

PROSES COMMUNITY RELATIONS PT. ANGKASA PURA II DI DESA  
RAWARENGAS

MUHAMMAD LASKAR ARIF  
London School of Public Relations  
Email: m.laskararif@gmail.com

ABSTRACT

Community relations is one of the activities that must be owned by every company. As conducted by PT. Angkasa Pura II who do community relations activities on their community. But PT. Angkasa Pura II gets protests from residents. The author has a problem formulation, "How is the process of Community Relations of PT Angkasa Pura II in Rawarengas Village related to Social Assistance Activity conducted by PT Angkasa Pura II Related to Rawarengas Village Protest?". This study aims to determine the process of community relations PT. Angkasa Pura II in Rawarengas Village related Social assistance activities conducted by PT. Angkasa Pura II related to the protests of Rawarengas Village Residents. The theories used in this research are public relations and community relations management with the five-dimensional variables of community relations process that are targeting, identifying communities, guiding effective community relations programs, communicating with communities and communication channels. This research approach is quantitative descriptive method. The research was conducted in Rawarengas Village. The writer used questionnaire, with interval scale. The population of 94 heads of households and a sample of 94 heads of households using sampling techniques is a probability sampling technique with the technique used is the census and the central tendency is the mean.

The results of research that the authors do there are some problems in the process of community relations PT. Angkasa Pura II. This is evidenced by the lowest mean dimension of setting goals, people feel PT. Angkasa Pura II did not give explanation about the problem of runway 3 expansion project directly and people hard to get social assistance so that many citizens who feel less attention. The conclusion of this research is the highest dimension that is the guidance for community relations program because people feel the community relations program done by PT. Angkasa Pura II is in accordance with the instructions and quite good. The lowest dimension is to set goals because people feel PT. Angkasa Pura II did not give explanation about the problem of runway 3 expansion project directly and people hard to get social assistance so that many citizens who feel less attention. PT. Angkasa Pura II should consider the condition of the citizens by visiting the settlement to provide direct socialization of activities to be conducted on the community and provide a direct explanation of the problem of Soekarno-Hatta Airport runway project 3, as well as

providing social assistance in the form of sponsorship proposed by the residents before There is a problem happening.

Keywords: community relations, PT. Angkasa Pura II

## A. PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan atau organisasi tidak terlepas dari hubungan dengan lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan harus bersedia menjadi bagian dari kehidupan lingkungan sekitar di mana mereka beroperasi. Segala risiko yang mungkin terjadi dalam masyarakat sekitar akibat beroperasinya perusahaan merupakan alasan yang menjadi dasar mengapa perusahaan harus mempunyai perhatian dan tanggung jawab kepada masyarakat sekitar perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk *community relations*. *Community relations* merupakan kumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan sesama. Hubungan yang sudah terjalin harus dipelihara dengan baik oleh setiap perusahaan.

Begitu pula dengan PT Angkasa Pura II (Persero), selanjutnya disebut "Angkasa Pura II" atau "Perusahaan" merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah Indonesia Barat. PT. Angkasa Pura II Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa bandar udara, PT. Angkasa Pura II harus bisa membangun hubungan baik dengan komunitas sekitar perusahaan. Namun, beberapa bulan terakhir ini PT. Angkasa Pura II mendapatkan protes dari komunitas sekitar perusahaan.

Protes tersebut berkaitan dengan penggusuran lahan untuk proyek runway 3 atau landasan pacu Bandara Soekarno-Hatta. Proyek tersebut memakan banyak lahan warga, salah satunya Warga Desa Rawa Rengas, Kecamatan

Kosambi, Kabupaten Tangerang, Banten. Warga menolak untuk diganti rugi karena harga yang menurut mereka tidak sesuai. Warga juga menilai bahwa penilaian yang dilakukan oleh KJPP (Kantor Jasa Penilai Publik) tidak transparan.

Pihak PT. Angkasa Pura II pada dasarnya telah berupaya untuk melakukan pendekatan dengan warga dengan melakukan community relations. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya program-program prioritas untuk komunitas yang berada di sekitar Bandara, khususnya warga Desa Rawarengas dalam aspek bantuan sosial, program kemitraan, dan juga program bina lingkungan. Program bantuan sosial yang dibuat PT. Angkasa Pura II, menjadi salah satu media komunikasi dari perusahaan dalam melakukan pendekatan sosialisasi kepada warga, bahwa akan dilaksanakannya proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta.

