung. Sedangkan komunikasi dengan penumpang sebagian besar dilakukan lewat media sosial.

#### **b. Media Penyampaian**

Dari wawancara, penulis melihat bahwa adanya perbedaan media penyampaian sosialisasi terjadi karena adanya pengelompokan masyarakat. Media penyampaian sosialisasi yang paling efektif digunakan Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali adalah media sosial Instagram. Melalui media Humas berupaya menyampaikan pesan dan informasi sosialisasi terkait pencegahan virus COVID-19 di bandara Masyarakat umum sangat menyadari hal ini. Namun, bagi orang yang tidak memiliki akses ke media, humas menawarkan cara untuk berjejaring secara langsung di lapangan.

#### **c. Program Sosialisasi**

Dari wawancara, penulis melihat bahwa kegiatan sosialisasi pencegahan virus COVID-19 yang dijalankan oleh Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali sudah cukup maksimal dengan memanfaatkan kecepatan penyebaran informasi di media sosial untuk membantu mempermudah sumber informasi masyarakat, khususnya target marketing.

Adapun pesan yang disampaikan merupakan hal-hal yang dapat dilakukan dalam rangka pencegahan penyebaran COVID-19, antara lain: (1) Penggunaan APD, penggunaan masker dan cuci tangan; (2) Membawa dokumen persyaratan penerbangan di masa pandemi yakni surat tes negatif COVID-19 seperti surat rapid test maupun

swab; (3) Memberikan sosialisasi terkait penggunaan eHAC untuk meminimalisir antrian di bandara; hingga (4) Melaksanakan sosialisasi 'Terbang Lagi' untuk mempromosikan keamanan bepergian melalui jalur udara. Sosialisasi tersebut dibuat untuk mempersiapkan calon penumpang berkaitan pada suatu hal yang wajib untuk dilaksanakan serta disiapkan sebelum keberangkatan seturut dengan protokol kesehatan, baik memakai masker, swab test, hingga barang bawaan. Sosialisasi ini juga termasuk salah satu upaya untuk mempromosikan keamanan bepergian melalui jalur udara dan murni ide humas dari berbagai bandara.

#### **KESIMPULAN**

Hal ini dapat dilihat dari tahap perencanaan strategi komunikasi bahwa PT. Angkasa Pura I, kegiatan sosialisasi Bandara I Gusti Ngurah Rai untuk pencegahan virus COVID-19 secara umum sudah dipersiapkan dengan baik dan kesigapan Humas dalam mengikuti perkembangan pandemi COVID-19 di Indonesia. Adapun uraian singkatnya sebagai berikut:

- 1) Strategi yang dipilih meliputi menentukan komunikasi sesuai dengan target sosialisasi, memilih media penyampaian yang sesuai dengan setiap kondisi masyarakat dan pembuatan program sosialisasi yang menarik dan mempermudah masyarakat.
- 2) Jenis sosialisasi yang dilakukan ialah Dengan kata lain, sosialisasi yang bertumpu pada perencanaan jangka panjang yang sistematis. Hal ini ditunjukkan dengan lengkapnya sosialisasi yang dilakukan oleh humas

mengenai informasi terbaru terkait protokol kesehatan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

- 3) Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali menggunakan berbagai platform media. Adapun media sosial yang digunakan yaitu Instagram, Twitter dan Facebook. Media lainnya yang digunakan untuk berkomunikasi adalah email dan media TV. Strategi hubungan masyarakat PT bergantung pada penggunaan media massa baru dan tradisional. Angkasa Pura II Bandara Gusti Ngurah Rai, Bali di media massa penyampaian, respon masyarakat yang paling tinggi ialah melalui media sosial, yakni Instagram.
- 4) Sasarannya adalah meningkatkan pengetahuan dan keaktifan masyarakat terkait pencegahan virus COVID-19 di bandara, dan bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat terkait kebijakan-kebijakan pemerintah selama pandemi COVID-19.
- 5) Pesan yang disampaikan merupakan hal-hal yang dapat dilakukan dalam rangka pencegahan penyebaran COVID-19 seperti penggunaan APD, dokumen persyaratan penerbangan di masa pandemic yakni surat tes negative COVID-19, sosialisasi penggunaan eHAC untuk meminimalisir antrian, hingga sosialisasi 'Terbang Lagi' untuk mempromosikan keamanan bepergian melalui jalur udara.
- 6) Khalayak sosialisasi pencegahan virus COVID-19 oleh Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai ialah masyarakat dari berbagai

kalangan, khususnya yang hendak bepergian menggunakan jalur udara.

