Lampiran 1

TRANSKRIP WAWANCARA

Key Informan 1

Nama/Jabatan : Jeanny Chintya Septarianti Putri, Senior Officer of Public Relations & Internal Communication

Tempat : Unit Corporate Communication lantai 5 Gd 600 Kantor Pusat PT. Angkasa Pura II Bandara Soekarno Hatta, Tangerang

Waktu : Rabu, 08 Mei 2019, 11:15 – 11:41

P:	Apakah pengertian *media relations* serta tujuannya menurut mba?
N:	*Media relations* itu bagaimana kita menjalin kerja sama dengan baik dengan media, dalam hal ini termasuk jurnalis, cetak, radio, dan sebagainya. Terlepas kita ada kerja sama kontrak ataupun tidak. Tujuannya kalau secara korporasi tidak jauh dari promosi dan publikasi ke publik agar menghasilkan berita dengan *tone* yang positif.
P:	Seberapa penting pelaksanaan *media relations* bagi PT.Angkasa Pura II?
N:	Peran *media relations* penting sekali menurut saya, karena kebetulan Angkasa Pura II termasuk pengelola bandara yang cukup aktif dalam artian selalu mengembangkan infrastruktur, terus menambah bandara karena diberi kewenangan oleh Kementerian Perhubungan untuk mengelola berbagai bandara. Dalam hal ini peranan media sangat penting untuk membantu AP II mempublikasikan terkait perkembangan bandara yang dikelola.
P:	Gimana cara mengukur keberhasilan strategi *media relations* yang dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Dari *PR value* dan *news value* yang ada di *media monitoring.* Biasa untuk berita yang benar-benar menarik bisa Rp.290.000.000,- satu berita. Sekadar informasi yang bulan kemarin kita satu nilai PR value kita 1,2M.
P:	Bagaimana cara mengembangkan strategi *media relations*?
N:	*Internal meeting* di mana kita *brainstorming*, misalnya tema apa yang mau kita naikkan. Contohnya sekarang itu ada *revenue*, jadi dalam rangka lebaran atau bulan Ramadhan ini AP II memberikan *free landing fee*, itu yang kita naikkan dan sentil-sentil di *press release*. Jadi itu salah satu strategi untuk menunjukkan bahwa AP II *care* loh dengan maskapai, yakni dengan memberikan gratis pesawat untuk *landing* di bandara kalau membawa penerbangan melebihi target. Dari situ, kita menggunakan media sebagai saluran publikasi kepada masyarakat luas.
P:	Apakah ada perbedaan yang signifikan dari strategi tahun ke tahun?

N:	Media yang bekerja sama itu memang berubah-ubah, setahu aku tahun lalu kita belum bekerja sama dengan Tempo, tahun ini sudah. Jadi masih melihat bagaimana keadaan pasar, media apa yang banyak dilihat masyarakat dan bisa membangun citra baik untuk Angkasa Pura II. Jadi kita juga melakukan pemetaan media mana yang kiprahnya paling berpengaruh dalam hal publikasi bagi AP II.
P:	Bagaimana cara *Corporate Communication* AP II dalam mengembangkan jaringan?
N:	Kita mengikuti organisasi-organisasi seperti Forum Humas BUMN, Perhumas, MHBUMN, dan Forum Wartawan Perhubungan. Jadi itu menjalin silahturahmi, sekaligus menambah kontak. Biasanya sih kalau kita ada kunjungan-kunjungan misalnya humas korporasi datang ke kantor cabang bandara tertentu, nah disitu kita coba melakukan pendekatan dengan ketua Forum Wartawan daerahnya. Misalnya kalau di Soekarno-Hatta, ada Forum Wartawan Tangerang, terus ada juga kemarin ke Belitung ada Forum Wartawan Bangka Belitung. Jadi itu salah satu cara kita mengembangkan koneksi.
P:	Selama mba Jeanny bekerja di bagian *media relations* ini, apa hambatan yang paling sering dilalui dengan media?
N:	Mungkin kadang-kadang koordinasi ya, maksudnya koordinasi dalam artian disini kan cukup dinamis, maksudnya ada pemberitaan-pemberitaan yang kita butuh untuk konfirmasi dengan media melalui koordinasi. Nah, kadang itu harus ada pendekatan tersendiri gitu, misalnya mediasi untuk ngobrolnya itu paling yang agak susah karena kita butuh, mereka butuh, cuma bagaimana caranya yang kita inginkan bisa masuk ke mereka tanpa ada rasa tidak enak.
P:	Apa dalam hubungan antara Corcomm AP II dengan media terjadi hubungan dua arah yang setara atau ada salah satu pihak yang lebih mendominasi?
N:	Mungkin definisi mendominasinya kalau aku menangkapnya itu kedekatannya kali ya. Kalau menurutku sih kita cukup dekat dengan beberapa media, terutama Forum Wartawan Perhubungan. Jadi untuk koordinasi dan pembagian informasi itu lebih enak, jadi lebih dekat dan bukan mendominasi ya maksudnya. Jadinya aku bisa bilang kalau Humas AP II itu dekat dengan wartawan-wartawan seperti Forwahub. Jadi sisi mendominasinya mungkin lebih ke arah pemberian informasinya, misal kalau ada apa-apa kita bisa minta tolong untuk menaikan beritanya, bahasanya gitu jadi lebih cepat naiknya. Tapi kalau untuk komunikasi akrab jatuhnya, kayak Alfan, Dion segala lebih kayak teman main jatuhnya, jadi bisa dibilang hubungannya bagus. Aspek yang penting sih *win-win*, jadi cara penyampaian kita akan sesuatu harus menggambarkan bahwa kita benar-benar mengutamakan keuntungan sama-sama, ya karena memang tujuan kita agar kedepannya punya kerja sama yang bagus dengan media.

Lampiran 2

TRANSKRIP WAWANCARA

Key Informan 2

Nama/Jabatan : Alfan Arikza, Public Relations & Internal Communication Staff

Tempat : Unit Corporate Communication lantai 5 Gd 600 Kantor Pusat PT. Angkasa Pura II Bandara Soekarno Hatta, Tangerang

Waktu : Rabu, 08 Mei 2019, 11:43-11:56

P:	Apasih pengertian *media relations* menurut mas?
N:	*Media relations* itu satu kegiatan di mana satu instansi yang bergerak di bidang kehumasan menjaga komunikasi, relasi antara si instansinya itu sendiri dengan media-media yang berhubungan dengan perusahaan tersebut. Jadi lebih kepada hubungan dua arah dari suatu humas atau *Public Relations* dengan si medianya itu, baik itu berupa penyebaran informasi ataupun menyediakan informasi yang diminta oleh si wartawan, supaya publikasi mengenai AP II bisa dimuat dengan baik, kayak gitu.
P:	Berarti tujuannya itu untuk menyediakan informasi ya mas?
N:	Secara garis besarnya itu memang seperti itu ya, jadi media relasi itu tidak cuma sekedar kalau secara formalnya hubungan di mana media itu butuh informasi, kita juga menyebarkan informasi dan kita butuh istilahnya "*exposure"* dari media itu sendiri. Misalnya, kita ada kegiatan *corporate event*, di mana kita butuh publikasi dan komunikasi, saat itulah kita menjaga relasi yang baik dengan wartawan. Kita undang mereka, kita adakan *press conference*, kita sebar *press release* juga seperti itu. Sebaliknya, kalau misalnya media itu yang membutuhkan kita dalam artian butuh informasi, mereka akan kontak kita *by telephone, by whatsapp, by email*, apapun itu. Sehingga dari situ terjadi hubungan dua arah.
P:	Kalau untuk cara mengelola relasi dengan media selama ini gimana sih mas?
N:	Sampai sejauh ini kalau kita bicara dari AP II-nya, kita melakukannya dengan dua cara ya baik informal maupun formal. Dari secara formal kita selalu ada *event* yang tiap tahunnya kita lakukan, semisal *press conference*, *door stop*, itukan formal banget yah, terus *advertorial*, kita melakukan publikasi, kita ada penayangan TVC-TVC ke media-media *mainstream* baik itu televisi, *online*, ataupun cetak, yah itu yang formalnya. Kalau hubungan ke yang informalnya kita ada setiap tahun juga melakukan *media gathering*, itu di mana kita mengajak rekan-rekan media nasional baik *online* maupun cetak itu buat kumpul di satu bandara kita untuk melakukan liputan. Habis itu kita ada *roadshow*, misalnya kita ajak ke bandara Padang ya kita ajak *roadshow* di bandara-bandara kita, fasilitas-nya seperti apa, kemudian pariwisata yang ada