PT. Angkasa Pura II akan memberikan bantuan sosial yang dibutuhkan oleh komunitas atau masyarakat yang berada di sekitar Bandara khususnya masyarakat Desa Rawarengas yang merupakan prioritas dari perusahaan untuk kemudian melalui kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan melakukan komunikasi non-formal kepada masyarakat tentang proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta. Namun, pada umumnya banyak warga masih merasa PT. Angkasa Pura II masih kurang memperhatikan masyarakat dalam aspek bantuan sosial.

Selama ini, warga menilai PT. Angkasa Pura II kurang perhatian kepada warga dalam hal memberikan bantuan sosial kepada warga secara langsung, baru setelah ada rencana penggusuran warga merasa diperhatikan. Warga juga kecewa lantaran penetapan harga yang dinilai tidak transparan oleh tim KJPP.

Dengan adanya demo dan keluhan dari Warga Desa Rawarengas, Kabupaten Tangerang, Banten terhadap proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta, maka penulis ingin mengetahui bagaimana proses *community relations* PT. Angkasa Pura II terkait protes Warga RT002/RW015 Desa Rawarengas, Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang, Banten pada proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui proses *community relations* PT Angkasa Pura II Di Desa Rawarengas mengenai kegiatan bantuan sosial yang dilakukan PT. Angkasa Pura II terkait protes warga Desa Rawarengas RT002/RW015, Kabupaten Tangerang, Banten pada proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta.

## B. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian yang penulis lakukan berjudul Proses *Community Relations* PT. Angkasa Pura II (Persero). Konsep yang penulis gunakan adalah manajemen humas, dan variabel nya adalah proses *community relations*. Turunan dari proses *community relations* memiliki 5 dimensi.

Dimensi yang pertama adalah menetapkan sasaran. Menetapkan memiliki turunan lima indikator yaitu merencanakan aktivitas *community relations*, mengimpletasikan aktivitas *community relations*, kebutuhan komunitas lokal, kepedulian karyawan perusahaan, strategi rencana tertulis *community relations*.

Dimensi yang kedua adalah mengenali komunitas. Mengenali komunitas memiliki tiga turunan indikator yaitu organisasi harus mengenal

komunitasnya, setiap komunitas memiliki publiknya sendiri, harus berpartisipasi dalam komunitas.

Dimensi ketiga adalah petunjuk untuk program *community relations* yang efektif. petunjuk untuk program *community relations* yang efektif memiliki turunan delapan indikator yaitu pencapaian strategi, strategi alternatif harus dieksplorasi, dampak program *community relations* terhadap organisasi, dampak *program community relations* terhadap komunitas, total biaya dari semua kegiatan non-profit, sumber daya yang digunakan untuk program *community relations*, membutuhkan pengetahuan, membutuhkan pengalaman.

Dimensi keempat berkomunikasi dengan komunitas. Berkomunikasi dengan komunitas memiliki turunan empat indikator yaitu perusahaan terbuka terhadap taktik komunikasi dengan komunitas, karyawan berkomunikasi dengan komunitas, perusahaan berkomunikasi dengan komunitas, perusahaan berkomunikasi dengan pemimpin opini, organisasi lokal. Dimensi kelima saluran komunikasi. Saluran komunikasi memiliki turunan tiga indikator yaitu publikasi internal, *open house*, wisata perusahaan.

### C. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian adalah deskriptif. Tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di Desa Rawarengas RT002/RW015 Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang terkait masalah terhadap proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta.

Populasi dalam penelitian ini adalah kepala keluarga warga Desa Rawarengas RT002/RW015 Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang

terkait masalah terhadap proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta sebanyak 94 kepala keluarga dan sampel 94 kepala keluarga dari Warga Desa Rawarengas RT002/RW015 Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang terkait masalah terhadap proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta, Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik probability sampling. Teknik probability sampling yang penulis ambil adalah sensus.

Hasil pengujian penelitian ini menggunakan validitas dan reliabilitas, validitas penelitian ini sebesar 0,811 dengan nilai reliabilitasnya sebesar 0,972. Data yang di kumpulkan untuk penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa referensi buku dan wawancara dengan Ketua Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Rawarengas, Kabupaten Tangerang, Banten dan pihak perusahaan. Skala pengukuran yang di gunakan pada penelitian ini adalah skala interval. Dan menggunakan teknik analisis data univariat. Tendensi sentral yang digunakan adalah mean.