- 7) Aturan dan kebijakan yang diambil untuk sosialisasi pencegahan virus COVID-19 oleh Humas PT. Angkasa Pura I Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai meliputi setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan berdasarkan hasil evaluasi bersama perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Anwar, Suroyo. 2009. Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosiometri. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M., dkk. 1985. Effective Public Relations, 6th edition, prentice hall. Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Damsar. 2012. Pengantar Sosiologi Pendidikan. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Human Relation & Public Relation. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Elvinaro Ardianto. 2011. Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hamid Darmadi. 2013. Dimensi-dimensi Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial, Bandung: Alfabeta.
- Imam Gunawan. 2014. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Keith Butterick. 2012. Pengantar Public Relations Teori dan Praktek. Jakarta: Rajawali Pers.
- Liliwari, Alo. 2014. Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Morissan. 2008. Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional. Jakarta: Kencana Prenada Media.

- Onong Uchjana Effendy. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang : Intrans Publishing.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sunarto, Kamanto. 2014. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas. Indonesia.
- Sumber Jurnal:**
- Artis. 2011. *Strategi Komunikasi Public Relations*, *Jurnal Sosial Budaya*, Vol. 8, No. 2.
- Astri Yuana dan Denik Iswardani Witarti, "Strategi Humas Direktorat Jenderal Pajak Dalam Mensosialisasikan Program Tax Amnesty Melalui Website Pajak.Go.Id". Vol. 2 No. 3, 2018, hal. 5.
- Deviyanti, Ni Putu Laksmitha, IDA Sugiara Joni, dan IGA Alit Suryawati. 2018. *Strategi Komunikasi Bali Deaf Community Dalam Mensosialisasikan Bisindo (Bahasa Isyarat Indonesia) Kepada Masyarakat*. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*.
- Marheni, Ade Novi, I Gusti Agung Alit Suryawati, dan Ni Luh Ramaswati Purnawan. 2019. *Strategi Komunikasi BNN Dalam Mensosialisasikan Program P4GN Dalam Bidang Pencegahan di Kota Denpasar*. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*.
- Mayos, Elisa Aprillia, I Dewa Ayu Sugiara Joni, dan Ade Devia Pradipta. 2017. *Strategi Humas Polresta Denpasar dalam Pelayanan Informasi Publik*. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*.
- Nurita Ayu Kumalasari, "Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis Swot Pada Bisnis Delicy". Vol. 1 No. 2, 2016, hal. 229.
- Parwanto, M. L. E. (2020). *Virus Corona (2019-nCoV) Penyebab COVID-19*. *Jurnal Biomedika dan Kesehatan*, 3(1), 1-2.
- Putri, Lintang Rahima. (2018). *Manajemen Krisis PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali*. Department Of Communication Science.
- Priono, H. (2020). *Strategi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Keputusan Walikota Pekanbaru Nomor 226 Tahun 2019 Tentang Program Pekanbaru Festinight (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Syafrida, S., & Hartati, R. (2020). *Bersama melawan virus covid 19 di Indonesia*. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(6), 495-508.
- Zahrotunnimah, Z. (2020). *Langkah taktis pemerintah daerah dalam pencegahan penyebaran virus Corona COVID-19 di Indonesia*. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3), 247-260.
- Sumber Internet:**
- Admin. 2018. *Pembahasan Lengkap Teori Corporate Social Responsibility menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Corporate Social Responsibility*. Diakses pada 20 Oktober 2020 dari <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-corporate-social-responsibility-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-corporate-social-responsibility/>
- Admin. 2018. *Teori Lengkap tentang Strategi Komunikasi menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Komunikasi*. Diakses pada 20 Oktober 2020 dari <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-komunikasi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-komunikasi/>
- Ambar. 2017. *Teori Strategi Komunikasi – Pengertian – Landasan*. Diakses pada

20 Oktober 2020 dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-strategi-komunikasi> Ekariana. 2020. Virus Corona Meluas, WHO Tetapkan sebagai Pandemi Global. Diakses pada 20 Oktober 2020 dari <https://katadata.co.id/berita/2020/03/12/virus-corona-meluas-who-tetapkan-sebagai-pandemi-global>

RN. 2020. BANDARA I GUSTI NGURAH RAI LAKUKAN DESINFEKSI FASILITAS BANDARA. Diakses pada 20 Oktober 2020 dari <https://bali-airport.com/id/berita/index/bandara-i-gusti-ngurah-rai-lakukan-desinfeksi-fasilitas-bandara-1>

RR. 2020. BANDARA I GUSTI NGURAH RAI TERAPKAN ONLINE CUSTOMER SERVICE. Diakses pada 20 Oktober 2020 dari <https://bali-airport.com/id/berita/index/bandara-i-gusti-ngurah-rai-terapkan-online-customer-service-1>

Setiawan, Bram. 2020. Kuartal I 2020, Penumpang dan Pesawat di Bandara Bali Berkurang. Diakses pada 20 Oktober 2020 dari <https://travel.tempo.co/read/1329191/kuartal-i-2020-penumpang-dan-pesawat-di-bandara-bali-berkurang/full&view=ok>