	di Padang itu seperti apa. Itu yang agak semi-informal atau yang informal-nya. Selain itu juga ada misalnya kalau momen-momen lebaran atau Ramadhan kita ada buka puasa bersama. Itu salah satu cara kita menjalin komunikasi dengan mereka.
P:	Jadi kalau untuk yang informal itu misal *media gathering*, apa rutin?
N:	Biasa kita lakukan itu selambat-lambatnya dua tahun sekali atau biasanya juga setahun sekali.
P:	Kalau untuk *media visit* itu ada mas?
N:	Ada, itu masuk yang formal. Jadi tim dari *Corcomm*-nya AP II berangkat berkunjung ke redaksi dari masing-masing *channel* berita kita.
P:	Terus kalau di *media relations* itu kan pasti ada strategi-nya ya mas, nah gimana sih tahapan untuk membuat strategi itu?
N:	Biasa sih kita dimulai dari *internal meeting* dulu yah, kita akan nyiapin *media planning* biasanya dalam setahun atau mau dalam per semester, seperti itu. Kemarin sih kita lakuinnya, ngejabarinnya sih lupa deh setahun apa enam bulan saya lupa. Pokoknya intinya ada *media planning* itu, tahun ini kita mau publikasi ke mana, kita kontrak kerja sama dengan siapa aja kira-kira yang sesuai. Kalau sudah kontrak kerja sama dengan media mana, kontennya apa yang akan dilakukan, apakah membuat video, apakah infografis, atau *pure* liputan khusus yang kita sebar *press release.* Jadi sudah kita *media planning* disitu.
P:	Jadi di tiap media itu ada kontraknya gitu ya mas?
N:	Ya, itu yang kita pilih, misalnya kita maunya sama satu media misalnya aja "Kompas.com". Yasudah kita pilih Kompas.com, yang lainnya kita sortir dulu, Kompas.com saya maunya yang *press release* sama pembuatan video, oke nanti besokannya mungkin yang *handle* siapa, sama Detik.com maunya yang infografis-nya aja, besok lagi sama media yang lain lagi, Warta Ekonomi misalnya maunya yang cetaknya aja. Jadi beda-beda tergantung dari *media planning*-nya nanti gimana.
P:	Terus kalau kayak gitu kan berarti ada segmentasi pemilihan medianya gitu ya mas, nah apasih yang jadi pertimbangannya?
N:	Ini, dari *viewers,* itu mereka bisa kasih kita nilai berapa tinggi pembaca-nya atau *feedback audience,* itu dari situ kita lihat, satu. Yang kedua, konten atau materi yang mereka tawarkan ke kita seperti apa, sesuai nggak sama potretnya AP II? Misalnya nih, kita segmentasinya kan sebenarnya sih segmentasi bandara kan semua umur, cuma gimana caranya men-*creating image* tentang AP II biar pas. Misalnya bikin videonya yang gak terlalu kaku lebih ke humanis, nah itu kita lihat tuh konten-kontennya mereka nawarinnya seperti apa, kayak gitu. Jadi kalau sejauh ini dua itu yang lebih kena viewers-nya itu, feedback-nya itu, yang kedua konten materi yang ditawarkan.
P:	Kalau sampai sekarang total sudah berapa media ya mas yang bekerja sama?
N:	Kompas.com, Berita Trans, Tempo, Warta Ekonomi, Bisnis Indonesia, Kumparan, dan Rakyat Merdeka itu yang kontrak ya. Kalau yang beli lepas ada Detik, Gatra, Suwa, itu sih kurang lebih.

P:	Apa seluruh staff Corporate Communication AP II sudah paham tentang strategi *media relations*?
N:	Kalau khusus yang meng*handle* PR *Communication* itu seharusnya sudah terinfo. Tapi kan karena disini ada membawahi 3 sub-unit, yang satu *institutional and investor relations*, yang satu *corporate office support*, satu lagi PR. Nah yang PR ini yang lebih paham karena memang secara khusus meng*handle* tentang publikasi dan komunikasi. Yang dua selain itu lebih ke bidangnya masing-masing, mereka hanya terinfo aja "oh nanti kita akan kedatangan wartawan ini, kita mau ngadain *press conference*, kita mau bikin infografis, kayak gitu aja.
P:	Sarana komunikasi apa saja yang dipakai untuk menjalin hubungan dengan media?
N:	Kita sampai sejauh ini standar sih, kayak misalnya *whatsapp group* itu yang paling efektif untuk agenda kegiatan, yang kedua surat menyurat itu masih tetap harus jalan, manual ya cetak gitu, *email* juga itu penyebaran *press release* kita *by email*.
P:	Terus kalau di *Corporate Communication* AP II ini apa ada membentuk tim media?
N:	Kita langsung jadi satu semuanya.
P:	Kalau menurut mas, *Corporate Communication* AP II ini sudah memberikan materi pemberitaan dan akses informasi yang baik belum sih ke media?
N:	Kita secara rutin itu seminggu bisa dua sampai tiga kali *press release* bahkan bisa lebih, tergantung dari *event* yang masuk. Dan disitu jumlahnya jauh lebih banyak dibandingkan dengan tiga sampai lima tahun ke belakang, itu jumlahnya jauh lebih banyak yang satu sampai dua tahun belakangan ini. Jadi memang kalau menurut kita sih, kita sudah sangat komunikatif dengan teman-teman media. Entah itu kita ada *event* atau enggak, kita diminta memang untuk bisa membuat *press release* dua sampai tiga minimal, itu sudah sedikit banget sebenarnya.
P:	Kalau tahapan dalam membuat materi pemberitaan untuk media itu gimana sih mas?
N:	Kalau misalnya kita ada *event*, itu kita biasa bikin *press release* dulu, kita sebarkan melalui *whatsapp* dan juga *email*, setelah itu baru kita akan lihat hasilnya melalui *media monitoring* kita. Kalau misalnya sifatnya adalah pembelian materi konten itu kita biasanya rapatin *internal* dulu kita mau bikin video apa, terus *storyline*-nya seperti apa, ketiga target *audiens*-nya apa, keempat baru eksekusinya seperti apa.
P:	Apa disini ada kebijakan atau taktik yang ditetapkan dan dikembangkan oleh *Corporate Communication* AP II buat mencapai tujuan *media relations*?
N:	Kalau kebijakan mungkin maksudnya SOP kita kali ya, iya itu ada. Contohnya *spokeperson* kita itu dimulai dari pak direktur utama. VP *Corcomm* nomor satu, nomor dua itu *Senior Vice President Corporate Secretary*, terus direksi-direksi dulu, yang paling tinggi itu direktur utama. Itu kalau di kantor pusat yang

