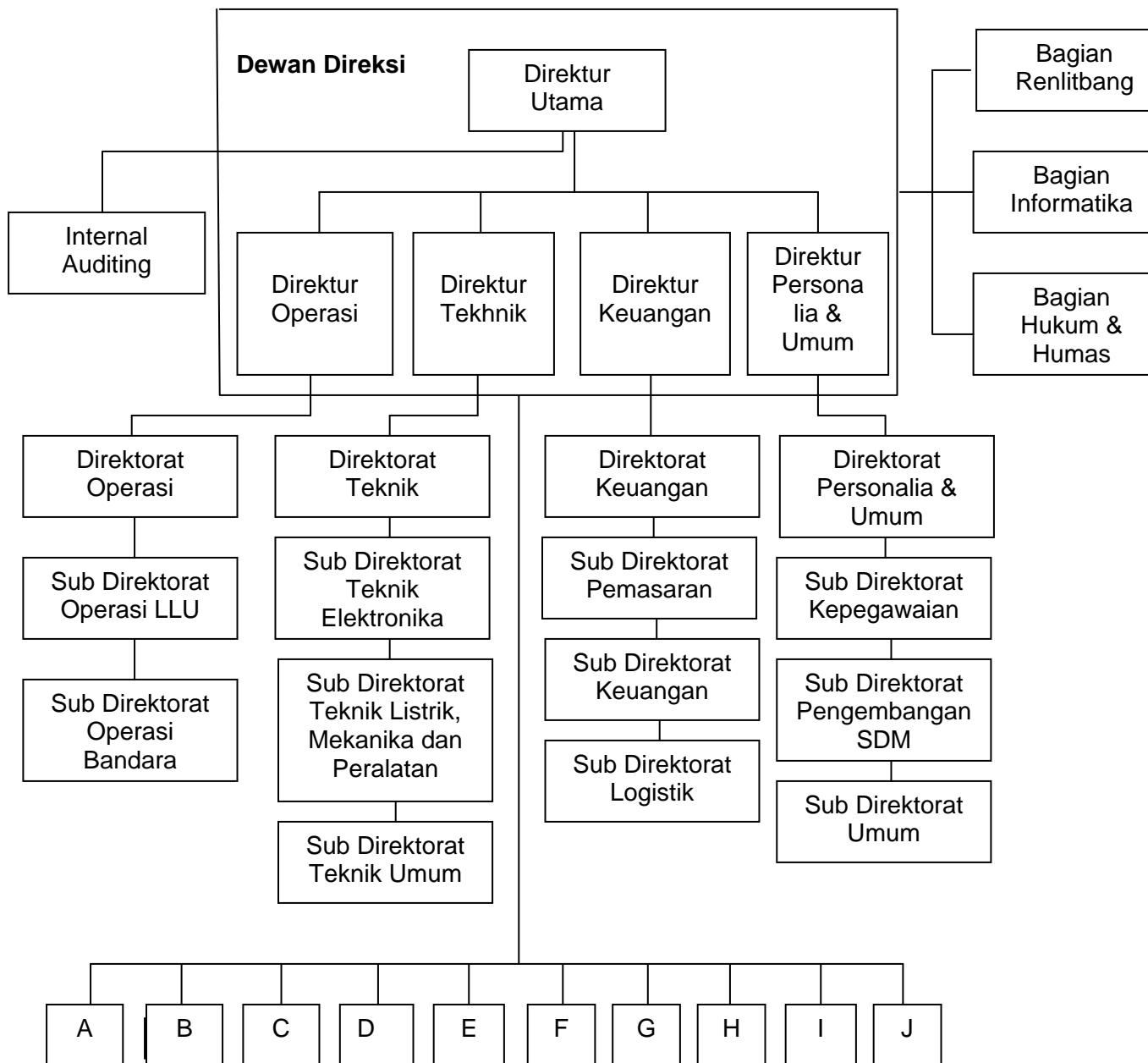


a.n. DIREKSI  
DIREKTUR UTAMA

ttd

**EDIE HARYOTO**



Keterangan :

- A. Cabang Utama Soekarno-Hatta
- B. Cabang Husein Sastranegara
- C. Cabang Halim Perdanakusuma
- D. Cabang Sultan Iskandarmuda

- E. Cabang Supadio
- F. Cabang Polonia
- G. Cabang Sultan Syarif Kasim II
- H. Cabang Tabing
- I. Cabang Sultan Mahmud
- J. Cabang Kijang

**Daftar pertanyaan “CLEAN AIRPORT ACTION” Bpk. Andang Santoso selaku**

***PR Manager PT. AP II (Persero)***

1. Apakah strategi menurut anda ?

**Jawab:** sebuah cara atau pola yang ditempuh suatu organisasi atau perusahaan untuk menciptakan sesuatu yang diempuh mencapai tujuannya.

