

INTISARI

Transportasi udara merupakan transportasi yang memiliki peranan penting di Indonesia, khususnya dalam bidang pariwisata. Bandar udara merupakan salah satu sarana pendukung untuk transportasi udara. Bandara Internasional Soekarno Hatta merupakan salah satu Bandara di Indonesia yang telah ditetapkan sebagai *tourism airport* oleh Kementerian Perhubungan. Selaku pengelola kegiatan operasional di Bandara Internasional Soekarno Hatta, PT Angkasa Pura II (Persero) memiliki peran penting dalam meningkatkan citra pariwisata Indonesia. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tugas *Corporate Communication* dan strategi komunikasi untuk meningkatkan citra Bandara Soekarno Hatta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatoris, wawancara dan dokumentasi. Teknik observasi digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi dari *corporate communication* untuk meningkatkan citra suatu instansi. Sedangkan teknik wawancara digunakan untuk memperoleh informasi dari AVP dan staf *corporate communication* sebagai sumber lisan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah 1). Divisi *Corporate Communication* PT Angkasa Pura II (Persero) memiliki tugas dan dibagi kedalam tiga divisi bagian yaitu *Eksternal Communication*, *Internal Communication* dan *Corporate Office Support*. 2). Divisi *Corporate Communication* memiliki beberapa strategi komunikasi yaitu menjadi juru bicara, menjalin hubungan baik dengan kalangan pers, melakukan media monitoring, menciptakan *corporate identity*, menjadi *partner sponsorship*, memanfaatkan sosial media dan membina hubungan kerja sama dengan seniman-seniman.

Kata kunci: Bandara Internasional Soekarno Hatta, Divisi *Corporate Communication*, PT Angkasa Pura II (Persero), Strategi Komunikasi, Citra

ABSTRACT

Air transport is a transportation that has an important role in Indonesia, especially in the tourism field. Airport is the one of the tool that has support for air transport. Soekarno Hatta International Airport is one of the Airports in Indonesia that has been designated as a *tourism airport* by the Ministry of Transportation. As the manager of operations at Soekarno Hatta International Airport, PT Angkasa Pura II (Persero) has an important role in improving the image of Indonesian tourism. Therefore, the purpose of this research is to know the task of Corporate Communication Division and Communication Strategy to improve the image of Soekarno Hatta International Airport.

The method that has been used in this research is qualitative. Data collection techniques which used participatory observation, interviews and documentation. Observation technique be used to know about the communication strategy from the Corporate Communication Division to improve the image of an institution. While, interviewing technique be used to obtain the information from AVP and Corporate Communication Division staff's as an oral source.

The conclusion of this research is 1). Corporate Communication Division of PT Angkasa Pura II (Persero) has a task and is divided into three divisions there are *External Communication*, *Internal Communication* and *Corporate Office Support*. 2). Corporate Communication Division has several communication strategies that is to be a spokesperson, establish good relationships with the press, conduct the media monitoring, create brand identity, become a sponsorship partners, utilize social media and foster the cooperative relationships with artists.

Keywords: Soekarno Hatta International Airport, Corporate Communication Division, PT Angkasa Pura II (Persero), Communication Strategy, Image