	sifatnya korporasi ya, tapi kalau di kantor cabang itu langsung kepada *Executive General Manager* kantor cabang.
P:	Berarti kalau missal ada berita atau isu, siapa yang pertama menjadi juru bicara di media?
N:	Tergantung kalau sifatnya itu lebih teknis banget ke operasi bandara, itu kantor cabang. Kalau sifatnya kebijakan atau nasional itu yang paling skalanya besar itu pak dirut (direktur utama) kita. Kedua mungkin baru direksi yang lain yang memang membawahi bidangnya. Misalnya tentang keuangan obligasi waktu itu, yang ngomong direktur keuangan, waktu kita melepas obligasi saham pertama itu.
P:	Kalau misalnya untuk yang VP *Corcomm* itu biasanya muncul media membahas tentang apa?
N:	*Achievement*, kemarin itu terakhir VP *Corcomm* ngomong tentang *achievement*-nya *Corcomm* itu sendiri. Kita kan habis dapat *award* di PR Indonesia, nah itu VP *Corcomm* yang ngomong. Penilaian hasil kinerja tahun lalu, tapi *awarding*-nya tahun ini.
P:	Terus kalau di *Corporate Communication* ini apa ada merekrut wartawan sebagai *Public Relations Officer*?
N:	Itu istilahnya *professional hired* itu, jadi dia itu yang punya latar belakang memang bergerak di bidang jurnalistik, ada kita jadi dia mantan jurnalis dan direkrut untuk kerja disini.
P:	Apa *Corporate Communication* AP II memasuki atau punya kontak dengan organisasi-organisasi profesi (seperti organisasi kehumasan dan kewartawanan)?
N:	Kita itu masuk di Forum Humas BUMN satu, yang kedua itu PR Indonesia itu kalau yang sesama profesi ya. Kalau dengan wartawan itu kita masuk di forwahub (forum wartawan kementerian perhubungan), ada juga forum wartawan BUMN. Itu yang utamanya kita ada empat.
P:	Terus gimana sih cara mengukur keberhasilan strategi *media relations* yang dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Kalau secara spesifik ya kita memang masih dalam tahap memformulasikan itu ya, efektivitasnya. Tapi kalau secara praktis, lebih cepatnya itu kita bisanya melihat lewat *media monitoring*, PR *value*-nya berapa, *news value*-nya berapa. Nah disitu sudah kelihatan tuh, misal "oh ternyata orang-orang itu tertarik tentang Soekarno-Hatta ya" kita bisa klasifikasikan sebenarnya, kita tabulasi. "oh ternyata orang-orang tertarik tentang bandara Kualanamu ya", "ternyata orang-orang itu tertarik dengan fasilitas penunjang transportasi yang ada di Soekarno-Hatta". Nanti bisa ketahuan PR *value*-nya berapa, *news value*-nya berapa.
P:	Informasi apa yang biasa menarik wartawan untuk meliput AP II?
N:	Soekarno-Hatta, jadi kasarnya itu Soekarno-Hatta bandara yang paling "*sexy*" lah kalau orang-orang sini bilang. Kenapa? Karena dia ada satu kejadian kecil itu pasti naiknya ke nasional, beda kalau misalnya bandara Juanda Surabaya mengalami kemacetan di parkiran, itu enggak senaik itu. Kalau Soekarno-Hatta

	itu naiknya sampai nasional, kayak misalnya Soekarno-Hatta diapresiasi mendapat nilai *Skytrax* masuk 40 besar dunia bintang 4 misal, kebetulan kita dapat yang *most improved airport in the world*, itu naik tuh beritanya sampai nasional banget. Pun demikian kalau beritanya agak sedikit cenderung negatif itu naik juga.
P:	Tapi kalau dibandingin misalnya positif sama negatif itu yang lebih menarik si wartawan yang mana?
N:	Mereka tuh pasti lebih senang sama berita negatif. Berita negatif tuh lebih cepat tersebar dari pada berita positif. Jadi kalau mau ditarik secara umum, orang lebih cepat viral tuh pasti yang negatif.
P:	Kalau misalnya contoh berita negatif dari Soetta yang belum lama ini apa mas?
N:	Belum lama ini kemari nada yang gantung diri di bandara, itu paling baru. Tapi kalau yang sempet menarik juga itu yang waktu Asian Games, fasilitasnya banyak yang muji. Tapi kalau yang negatif ini yang nyuri koper, anak SMP. Sekarang sudah tidak terlalu banyak berita negatif, karena kita *concern* sama *service*, jadi yang namanya bagasi dan lain-lain, kita juga aktif mengedukasi penumpang melalui media bahwa "ini tuh ranahnya *airlines*, ini tuh ranahnya bandara." Jadi orang-orang sudah paham sepertinya, mereka harus pergi kemana gitu.
P:	Media apa yang paling sering digunakan *Corporate Communication* AP II buat mempublikasikan kegiatan maupun informasi tentang PT.Angkasa Pura II (cetak dan *online*)?
N:	Dua-duanya imbang sih, karena kita ngeblast *press release* kita tuh ke semua wartawan yang *online* maupun yang cetak. Karena kita langsung di *list email* kita itu langsung masuk semua wartawan, semua medianya. Kalau ngomongin cepat-cepatan, banyak-banyakan ya cepat *online* karena biasanya mereka ambil dari *press release* yang kita sebar *by whatsapp* atau *by email*. Dari satu *release* mereka bisa bikin dua atau tiga berita. Disitu juga wartawan bisa menghubungi kita untuk menanyakan informasi tentang isu-isu tertentu yang mereka butuh dan agenda yang kita punya yang bisa kita kirimkan ke grup tersebut. Jadi wartawan dapat dengan mudah menerima informasi yang mereka butuhkan dan sebisa mungkin kita selalu memberikan informasi tersebut."
P:	Terus cara *Corporate Communication* AP II memberi tanggapan kalau ada berita negatif tentang organisasi yang beredar di media gimana sih?
N:	Biasanya gini, kita konfirmasi dulu berita ini permasalahannya teknis bandara atau sifatnya yang korporasi kebijakan. Kalau memang sifatnya ini teknis bandara, itu langsung kita serahkan ke *branch communication* kita di masing-masing cabang. Tapi kalau misalnya itu sudah skala besar, kita biasanya sortir dulu, ini berita misalnya tentang mati listrik ya, kita cek berapa lama mati listrik, misal *sky train*, misalnya 30 detik mati listriknya, evakuasinya seperti apa, ada korban tidak. Jadi kita cek dulu permasalahannya apa, penanggulangannya seperti apa, ada korban atau tidak. Setelah itu kita kasih tahu lagi data bahwa misalnya dalam 6 bulan terakhir kita tidak pernah mati, baru ini mati. Jadi media tidak bisa memberitakan "*sky train* bandara Soekarna-Hatta sering mati" karena