2. Langkah-langkah apa saja yang ditetapkan oleh PRO sebelum menetapkan strategi PR ?

**Jawab:** Tahap Analisa, “Sesuatu kegiatan yang kami lakukan berdasarkan evaluasi, evaluasi itu masuk dari opini yang terbentuk di media massa. Kegiatan monitoring media mulai dari sana, itu sebagai *early warning* (peringatan dini) dari evaluasi tersebut. Dari *early warning* tersebut kita menentukan langkah untuk membangun citra tersebut. Setelah menyaring opini yang ada di media massa baru kita melakukan tindakan. Dari tindakan tersebut kami analisis lalu kami atur strategi apa yang dilakukan demi suksesnya kegiatan yang dilakukan.”

Tahap Perencanaan, 1. Melakukan rapat. Mulai dari team divisi PR, IR, BODS, dan pihak-pihak yang terlibat didalamnya. 2. Pemberitahuan ke media *partner* tentang kegiatan apa yang akan dilakukan oleh perusahaan.

1. Tahap Pelaksanaan, Publikasi ke berbagai media

“Publikasi atau iklan ini dilakukan diberbagai media cetak dan elektronik, baik media partner maupun non partner. Informasi yang disampaikan mengenai segala hal yang berkaitan dengan program apa yang akan dijalankan.”

2. Membuat *press release*

“*Press release* atau biasa kami sebut rilis, merupakan kegiatan kehumasan yang paling efisien. Karena rilis ini berupa lembaran berisi pengumuman atau berita untuk dibagikan kepada wartawan media melalui *fax*, *email*, ataupun mengirimkannya ke kantor media yang bersangkutan. Setelah Humas membuat *press release*, lalu dibagikan tiga hari sebelum pelaksanaan melalui berbagai saluran. PR akan melakukan konfirmasi ulang melalui telepon untuk menanyakan kembali apakah *press release* tersebut sudah sampai atau belum.”

2. Mengadakan konferensi pers

“Seperti yang kita ketahui, konferensi pers merupakan kegiatan kehumasan mengundang wartawan yang bersifat resmi dengan tujuan untuk menginformasikan program yang kami jalankan. Dalam konferensi pers, PR menyiapkan dengan matang mulai dari tema, penetapan juru bicara, persiapan materi presentasi, menentukan waktu, dan tempat pelaksanaan, membuat daftar hadir pers, menyiapkan *press kit* yang di dalamnya terdapat *press release*, serta persiapan-persiapan lainnya yang mendukung guna menyukseskan kegiatan konferensi pers

tersebut. Setelah konferensi pers dilaksanakan, PR akan melakukan evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan dalam mengundang pers sehingga dapat mengetahui apakah pers akan memuat pemberitaan tentang program yang kami jalankan pada media-media yang diundang oleh kami dalam konferensi pers tersebut.”

### 3. *Press Gathering*

“Hubungan personal sangat penting untuk dibina. PR akan lebih nyaman dan ramah dari hubungan personal tersebut, begitupun rekan-rekan pers akan lebih *apreciated* kepada kita. *Press gathering* yang kita lakukan bersifat formal jika program yang kita lakukan berupa *launcing*, kegiatan sosial dan dilakukan di kantor kami maupun gedung pertemuan, tetapi akan bersifat informal jika dilakukan di dalam café atau restoran.”

Tahap Evaluasi, kami mengevaluasi setiap program yang kami jalankan melalui media monitoring untuk mengukur keberhasilan dari program yang kami jalankan.”

### 3. Program “*Clean Airport Action*” itu apa pak ?

**Jawab:** “*Clean Airport Action*” hanya nama saja, untuk menjadikan bandara yang bersih. Bersih disini dalam pengertian bukan saja bersih dari kotoran, tetapi juga bersih dalam hal memberikan pelayanan yang benar dan sesuai

dengan *customer need* (kebutuhan pelanggan). Sebenarnya “*Clean Airport Action*” ini adalah menggugah perilaku pengguna jasa bandara, perilaku dari petugas pelayanan itu sendiri. Intinya seperti itu.”

4. Apa yang melatar belakangi adanya program “*Clean Airport Action*” ?

**Jawab:** “Dari kliping media massa kita dapatkan pemberitaan bahwa pelayanan Bandara Soekarno-Hatta *over capacity* kita jadikan itu sebagai jawaban dari pemberitaan tersebut dengan membangun beberapa fasilitas untuk perbaikan mereka. “*Clean Airport Actions*” kita jadikan sebagai suatu kampanye komunikasi agar mereka mengetahui bahwa kita sudah melakukan perbaikan itu.”

5. Selama berapa lama program “*Clean Airport Action*” itu dijalankan ?

**Jawab:** program ini dicanangkan tanggal 23 September 2008 dan direncanakan berjalan hingga akhir 2010.

6. Sisi kampanye PR nya dimana dalam program “*Clean Airport Action*” ?

**Jawab:** dengan menempelkan *floor sticker*, *sticker* di kaca toilet, dan mushola, dan di tempat-tempat strategis yang memang berkaitan dengan “*Clean Airport action*”.

7. Ditujukan kepada siapa kampanye PR dlm program “*Clean Airport Action*” ?

**Jawab:** Pengguna jasa bandara, termasuk karyawan operasional kami.

8. Adakah strategi yang dijalankan dlm program “*Clean Airport Action*”? apa strateginya ?

**Jawab:** Strategi publikasi dan Strategi Action.

9. Apa tujuan dari program “*Clean Airport Action*” ?

**Jawab:** Untuk menghimbau dan mengajak para pengguna jasa bandara untuk menjaga kebersihan dan ketertiban di bandara Soekarno-Hatta serta merubah sikap para pengguna jasa bandara agar mereka hidup bersih.