#### D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat lima dimensi yaitu dimensi pertama yaitu menetapkan sasaran yang memiliki lima indikator. Dimensi kedua yaitu mengenali komunitas memiliki tiga indikator. Dimensi ketiga yaitu petunjuk untuk program community relations memiliki lima indikator. Dimensi keempat yaitu berkomunikasi dengan komunitas memiliki empat indikator. Dimensi kelima yaitu saluran komunikasi memiliki empat indikator.

Adapun dimensi yang memiliki nilai mean tertinggi adalah dimensi ketiga yaitu petunjuk untuk program community relations rata-rata responden menjawab setuju. Dimensi ini memiliki lima indikator yaitu pencapaian sasaran, strategi alternatif harus dieksplorasi, dampak program *community*

*relations* terhadap organisasi dan komunitas, total biaya dari semua nonprofit, membutuhkan pengetahuan.

Indikator pertama yaitu pencapaian sasaran, pada indikator ini merupakan pencapaian target dari proses *community relations* yang dilakukan oleh perusahaan. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab setuju. Indikator kedua yaitu strategi alternative harus dieksplorasi, pada indikator ini merupakan strategi lain yang dilakukan oleh perusahaan. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab setuju.

Indikator ketiga yaitu dampak program *community relations* terhadap organisasi dan komunitas, pada indikator ini merupakan dampak yang terjadi setelah melakukan kegiatan. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab setuju. Indikator keempat yaitu total biaya dari semua nonprofit pada indikator ini merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Pada indikator ini rata - rata responden menjawab setuju.

Pada indikator tertinggi menunjukkan bahwa PT. Angkasa Pura II sudah mengetahui organisasi yang ada di komunitas serta berpartisipasi dalam memberikan bantuan berupa dana dalam kegiatan warga Desa Rawarengas RT002/RW015, Kelurahan Rawarengas, Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang dan PT. Angkasa Pura II juga aktif terlibat dalam berbagai program warga di Desa Rawarengas.

Adapun dimensi kelima yaitu saluran komunikasi memiliki nilai mean terendah rata-rata responden menjawab tidak setuju. Dimensi ini memiliki empat indikator.

Indikator pertama yaitu pertemuan informal, indikator ini merupakan indikator terendah, yaitu pertemuan yang dilakukan oleh perusahaan secara

santai. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab sangat tidak setuju. Indikator kedua yaitu pembuatan iklan di media massa, pada indikator ini merupakan melibatkan warga dalam pembuatan iklan di media massa. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab tidak setuju.

Indikator ketiga publikasi internal, pada indikator ini merupakan publikasi yang dilakukan internal perusahaan untuk memberikan informasi kepada warga. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab tidak setuju. Indikator keempat yaitu open house, pada indikator ini merupakan perusahaan membolehkan warga mengetahui sistem kinerja dari perusahaan serta warga boleh mengunjungi perusahaan selain itu juga perusahaan mengundang warga untuk pembagian daging kurban di lingkungan perusahaan. Pada indikator ini rata-rata responden menjawab setuju.

#### E. PENUTUP

Hasil dari penelitian Proses Community Relations PT. Angkasa Pura II di Desa Rawarengas terkait kegiatan bantuan sosial yang dilakukan PT. Angkasa Pura II terkait protes warga Desa Rawarengas RT002/RW015, Kelurahan Rawarengas, Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang Pada Proyek Perluasan Runway 3 Bandara Soekarno-Hatta, Pada Tanggal 14 Maret 2017, dapat disimpulkan yaitu :

1. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah dimensi ketiga yaitu petunjuk untuk program community relations, sebagai dimensi yang tertinggi hal ini menunjukkan bahwa menurut warga PT. Angkasa Pura II dalam melaksanakan program community relations, seperti sasaran yang tepat, dan biaya yang dikeluarkan juga sudah tepat namun belum sepenuhnya merata.
2. Dimensi dengan nilai terendah adalah menetapkan sasaran, rata-rata responden cenderung menjawab tidak setuju karena warga merasa PT.