	kita punya data, kita sudah kumpulin data dulu. Jadi *step-step*nya itu kita sortir dulu masalahnya apa, penanggulangannya gimana, ada korbannya tidak, baru kita tampilin data-datanya. Jadi kita sudah *prepare* dan mereka tidak bisa bikin *bad news*.
P:	Tapi selama ini ada atau sering gak sih mas *bad news* seperti itu?
N:	Ada, jadi kan kalau di etika jurnalistik yang dulu kita pelajarin di komunikasi, kita punya hak jawab dan hak sanggah, dalam waktu sekian hari kita punya itu. Waktu itu pernah pemberitaan sayap pesawat dua maskapai tabrakan bilangnya di Soekarno-Hatta. Kita konfirmasi ke teman-teman *branch communication* "benar gak nih ada senggolan pesawat ini?", ternyata tidak ada. Yang naikin waktu itu media *online*, langsung kita telepon "mbak, mas ini beritanya salah, bukan di Soekarno-Hatta". Itu selang 30 menit kalau gak salah, minta tolong di *take out* beritanya, diganti judulnya, diganti tulisannya juga bukan di Soekarno-Hatta. Kita cek dan minta tolong kirimkan buktinya gitu karena itu kan memang hak sanggah kita.
P:	Biasa rata-rata media kalau mau *post* berita itu konfirmasi kesini dulu atau langsung?
N:	Idealnya itu mereka konfirmasi dan menanyakan. Kadang-kadang mereka menaikan berita yang memang sepengelihatan mata atau memang lagi viral. Media kan harusnya sifatnya *cover both side*, tidak boleh kalau tidak berimbang. Jadi mereka harus konfirmasi, kalau tidak mereka bisa juga kita sanggah.
P:	Terus kalau hambatan yang dihadapi saat pelaksanaan *media relations* apa saja?
N:	Lebih kepada informal aja sih, gimana cara komunikasi yang baik dengan wartawan. Kalau selama ini pengalaman pribadi ku, lebih gimana caranya komunikasi yang baik secara informal, jadi gak cuma kita menghubungi mereka waktu lagi butuh, tapi kalau misalnya kita lagi santai "yuk, kita ngopi yuk" misalnya kayak gitu. Itu tantangan buat kita, karena kan mereka juga ada kesibukan, kita juga sibuk bagi waktunya susah dan posisi kita ini kantor pusatnya di Tangerang, sedangkan teman-teman berita nasional itu semuanya di Jakarta kebanyakan. Itu sih tantangannya sampai sejauh ini, tapi *so far* tidak ada masalah yang terlalu kayak gimana-gimana.
P:	Selama ini apa ada semacam wartawan bodrex?
N:	Ada, itu sering kalau misalnya untuk kasus berhubungan dengan LSM sekitar bandara, tidak cuma di Soekarno-Hatta, tapi di cabang-cabang juga sama seperti itu ada. Kalau aku sih belum pernah *handle* wartawan bodrex, tapi dari yang senior-senior kayak misalnya manajer kita kan dulu sempat di cabang, dia itu caranya tetap diajak ketemu, tanya maunya apa, "oh kita mau naikin berita ini bandara Kualanamu menutup akses jalannya warga", "akses jalan warga yang mana?". Jadi kita lebih kepada mediasi, kita tidak langsung serta merta mengakomodir permintaan mereka, kita ajak ngobrol mereka butuh informasi apa. Ada kan kadang-kadang yang nakal seperti minta duit atau segala macam, kita tidak bisa kayak gitu, sekali kita memanjakan seperti itu nanti pasti mereka

	akan mengulangi lagi. Selain itu, kita juga bisa lihat *press card*nya dari media mana, minimal surat tugas dari redaksi.
P:	Terus kalau disini apakah ada *press room*?
N:	Ada, tempatnya di Gedung 601 Soekarno-Hatta.
P:	Apa pernah terjadi konflik yang lumayan besar antara *Corporate Communication* AP II dengan media?
N:	Paling itu tadi sih, *mis* naikin berita aja yang tadi aku bilang seperti sayap pesawat kayak gitu, maksudnya mereka tidak konfirmasi, langsung naikin berita aja tanpa konfirmasi "benar gak nih" kayak gitu, lebih kepada konfirmasi berita.
P:	Apa media yang sudah kerja sama selalu memuat aktivitas *media relations* dari *Corporate Communication* AP II?
N:	Selalu, karena itu memang tertuang dalam kontrak kita misalnya kontrak dalam 1 tahun. Kebetulan aku *handle* Kompas.com, kita dapat jatah misalnya 60 berita dalam setahun, itu mereka pasti akan naikin berita-berita yang memang berhubungan dengan AP II dan itu sesuai konfirmasi dari kita. Mereka pasti nanya "mas Alfan mau naikin yang ini gak?" "oke boleh." "mas Alfan mau naikin yang ini gak?" "oh jangan dulu, yang lain aja".
P:	Apa terjadi simbiosis mutualisme dalam hubungan dengan media?
N:	Jelas, kan karena kita butuh mereka dan mereka juga butuh kita. Satu, kita butuh publikasi tentang gimana kinerja kita, gimana pelayanan kita kepada para pengunjung dan juga *stakeholders* kita, ya kita butuh itu buat lebih kepada *ending*nya sih memang citra positif ya, tapi terlepas dari itu kalau memang kinerja perusahaan kita bagus, pelayanan kita bagus, citra positif itu akan terbentuk dengan sendirinya. Lebih kepada publikasinya sih kita butuh, mereka pun kalau misalnya dibilang butuh ya butuh karena mereka kan harus menulis berita, apalagi kalau misalnya mereka di unit transportasi atau infrastruktur mereka mau tidak mau harus cari berita kesini. Jadi kita terbuka untuk informasi dan mereka juga terbuka untuk membantu menaikan publikasi, gitu sih simbiosisnya.

Lampiran 3

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 1

Nama/Jabatan : Nanang Yudhistira, wartawan kontributor Metro TV wilayah Tangerang

Tempat : J.CO Donuts & Coffee Damyati Pasar Lama, Tangerang

Waktu : Jumat, 24 Mei 2019, 19:12 – 19:30

P:	Sejak kapan mas mulai meliput pemberitaan mengenai PT.Angkasa Pura II?
N:	Sejak Februari tahun 2014, kurang lebih 5 tahun.
P:	Menurut sepengetahuan mas, apa saja kegiatan *media relations* yang telah dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Ya banyak sih, artinya banyak agenda atau program-program yang dibuat sama PT Angkasa Pura II pada umumnya, khususnya itu bandara Soekarno-Hatta. Artinya program-program itu merupakan program yang meningkatkan sebuah pelayanan itu di *share* beritanya, *release*nya gitu. Ada juga beberapa kali diadakan *gathering* kunjungan ke bandara-bandara yang dibawah naungan PT.Angkasa Pura II atau lebih condong ke *airport visit*. Jadi *airport visit* itu merupakan salah satu agenda *Corcomm* PT.Angkasa Pura II.
P:	Bagaimana persepsi mas tentang pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II, apa sudah berjalan dengan ideal?
N:	Sudah, ya lumayan lah, karena mereka cukup terbuka akan informasi.
P:	Menurut mas, apa strategi yang cocok yang bisa dilakukan *Corporate Communication* AP II dalam menjalin hubungan yang baik dengan pihak media?
N:	Salah satu strateginya ya tidak terlepas dari sebuah komunikasi antara *Corcomm* atau humasnya bandara atau sebuah perusahaan jangan sampai harus lepas komunikasi. Karena komunikasi dua arah itu sangat penting untuk *Corcomm* sebuah perusahaan, jadi harus *keep contact*. Persoalan di bandara itu ketika memang dia mau meluncurkan suatu program atau produk itu diajak teman-teman media, "ini loh produknya" jadi *sharing berita*, *sharing update* sebuah program dari bandara itu dia lebih intens jadi bisa buat bahan liputan.
P:	Sebagai wartawan, mas sendiri lebih sering mencari informasi mengenai PT.Angkasa Pura II langsung ke narasumber atau melalui Humas terlebih dahulu?
N:	Tentatif sih mba itu jatuhnya, kalau kita sudah punya kedekatan emosional sama narsum khususnya narsum di wilayah lingkungan AP II, itu kita bisa langsung. Tapi terkadang juga kita tanya dulu sama humas, misalkan ada insiden apa di bandara misal kayak atap roboh, kita tanya ke humasnya, kita konfirmasi lah. Tapi ketika memang kita mau melebarkan sebuah berita, artinya kan ada

