

ABSTRACK

JUDUL : Strategi Komunikasi Public Relations PT. Angkasa Pura II (Persero) dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik di Era New Normal.
NAMA : Sri Wahyu Ndari
Program Studi : Hubungan Masyarakat

This study discusses the communication strategy carried out by PT Angkasa Pura II (Persero) in increasing public trust in air travel transportation services during the pandemic. The decline in the number of air transportation passengers in 2020 has made PT Angkasa Pura II (Persero) not give up looking for opportunities to rise by implementing several Public Relations strategies as weapons in increasing public trust in air travel services. The focus of this research is how the communication strategy of Public Relations from PT. Angkasa Pura II to increase public trust in the new normal era? The purpose of this research is to know the communication strategy of Public Relations from PT. Angkasa Pura II (Persero) in increasing public trust in the new normal era. The theory of this research is a two-way symmetrical communication model with the PENCILS strategy (Publications, Events, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Social Investment) from Thomas L. Harris. This research uses a descriptive qualitative approach through a single type I-analytical case study approach and an interpretive paradigm. The research data collection method is by interview, observation, and document study. This study shows that the strategy used by Public Relations of PT Angkasa Pura II (Persero) is through the implementation of the six strategies that already exist in the PENCILS strategy. There is a strategy favored by PT Angkasa Pura II (Persero), namely activities on the event strategy in the form of podcasts called Airpods. This is to revive public confidence in traveling to airport managers by prioritizing safe, comfortable travel and prioritizing health aspects.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, PT Angkasa Pura II, New Normal*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura II (Persero) dalam meningkatkan kembali kepercayaan publik terhadap jasa angkutan perjalanan udara di masa pandemi. Menurunnya jumlah penumpang transportasi angkutan udara pada tahun 2020, membuat PT Angkasa Pura II (Persero) tak pantang menyerah mencari peluang untuk bangkit dengan menerapkan beberapa strategi *Public Relations* sebagai senjata dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap jasa perjalanan udara. Fokus penelitian ini bagaimana strategi komunikasi *Public Relations* dari PT. Angkasa Pura II guna meningkatkan kepercayaan publik di era *new normal*? Tujuan dilakukannya penelitian yakni mengetahui strategi komunikasi *Public Relations* dari PT. Angkasa Pura II (Persero) dalam meningkatkan kepercayaan publik di era *new normal*. Teori penelitian ini yaitu model komunikasi simetris dua arah dengan strategi PENCILS (*Publications, Event, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying Dan Social Investment*) dari Thomas L.

Harris. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kasus tipe I-analisis tunggal dan paradigma interpretif. Metode pengumpulan data penelitian adalah dengan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan *Public Relations* PT Angkasa Pura II (Persero) yaitu melalui penerapan enam strategi yang sudah ada pada strategi PENCILS. Terdapat strategi yang diunggulkan oleh PT Angkasa Pura II (Persero) yaitu kegiatan pada strategi event berupa podcast yang dinamakan *Airpods*. Hal ini guna membangkitkan kembali kepercayaan masyarakat dalam melakukan perjalanan terhadap pengelola bandar udara dengan mengutamakan perjalanan yang aman, nyaman dan mengedepankan aspek kesehatan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Public Relations*, PT Angkasa Pura II, *New Normal*