Angkasa Pura II kurang mengunjungi masyarakat, seperti kurangnya pihak perusahaan untuk turun langsung memberikan penjelasan mengenai masalah proyek perluasan runway 3 dan warga juga merasa kebutuhan komunitas sulit untuk dipenuhi dalam bentuk sponsorship untuk acara warga, setelah ada protes terhadap rencana proyek perluasan runway 3 Bandara Soekarno-Hatta masyarakat baru masyarakat merasa diperhatikan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis buat, adapun saran bagi Humas PT. Angkasa Pura II, yaitu penulis menyarankan:

1. Penulis menyarankan kepada PT. Angkasa Pura II untuk melakukan survey langsung kepada masyarakat agar pada program community relations perusahaan selanjutnya khususnya program bantuan sosial dapat sesuai dengan kebutuhan warga masyarakat sekitar khususnya warga Desa Rawarengas RT002/RW015, Kelurahan Rawarengas, Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang.
2. PT. Angkasa Pura II sebaiknya memperbaiki dalam menjalin community relations, humas sebaiknya lebih dekat lagi dengan warga dengan cara berkunjung ke pemukiman warga untuk melakukan komunikasi secara langsung dan memberikan penjelasan mengenai masalah proyek runway 3 Bandara Soekarno-Hatta, serta memberikan bantuan sosial dalam bentuk *sponsorship* yang diajukan warga sebelum ada masalah yang terjadi agar masyarakat merasa diperhatikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku.**

- Ardianto, Elvinaro., 2010, Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif, Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Arikunto, Suharsimi, 2005, Manajemen Penelitian, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Agung, Wahyu, 2010, Panduan SPSS 16.0, Yogyakarta: Gerailmu
- Bungin, H.M. Burhan, 2006, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Jakarta. Kencana
- Bulaeng, Andi, 2004 Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer. Yogyakarta
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, Glen M. Broom, 2006, Effective Public Relations, Jakarta: Kencana
- Danim, Sudarwan., 2002, Menjadi Peneliti Kualitatif, Bandung: Pustaka Setia.
- Ghozali, Imam, 2005, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (Semarang: Universitas Diponegoro
- Gulo, W, 2008, Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo
- Iriantara, Yosol, 2010, Community Relations Konsep dan Aplikasinya, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Irianto, Agus, 2006, Statistik Konsep Dasar & Aplikasinya, Jakarta: Kencana
- Kasali, Rhenald, 2005, Manajemen Public Relations, Jakarta: Pustaka Utama Grafitti
- Kountur, Ronny D, 2004, Metode Penelitian, Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis, Jakarta: PPM
- Kriyantono, Rachmat, 2009, Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana
- Lattimore, Dan et al, 2010, Public Relations: Profesi dan Praktik, Jakarta: Salemba Humanika
- Nazir. Moh, 1988, Metode Penelitian, Jakarta. Ghalia Indonesia

- Nisfiannoor, Muhammad, 2009, Pendekatan Statistik Modern untuk Ilmu Sosial, Jakarta: Salemba Humanika
- Paramita, Widya, 2008, Public Relations, Jakarta: UNJ Press
- Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah, 2005, Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady, 2010, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Jakarta: Rajawali Pers
- — — — —, 2010, Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sahputra, Edy & Faulina, 2011, Profesional Public Relations, Medan: USU Press
- Sangadji, Etta Mamang, 2010, Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian. Yogyakarta. Refika Aditama
- Silalahi, Ulber, 2012, Metode Penelitian Sosial, Bandung. Refika Aditama
- Subarsa Putri, Kinkin Yuliaty, 2010, Manajemen Publik Relation, Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press
- Sugiyono, 2011, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: ALFABETA
- Sujianto, Agus, 2007, Eko Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula, Jakarta: Prestasi Pustaka
- Umar, Husen, 2007, Metode Riset Bisnis, Jakarta: Gramedia Pustaka
- West, Richard, 2008, Pengantar Teori Komunikasi, Jakarta. Salemba Humanika

**Sumber Lain.**

Profile PT. Angkasa Pura II, <http://www.angkasapura2.co.id/id/tentang>, diakses 4 April 2017 pukul 05:08 WIB

Harga Tak Cocok, Warga Minta Pembangunan Runway Bandara Di Tunda, <https://m.tempo.co/read/news/2017/03/21/214858076/harga-tak-cocok-warga-minta-pembangunan-runway-bandara-ditunda>, diakses 4 April 2017 pukul 10:22 WIB