	narasumber atau pihak yang dikonfirmasi dalam bagiannya itu, jadi tentatif jatuhnya.
P:	Apa *press release* yang diberikan oleh *Corporate Communication* AP II sudah memenuhi standar teman-teman wartawan atau kebijakan dari media yang bersangkutan?
N:	Sudah karena staff ahlinya itu memang dari media, jadi staff ahlinya kayak bang Deni itu kan dari media, dia ex wartawan juga direkrut. Jadi persoalan yang merilis, ketika dia mengeluarkan rilis itu yang membuat staff ahli, jadi SOP-nya itu sudah bagus.
P:	Bagaimana tanggapan mas terkait dengan akses informasi dan materi pemberitaan yang diberikan oleh *Corporate Communication* AP II? Apakah sudah mencukupi?
N:	Bicara cukup sih cukup, tapi terlihat dari pokok permasalahannya ketika memang kita bikin itu *hard news* itu balik lagi ke insidentil jika memang ada peristiwa di bandara. Memang terkadang susah dihubungi, narsum tidak mau mengeluarkan *statement*, tapi terkadang juga ada bisa gitu. Jadi ini sebenarnya tergantung emosional kita sama pihak narsum PT.Angkasa Pura aja. Kalau humasnya sih selalu *welcome*, cuma kadang yang susah dikontak itu narsumnya.
P:	Apa pemberitaan yang menarik terkait dengan PT. Angkasa Pura II untuk diliput wartawan?
N:	Yang menarik itu adalah satu penumpang pesawat, terus kedua ketika memang ada insiden atau sebuah peristiwa yang TKP-nya atau tempat perkaranya itu di bandara, sangat menarik. Karena ada istilah atau pepatahnya itu "cicak jatuh aja di bandara itu bisa naik berita". Kalau dibandingkan yang menarik itu lebih cenderung yang *bad news* lah.
P:	Apa mas pernah menulis informasi atau berita yang sifatnya mengkritisi PT. Angkasa Pura II? Kalau iya, bagaimana tanggapan *Corporate Communication* AP II mengenai hal tersebut?
N:	Sering, ini banyak sih ya kita misalkan kayak persoalan pembangunan infrastruktur yang ada di wilayah bandara ini kan terkadang-kadang juga suka molor, dalam proses pembangunannya. Itu juga kita kritisi, tapi tetap selain kita kritisi pun kita juga kasih hak jawab ke mereka "apasih yang menjadi sebab akibatnya hingga sampai molor?" gitu loh.
P:	Tapi biasa kalau naikin berita juga konfirmasi dulu ke humasnya?
N:	Iya, kan kalau gitu ada beberapa metode pemberitaan dan juga ada beberapa jenis pemberitaan kayak *online* sama cetak itu *by phone* bisa. Tapi kalau buat teman-teman TV itu tidak bisa kalau hanya seperti itu, karena kan kita butuh visual dan ketemu langsung sama narsumnya untuk diwawancara.
P:	Terus kalau misal mas sudah naikin berita, bagaimana tanggapan atau *feedback* dari *Corcomm*nya?
N:	Oke-oke aja, artinya dia tidak pernah menyalahkan ketika kita membuat apapun berita di bandara yang sifatnya mengkritisi dalam proses pembangunan itu tidak masalah. Sama dia sih tidak masalah, tapi tetap dia pun cuma nanya, tanyanya ketika memang tiba-tiba itu tayang di TV atau sebuah media. Kalau misalkan

	memang tidak ada SOT-nya atau tidak ada narsumnya dari pihak AP II memang dia pasti nyalahin "kok begini?" tapi ketika memang *next*nya itu juga langsung ditindaklanjuti oleh pihak AP II, artinya dia bikin *release* lagi atau dia bikin *press conference* terkait dengan pemberitaan itu.
P:	Apa dari *Corporate Communication* AP II memberikan fasilitas-fasilitas khusus buat wartawan untuk menunjang pelaksaanan *media relations*?
N:	Ada, kita dikasih akses dalam proses peliputan karena kan di bandara itu tempatnya ada beberapa spot yang bisa kita ambil gambar. Artinya tetap kasih akses buat teman-teman media dan dia juga kasih sarana prasarana kayak semacam *press room*, jadi itu aja.
P:	Apa mas pernah mengikuti kegiatan-kegiatan informal antara wartawan dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	Pernah, sering sih misal kayak bukber atau semacamnya gitu ya. Artinya secara pribadi saya punya kedekatan emosional sama teman-teman *Corcomm* AP II itu saya dekat. Jadi sering kumpul-kumpul terlepas dari soal kerjaan, sehingga memang cukup akrab.
P:	Apa pernah ada hambatan ataupun konflik saat melaksanakan *media relations* dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	Ada, kalau bicara konflik ya paling kalau kita lagi proses pemberitaan, balik lagi yang tadi ketika kita bikin *voice over* memang jatuhnya opini. Tapi karena kita bicara media visual itu didukung dengan kekuatan visual yang ada. Ketika memang itu konflik naik menjadi *case*, kita ditelepon "kok gini beritanya?". Ya kan yang penting kita sudah ada niat untuk konfirmasi, ditelepon susah gitu kan kita tidak tahu. Di mana kita dituntut sama kantor "ayo cepatan naikin beritanya, sudah cepat buat beritanya, sudah VO aja". Ya sudah, tapi akhirnya dia tetap *next*nya kita kasih hak jawab buat dia, gitu. Pada intinya miskomunikasi aja.
P:	Terus bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan atau konflik tersebut?
N:	Paling hak jawab kita kasih, walaupun terkadang itu beritanya sudah tayang gitu. Kecuali kalau misalkan memang berita itu *running*, itu ada *update*nya gitu. Tapi kalau misalkan memang hanya biasa gitu doang, ya sudah gitu putus disitu aja dengan sendirinya, komunikasi pun baik lagi.
P:	Apa terjadi simbiosis mutualisme antara hubungan *Corporate Communication* AP II dengan wartawan?
N:	Iya, jadi sejajar komunikasinya. *Corcomm* banyak memberikan informasi, karena kan bicaranya dia butuh publikasi. Jadi dia lebih sering mengeluarkan *release*, lebih sering dia mengadakan *event press conference* karena bicara produk layanannya dia kan dan bicara layanan para penumpang, gitu aja. Jadi lebih condong ke dia, dia lebih mencari kita sebagai media dari pada kita mencari dia, istilahnya dia lebih butuh.
P:	Apa ada saran maupun harapan anda mengenai *Corporate Communication* AP II kedepannya agar lebih baik?
N:	Lebih ditingkatin komunikasi aja sih sebenarnya, dan jangan pernah putus komunikasi apapun persoalannya, apapun bentuk pemberitaannya minimal itu

	ketika dikonfirmasi itu dijawab, karena disaat tidak dijawab sama pihak AP II ataupun bandara Soekarno-Hatta itu akan menjadi sebuah opini yang jelek. Karena publik bisa melihatnya kayak merasa antipati atau masa bodoh gitu loh. Karena kan selama ini memang karakter orang kan beda-beda, bicara narsum itu kan bicara karakter beda-beda. Cuma lebih cenderung kita ambil contohnya kayak bicara tiket penumpang mahal ini berdampak sama proses pendapatan dari *passenger*nya bandara. Walaupun, itu sebenarnya bukan ranah PR pengelola bandara AP II. Tapi dia tidak pernah mau ngomong persoalan itu gitu loh, kayak semacam dia ada rasa takut gimana-gimana, kayak ditutup-tutupi. Sebenarnya itu kan tidak harus gimana, tinggal dia bicara *welcome,* bicara apa adanya, tinggal ngomong bahwa "memang pemerintah saat ini telah melakukan infrastruktur jalan dan efeknya memang benar-benar berimbas ke para pengguna jasa bandara dan maskapai penerbangan". Modelnya kayak lebih ditingkatkan komunikasi lah artinya dan *welcome* dengan awak-awak media, jadi jangan sampai miskom, itu yang memang penting seperti itu.