10. Apakah bapak menggunakan media untuk mengkomunikasikan program “*Clean Airport Action*” ? jika iya, media apa saja ?

**Jawab :** iya, media cetak dan elektronik. Penjabarannya ada didalam data yang kami berikan.

11. Apakah ada evaluasi dari program “*Clean Airport Action*” selama program ini berjalan ?

**Jawab:** evaluasi yang kami lakukan dengan melakukan media monitoring setiap minggunya. Hasilnya akan dipertimbangkan untuk kepentingan-kepentingan yang belum dijalankan.



**Daftar pertanyaan “CLEAN AIRPORT ACTION” untuk Karyawan Lion Air**

**Satria dan Bpk Ali selaku Supir taksi**

1. Apakah anda mengetahui tentang program kampanye “*Clean Airport Action*” yang dijalankan oleh PT. AP II (Persero) ?

**Jawab:** saya tahu tentang program itu. “*Clean Airport Action*” program tentang kebersihan dan ketertiban yang ada di terminal bandara Soekarno-Hatta.

2. Duta Bandara itu apa?

**Jawab:** Duta bandara kalau kami bilang pasukan kebersihan d terminal Bandara Soekarno-Hatta. Mereka mencontohkan bagaimana menjadi orang yang dapat menjaga kebersihan. Uniknya mereka menggunakan sepatu roda.

3. Pernah lihat pantomime yang dilaksanakan di Bandara Soekarno-Hatta?

**Jawab:** saya pernah lihat beberapa kali. Jadi mereka menegur orang-orang yang melanggar peraturan kebersihan dan ketertiban yang ada di Bandara Soekarno-Hatta. Hampir sama dengan Duta Bandara.

4. Selama ini, menurut penglihatan anda, efektifkah program “*Clean Airport Action*” tersebut?

**Jawab:** sudah cukup efektif untuk saya dan teman-teman yang memang bekerja di terminal Bandara Soekarno-Hatta. Karena memang kami merasakan perubahan terminal Bandara Soekarno-Hatta, yang awalnya kurang teratur menjadi agak teratur.

5. Adakah keuntungan dari anda atas jalannya program ini ?

**Jawab:** saya pribadi merasa lebih nyaman & bersih untuk menggunakan segala fasilitas di terminal 1 A.

6. Sampai kapan program ini dijalankan ?

**Jawab:** Program ini sudah berjalan kisaran 1 tahunan. Sampai kapannya saya kurang tahu tetapi dari saya sendiri berharap program ini berjalan untuk waktu yang lama.

7. Selama program ini dijalankan adakah upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan program “*Clean Airport Action*”?

**Jawab:** ada poster dan *sticker* yang ditempel di toilet dan mushola di terminal Bandara Soekarno-Hatta.

8. Apa isi dari *sticker* dan poster yang ditempel di terminal 1 A ?

**Jawab:** *Sticker* hanya bertuliskan “*clean airport action*”, kalau poster yang ditempel itu berupa gambar-gambar fasilitas yang diperbarui.

9. Apa yang anda cermati dari *sticker* yang menempel tersebut ?

**Jawab:** hanya sekedar tanda bahwa ada program *clean airport action*

10. Apa yang anda cermati dari Poster yang menempel tersebut ?

**Jawab:** sebagai tanda kalau fasilitas telah diperbarui.

## Daftar pertanyaan “CAA” untuk Karyawan Operasional AVSEC

### Bpk. Ferdiansyah

1. Apakah anda mengetahui tentang program kampanye “*Clean Airport Action*” yang dijalankan oleh PT. AP II (Persero) ?

**Jawab:** program perusahaan yang berada di terminal Bandara Soekarno-Hatta yang berfokus pada tata tertib dan kenyamanan terminal

2. Apa Duta Bandara ?

**Jawab:** Pelayanan perusahaan untuk menunjang program “*Clean Airport Action*”, Duta Bandara menggunakan sepatu roda atau roller blade supaya kecepatan mereka dalam pelayanan tinggi.

3. Apakah pantomime yang dilaksanakan di Bandara Soekarno-Hatta?

**Jawab:** Pantomim yang diadakan di Bandara Soekarno-Hatta merupakan strategi perusahaan agar para pengguna jasa bandara yang ingin atau sudah melakukan pelanggaran ditegur tetapi penegurannya secara halus sehingga orang yang bersangkutan tidak sakit hati.”

4. efektifkah program ini menurut anda ?

**Jawab:** kurang. Karena manajemen perusahaan sendiri terkadang tidak melakukan pengawasan di terminal. Sehingga masih banyak kami temukan pengguna jasa Bandara yang melakukan pelanggaran-pelanggaran tersebut.

5. Apa yang anda cermati dari poster dan sticker yang ditempel?

**Jawab:** poster dan sticker sebagai lambing dari adanya kegiatan ini.