Lampiran 4

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 2

Nama/Jabatan : Ade Bagus Pranoto, jurnalis Berita Satu

Tempat : Sekretariat Kelompok Kerja Wartawan Harian Tangerang Raya (POKJA WHTR)

Waktu : Selasa, 28 Mei 2019, 19:44 – 20:06

P:	Sejak kapan abang mulai meliput pemberitaan mengenai PT.Angkasa Pura II?
N:	Sejak tahun 2013, sekitar 6 tahun.
P:	Menurut sepengetahuan abang, apa saja kegiatan *media relations* yang telah dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Untuk liputan ya seperti tadi kegiatan apel, terus kemarin hari Minggu itu sidak Menteri, terus ada peresmian TLCC, banyak banget kegiatan sudah 6 tahun.
P:	Bagaimana pandangan abang tentang pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II, dan apakah sudah berjalan dengan ideal dan baik?
N:	Belum, karena selama ini walaupun disitu pusatnya AP II ketika ada kegiatan tetap saja melemparnya ke cabang, sedangkan kadang-kadang sering ada mis antara pusat dengan cabang, jadi kita kadang wartawan sering bingung gitu saat peliputan. Sedangkan andai kata di Angkasa Pura pusat itu kita bisa ngulik hampir semua bandara yang ada dikelola sama AP II, jadi *coverage*nya lebih luas. Tapi ternyata ketika itu cabang yang mengelola, akhirnya bingung kita mau bikin *angle*nya gitu disitu.
P:	Menurut abang, apa strategi yang cocok yang dapat dilakukan *Corporate Communication* AP II dalam menjalin hubungan yang baik dengan pihak media?
N:	Strateginya jangan beda-bedain organisasi kewartawanan ya, karena saat ini yang saya lihat untuk yang pusat ini lebih banyak mereka menarik kawan-kawan dari kementerian, yaitu forwahub. Jadi AP II pusat ini sering mengundang kebanyakan wartawan-wartawan forwahub, jadi yang kita sebagai wartawan wilayah ini jarang dapat undangan. Sedangkan kita yang setiap hari nongkrong di wilayah Tangerang, yang nongkrong di bandara, yang jaraknya tidak jauh dari bandara itu jarang dapat informasi dari mereka. Padahal jaraknya lebih dekat untuk dari sini ke sana paling setengah jam lah tidak terlalu lama, dari pada mengundang anak kementerian yang bisa makan waktu sekitar satu atau dua jam karena lebih jauh dan mereka harus menyediakan bus untuk mereka, kalau kawan-kawan dari sini kan mereka tidak perlu menyediakan bus, transportasi sendiri.

P:	Sebagai wartawan, abang lebih sering mencari informasi mengenai PT.Angkasa Pura II langsung ke narasumber atau melalui Humas lebih dulu?
N:	Kalau kita sih ngelihatnya paling di lapangan dulu ya, apa yang bisa kita angkat itu berita baru kita samperin narsumnya. Tapi kita terkadang ke humas dulu, kadang-kadang langsung ke narsum. Karena untuk yang pusat saat ini yang dipegang sama pimpinan direktur utama pak Awaluddin ini dia terbuka untuk media, jadi kita mau wawancara apapun sama dia ditampung gitu. Jadi tanpa melalui humas andai kata kita mau langsung ketemu dia juga sebenarnya bisa, tapi biasanya kadang-kadang kita minta izin dulu ke humas. Tapi kalau ketemuan di jalan atau papasan gitu kita wawancara pun dia bisa, melihat pimpinannya pun *welcome* sama media, *open*.
P:	Apa *press release* yang diberikan oleh *Corporate Communication* AP II sudah memenuhi standar wartawan atau kebijakan dari media yang bersangkutan?
N:	*Press release* sendiri sudah standar sih, tapi untuk media cetak dan *online.* Kalau buat TV jauh karena kan TV kita butuh visual, mengambil gambar sendiri. Jadi *press release* mereka itu tidak terpakai untuk kawan-kawan media TV. Kalau TV itu sistemnya liputan langsung di lapangan, kita butuh visual, videonya itu. Terus wawancara pun kita langsung, kita tidak bisa tidak ada wawancara, karena video wawancara di TV itu buat pembenaran. Ketika tidak ada wawancara itu jatuhnya VO, *voice over* itu tidak terpakai, jadi berita itu tidak bakal bisa tayang di kita. Kita tidak bisa wawancara narsum via telepon karena beritanya jadi tidak utuh karena tidak ada pembenaran disitu, jadi harus *face to face*.
P:	Bagaimana tanggapan mas terkait dengan akses informasi dan materi pemberitaan yang diberikan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Aksesnya sih terkadang sering sedikit benturan sama *security* bandara, Apsec jatuhnya. Untuk Apsec yang baru rata-rata mereka tidak paham sama kita padahal kita sering nongkrong disitu, jadi sering terjadi gesekan. Terakhir aja itu ada pasca kejadian orang meninggal kena serangan jantung di terminal 2, itu kawan-kawan yang ambil gambar sempat sikutan dalam tanda kutip istilahnya dilarang sama mereka untuk ambil gambar disitu. Sedangkan kita ambil di area luar itu area publik, bukan area yang otoritas khusus dalam. Lalu sempat mau ditarik ke OIC di terminal 2, kita lihat akhirnya kita tahan gitu. Kita beri pengertian “disini kan ruang publik”, mereka tidak bisa melarang. Akhirnya dilepas, sering sih terjadi gesekan begitu sering banget. Sebenarnya kalau mau ambil *stockshoot* untuk di area publik tidak perlu minta izin, terkecuali area otoritas khusus dalam itu prosesnya panjang. Kita harus melalui otoritas bandara lagi, harus ada *pass ID* untuk masuk ke dalam. Kemarin pun waktu saya liputan Menhub itu kita bikin *pass* buat masuk ke dalam, dan andai kata mau masuk ke apron landasan pesawat itu harus pakai rompi. Kemarin disediakan rompi dan *ID card* sama mereka, jadi selama ini sih mereka membantu. Tapi waktu itu pernah juga kita sempat dimarahin juga karena kita di apron tidak pakai rompi, mereka tidak menyediakan. Seharusnya disediakan karena mereka yang punya acara, waktu itu ada acara simulasi pesawat jatuh di bandara Soetta, kita diundang kita liputan, sampai sana kita tidak dikasih rompi. Kita liputan di samping tidak jauh

	dari landasan itu ada kayak *taxi way* kecil, lalu disitu sempat berantem sama *security*. Karena kita diundang kita merasa benar, kita liputan biasa, ternyata disitu prosedurnya harus menggunakan rompi. Jadi disitu humasnya yang kalau menurut saya salah, karena kenapa dia tidak menyediakan untuk media.
P:	Apa pemberitaan yang menarik terkait dengan Angkasa Pura II untuk diliput menurut wartawan?
N:	Tentang mudik karena beritanya tidak putus dari H-7 sampai H+7. Karena kita angkatnya bukan dari H-7 atau H+7, dari persiapan mereka pun kita sudah angkat, kayak kemarin kan Menteri mengecek, terus posko dibuka, kayak tadi apel. Jadi liputannya menarik dan panjang, tidak *simple* dan putus disitu, bisa di*update* setiap hari karena setiap hari beritanya berbeda-beda dan itu informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena menarik dan masyarakat pasti menunggu berita tersebut.
P:	Terus selain mudik, kalau mudik kan cuma saat lebaran aja, misalnya kalau hari-hari biasa terkait infrastruktur bandara atau semacamnya gitu apa ada lagi yang menarik?
N:	Kalau infrastruktur, mereka sering mengadakan *launching* infrastruktur sendiri, kita sering diundang sih. Tapi kalau menurut saya kurang begitu menarik. Terkadang yang menarik itu ketika atlet balik atau pulang, ketika juara mereka disambut di bandara. Menarik karena terkadang *supporter* pun disitu ramai sudah menyambut dan AP II pun kemarin pas lagi Owi Butet menang di olimpiade kalau tidak salah itu sampai di *water salute* pesawatnya, jadi menurut saya sangat menarik. Terus kalau terkait infrastruktur misal seperti atap roboh dan semacamnya tapi sayangnya akses kita terputus disitu. Kalau dalam kejadian begitu, mereka lebih banyak diam, ketika sudah *clear* baru mereka buka suara, begitu kondisi belum *clear* mereka tidak banyak kasih *statement.* Dulu di tahun 2013 itu sempat kejadian dua kali mobil di parkiran terminal 2, empat rodanya hilang semua, diganjal pakai *conblock* dan *trolley* sehingga empat-empatnya hilang. Itu hari pertama saya saat liputan malam itu mereka masih bisa dikonfirmasi, hari kedua kita mau *update* berita itu dari pihak AP II sampai pihak kepolisian yang menangani itu ditutup semua. Selang seminggu kemudian, sempat ada kejadian begitu lagi tapi waktu itu bannya belum hilang, baut-bautnya yang sudah lepas, jadi ketika orang itu mau belok bannya lepas. Tapi saat itu saya mau konfirmasi lagi itu susah, jadi maaf-maaf kalau untuk berita miring mereka cenderung tertutup dan kurang memberikan *statement.*
P:	Apa abang pernah menulis informasi atau berita yang sifatnya mengkritisi PT. Angkasa Pura II? Lalu bagaimana tanggapan *Corporate Communication* AP II mengenai hal tersebut?
N:	Pernah, contohnya itu terkait ban hilang, disitu kan harusnya ada CCTV tapi saat kejadian itu mati semua. Saat kayak gitu akhirnya mereka tutup mulut semua, *silent* tidak ada yang memberikan informasi hanya menjelaskan pembenaran saja ada kejadian seperti itu, karena mereka juga tidak bisa melihat karena CCTV pun tidak ada disitu di tahun 2013 lalu ya. Tapi sekarang belum ada kasus-kasus lagi

	sih, 2013 terakhir saya angkat itu yang masalah ban hilang karena sekelas bandara internasional ketika tidak ada CCTV kan bahaya.
P:	Apa *Corporate Communication* AP II memberikan fasilitas-fasilitas khusus kepada wartawan buat menunjang pelaksaanan *media relations*?
N:	Jadi sebetulnya fasilitas kalau untuk pusat itu tidak menyediakan sama sekali. Untuk *press room* maksudnya, cabang yang menyediakan itupun pusat sama cabang kan sebelah-sebelahan kantornya, jadi kita malah nongkrong di cabang dan itu kita nongkrong pun sebenarnya di *lobby*. Di Gedung 601 yang ruangannya ada komputer satu, dibawah AC ada TV, nah itu kan tongkrongan kita. Informasinya kan kemarin ada mau dibikin *press room* di belakang dekat kantin DK itu, tapi sampai saat ini belum ada kejelasan lagi dari pihak AP II nya. Itu wacana sudah dari dua tahun yang lalu, dari puasa dua tahun lalu jadi yang mengajukan cabang untuk kita bikin *press room* di bandara. Karena kita merokok, terus kita tidur-tiduran mungkin dia merasa risih juga karena itu *lobby* tempat mereka terima tamu. Jadi mereka waktu itu mau menyiapkan *press room* di belakang, tapi sampai saat ini sih belum ada. Waktu itu sempat diajak masuk, sempat dijelasin "ini ruangan kawan-kawan media, sebelah sini buat kita konferensi pers". Tapi ketika gedung itu sudah jadi dan dalamnya sudah rapi, sampai saat ini belum diisi apa-apa, tidak ada kejelasan itu bakal dilanjutkan lagi jadi *press room* atau tidak, dari info-infonya sih katanya tidak. Jadi kalau dari pusat tidak ada fasilitas, kalau cabang hanya menyediakan ruangan di *lobby* aja, itu juga kita terima kasih banyak masih dikasih tempat untuk ngobrol dan santai. Tapi mereka terima resiko kita orangnya barbar, kita selonjoran sambil ngobrol-ngobrol.
P:	Apa abang pernah melakukan kegiatan-kegiatan informal antara wartawan dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	Kalau sama pusat belum, tapi setahu saya sih mereka bulan ini sudah pernah buka bersama forwahub, tapi sama wartawan sini yang biasa liputan di bandara itu belum. Kalau sama yang cabang sudah ya.
P:	Apa mas pernah mendapatkan hambatan ataupun konflik saat melaksanakan *media relations* dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	Ya paling pernah miskom, jadi seperti yang soal tadi saya bilang meninggal itu. Kita sebagai media ini memberikan hak mereka untuk *cover both side*, memberikan *statement* yang baik gitu untuk perbaikan istilahnya. Tapi ketika kita sudah berikan hak jawab, mereka tidak mau, malah menghindar. Kayak yang tadi orang meninggal saya bilang, jadi sore itu pasca kejadian kita coba konfirmasi ke cabang karena kejadian di bandara Soetta, dia malah belum tahu ada kejadian itu. Kita kasih waktu sampai jam 5 untuk dia mengumpulkan data buat minta wawancara, ketika jam 5 kita hubungi tidak bisa. Untuk cabang seharusnya juga koordinasi dan konfirmasi ke pusat, tapi karena waktu itu kejadian memang di bandara Soetta khususnya, akhirnya kita naik ke cabang langsung tidak ke pusat.
P:	Lalu bagaimana cara mengatasi hambatan itu?

N:	Solusinya karena kalau kita kan namanya TV itu proses wawancara jadi kita lari ke KKP (Kantor Kesehatan Pelabuhan) habis itu dia bisa menjelaskan terkait meninggalnya itu karena apa, jadi mereka terbuka.
P:	Apa terjadi simbiosis mutualisme dalam hubungan dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	Ya dikit-dikit, menguntungkan juga, tapi kadang-kadang tidak selalu. Kembali lagi pada dasarnya mereka butuh kita, kita juga butuh mereka. Sisi menguntungkannya mungkin kita wartawan dapat informasi dari mereka untuk bahan berita, mereka dapat publikasi, sebatas itu aja. Hubungan timbal balik sebenarnya jatuhnya. Tapi ketika *gathering* dia ngajaknya selalu pusat, teman-teman dari kementerian.
P:	Apa ada saran atau harapan anda mengenai *Corporate Communication* AP II kedepannya?
N:	Jangan milih-milih organisasi media, kalau mau undang satu undang semua, karena kita juga butuh berita. Terus fasilitas *press room* kalau bisa dibuat untuk kawan-kawan, jadi kita untuk bikin berita pun di sana nyaman, ketika kita dapat diundang pun nyaman. Karena saya pernah diundang sama acara pusat peresmian kereta bandara, itu peresmian jam 4 subuh, saya datang itu dari jam 12 malam disitu karena takutnya satu, tidak ada angkot, terus kedua juga takut kesiangan. Jadi saya tidur di *lobby* Gedung 601 itu karena tidak ada *press room*, andai kata ada *press room* mungkin saya bisa istirahat di situ, jadi cuma tidur-tiduran di sofa gitu. Wartawan yang lain pada langsung di stasiun kereta bandara, mereka datang langsung jam 4, saya waktu itu jam 12 sudah datang karena tugas kantor yang tidak berani saya tinggalin.

Lampiran 5

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 3

Nama/Jabatan : Andrianto, wartawan Rajawali Televisi

Tempat : Sekretariat Kelompok Kerja Wartawan Harian Tangerang Raya (POKJA WHTR)

Waktu : Selasa, 28 Mei 2019, 20:09 – 20:24

P:	Sejak kapan abang mulai meliput pemberitaan mengenai PT.Angkasa Pura II?
N:	Kalau meliput di Angkasa Pura ya sejak saya jadi wartawan ya, tahun 2014 mungkin ya, saat baru terjun di dunia wartawan. Karena wilayah saya pemberitaannya umum, termasuk bandara wilayah saya juga.
P:	Menurut sepengetahuan abang, apa saja kegiatan *media relations* yang sudah dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Kalau kegiatan dia sih banyak ya, seperti di bulan puasa ini mereka ada mengadakan acara musik ramadhan gitu religi di setiap terminal-terminal, terus dia bagi-bagi takjil kepada pengguna jasa bandara. Lalu banyak sih, kayak *press conference*, ketika ada *presscon* sambil media konfirmasi ke mereka, mereka ngadain kontes gitu, dan masih banyak lagi sih kegiatannya. Selain itu, *media gathering* juga pernah di akhir tahun kemarin mengikuti ke bandara di Tanjung Pinang, semacam *airport visit* gitu mengenali *airport-airport* yang dibawah naungan Angkasa Pura II, jadi seputar fasilitas yang ada gimana.
P:	Bagaimana pandangan abang tentang pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh *Corporate Communication* AP II, dan apakah sudah berjalan dengan ideal dan baik?
N:	Menurut saya sih sudah termasuk ideal ya, karena mereka apa yang teman media butuhkan mereka tampung. Misal teman media mau wawancara mereka tampung, kaitannya tentang apa nanti disiapkan narasumbernya siapa. Jadi aksesnya juga termasuk mudah.
P:	Menurut abang, apa strategi yang cocok yang dapat dilakukan *Corporate Communication* AP II dalam menjalin hubungan yang baik dengan pihak media?
N:	Ya lebih banyak mengadakan kegiatan-kegiatan untuk para teman-teman media agar lebih dekat lagi antara humas dengan media.
P:	Sebagai wartawan, abang lebih sering mencari informasi mengenai Angkasa Pura II langsung ke narasumber atau melalui Humas lebih dulu?
N:	Kadang lewat humas, kadang ke narsum juga sih. Kalau namanya peristiwa di bandara biasanya kita ke narsum, baru konfirmasi ke bagian humas. Kalau tidak ada peristiwa atau liputan disana ya kita nanya ada kegiatan apa gitu di sana ke humasnya. Kalau langsung ke narasumber misal ke pak direktur utama pernah

	kita WA langsung ke dirut, biasa mereka juga langsung memerintahkan ke bawahannya, seperti ke humas atau bagian apa yang bisa dikonfirmasi lagi.
P:	Kalau *press release* yang diberikan oleh *Corporate Communication* AP II apa sudah memenuhi standar wartawan atau kebijakan dari media yang bersangkutan?
N:	Sudah, cuma kan tetap kadang masih ada yang perlu dipertanyakan, kadang kita masih lewat WA atau telepon kalau masih ada kekurangan data-data di *press release* itu. Selain itu karena kita di televisi, *press release* terpakai untuk data tapi tetap kita *door stop* wawancara langsung. Tetapi tetap kalau *press release* itu untuk data yang memperlengkap aja sih.
P:	Bagaimana tanggapan mas terkait dengan akses informasi dan materi pemberitaan yang diberikan oleh *Corporate Communication* AP II?
N:	Bagus sih, dia selalu menanggapi dengan cepat, responnya cepat menanggapi teman-teman dari media itu. Saat kita liputan ke terminal, ke dalam cepat kok respon dia, selalu dibantu untuk aksesnya.
P:	Apa pemberitaan yang menarik terkait dengan Angkasa Pura II untuk diliput wartawan?
N:	Contohnya musim mudik ini ya, kayak mau lebaran gini biasa mudik itu kan, ya kita biasanya *stand by* di sana untuk memantau arus mudik di bandara.
P:	Terus selain mudik, kalau mudik kan cuma saat lebaran aja, misalnya kalau di luar lebaran gitu terkait infrastruktur bandara atau semacamnya gitu apa ada lagi yang menarik?
N:	Infrastruktur terkait fasilitas paling, misalnya dia ada fasilitas tambahan, dia biasanya mengadakan *press release* sekaligus langsung bikin ke lokasinya.
P:	Apa abang pernah menulis informasi atau berita yang sifatnya mengkritisi PT. Angkasa Pura II? Lalu bagaimana tanggapan *Corporate Communication* AP II mengenai hal tersebut?
N:	Jarang sih, tapi sempat seperti peristiwa-peristiwa di lingkup bandara atau fasilitas yang belum memadai kita sempat kritisi tapi tetap kita pertanyakan juga untuk wawancara dari pihak AP II nya juga. Jadi minta tanggapan penumpang dengan humas sehingga *balance* karena *cover both side*. Terus tanggapan dari *Corcomm*nya mereka selalu menanggapi dengan keadaan fasilitas yang dia berikan pasti ditanggapi sama dia, cenderung *open* dia.
P:	Apa *Corporate Communication* AP II memberikan fasilitas-fasilitas khusus kepada wartawan buat menunjang pelaksaanan *media relations*?
N:	Ada *press room* mereka menyediakan di kantor cabang dekat kantor pusat. Kalau musim mudik gitu biasa ada posko buat media di terminal untuk teman-teman *stand by*.
P:	Apa abang pernah melakukan kegiatan-kegiatan informal antara wartawan dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	*Coffee morning* mungkin ya, sambil membahas yang kawan-kawan media harapkan dari humas, *sharing* informasi dengan humas tentang apa yang dibutuhkan oleh media saat krisis.

P:	Apa mas pernah mendapatkan hambatan ataupun konflik saat melaksanakan *media relations* dengan *Corporate Communication* AP II?
N:	Pernah sih, karena tergantung situasi kondisi di lapangan seperti apa. Kalau memang situasinya tidak memungkinkan kadang mereka juga tidak mau menanggapi. Mungkin butuh beberapa waktu, atau besoknya bisa kembali konfirmasi.
P:	Lalu bagaimana cara mengatasi hambatan itu?
N:	Kalau dari media sih seharusnya lebih cepat ditanggapi lebih baik sih kalau untuk konflik seperti itu ya, dibanding menunggu nanti-nanti gitu, karena nanti opini yang menyebar juga akan semakin banyak.
P:	Apa terjadi simbiosis mutualisme dalam hubungan dengan *Corporate Communication* AP II sama wartawan?
N:	Ya sama-sama aja sih, maksudnya tidak untung tidak rugi. Mereka butuh publikasi, kita butuh bahan berita. Biasanya mereka lebih duluan kasih bahan berita untuk publikasi.
P:	Apa ada saran atau harapan anda mengenai *Corporate Communication* AP II kedepannya biar lebih baik?
N:	Kedepannya lebih membangun sinergitas untuk teman-teman media aja sih agar lebih dekat lagi dengan media, lebih *open* lagi, gitu aja sih paling.

Lampiran 6

Dokumentasi Kegiatan di PT. Angkasa Pura II Selama Proses Magang Untuk Penelitian

Saat berada di ruangan Unit Corcomm

Saat acara Airports Partnership Award 2017

Saat acara Media Gathering Airports Partnership Award 2017

Saat berada di depan Kantor Pusat AP II

Dokumentasi Kegiatan Wawancara

Saat wawancara dengan Staff Corcomm

Saat wawancara dengan informan 1 (Wartawan Metro TV)

Saat wawancara dengan informan 2
(Wartawan Berita Satu)

Saat wawancara dengan informan 3
(Wartawan RTV)