

STRATEGI MANAJEMAN HUMAS PT. ANGKASA PURA II (Persero) DALAM MELAKSANAKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

(Studi Deskriptif Mengenai Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
Kampung TegalWaluyo)

Oleh:

ADITYA EKA SAPUTRA^{*1}

NIM. E1101131034

Netty Herawati², Dewi Utami²

*Email: e1101131034@student.untan.ac.id

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dosen Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya minat warga sekitar dalam mengikuti program CSR yang dilakukan oleh Humas PT.Angkasa Pura II (Persero) dengan maksud untuk mengetahui strategi manajemen Humas PT.Angkasa Pura II (Persero) dalam melaksanakan CSR, melalui proses: *fact finding*, *planning*, *communicating* dan *evaluating*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun landasan teori yang digunakan adalah teori strategi manajemen dari Cutlip dan Center (1985). Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa: 1. Proses *fact finding* : mengevaluasi dan menyeleksi data atau terkait dengan terjun langsung ke lapangan. 2. Proses *planning* : penandatanganan oleh pihak yang disurvei, evaluasi data, dikuatkan dengan pernyataan dari desa survey lapangan, sharing informasi, dokumentasi pengisian formulir lalu membuat pengajuan proposal kepusat 3. Proses *communicating*: sosialisasi terpadu kepada masyarakat desa, *opinion leader*, dan kelompok kegiatan masyarakat dengan berkomunikasi langsung secara antar pribadi maupun kelompok. 4. Proses *evaluating*: Humas melakukan pemantauan secara teratur ke lapangan tempat dilaksanakan kegiatan CSR. Kesimpulan yang didapat adalah strategi manajemen yang telah direncanakan dan dilaksanakan oleh Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) sudah berjalan dengan baik, cukup efektif dan efisien, Hal tersebut terbukti adanya perubahan sikap publik ke perusahaan yang ditunjukkan dengan adanya kepedulian masyarakat pada asset perusahaan dan memiliki minat yang lebih tinggi lagi dalam mengikuti program PKBL yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya.

Kata Kunci : Strategi Manajemen Humas, Corporate Social Responsibility.

PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT STRATEGY OF PT ANGKASA PURA II (PERSERO) IN IMPLEMENTING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

(Descriptive Study on the Implementation of the Partnership and Community
Development Program in TegalWaluyo Village)

By:

ADITYA EKA SAPUTRA^{*1}

NIM. E1101131034

NettyHerawati², DewiUtami²

*Email: e1101131034@student.untan.ac.id

1. Student of Communication Science Study Program, Faculty of Social and
olitical Sciences, Tanjungpura University Pontianak
2. Lecturer of Communication Science Study Program, Faculty of Social and
olitical Sciences, Tanjungpura University Pontianak

ABSTRACT

This research is motivated by the decreasing interest of local residents in participating in the CSR program carried out by PR PT. Angkasa Pura II (Persero) with a view to knowing the PR management strategy of PT. Angkasa Pura II (Persero) in implementing CSR, through the process of: fact finding, planning, communicating and evaluating. The research method used is descriptive method using a qualitative approach. The theoretical basis used is the theory of management strategy from Cutlip and Center (1985) . From the results of the research carried out, it can be seen that: 1. The fact finding process: evaluating and selecting data or related to going directly to the field. 2. Planning process: signing by surveyed parties, data evaluation, strengthened by statements from field survey villages, sharing information, filling out documentation forms and submitting proposals to the center 3. Communicating process: integrated socialization to village communities, opinion leaders, and groups community activities by communicating directly between individuals and groups. 4. Evaluating process: Public Relations conducts regular monitoring of the field where CSR activities are carried out. The conclusion is the management strategy that has been planned and implemented by the PR of PT. Angkasa Pura II (Persero) has been running well, quite effectively and efficiently, this is proven by a change in public attitudes towards the company which is shown by the public's concern for company assets and has a higher interest in participating in the PKBL program conducted by PT Angkasa Pura II (Persero) SupadioKubu Raya.

Keywords: Public Relations Management Strategy, Corporate Social Responsibility



1. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Sebuah perusahaan dalam melaksanakan usahanya tidak lepas dari dukungan manajemen di dalamnya termasuk seorang praktisi humas. Apalagi saat ini semakin banyak muncul para kompetitor yang bergerak dalam bidang yang sama, membuat kita harus lebih baik lagi dalam menarik simpati publik. Simpati disini dapat diperoleh dari adanya citra positif, dan dalam menciptakan citra positif itu merupakan tugas seorang praktisi humas. *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu program sosial yang dimiliki perusahaan dapat menjadi jalan atau media dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, program CSR yang berjalan dengan baik dapat menciptakan sebuah opini yang baik terhadap perusahaan, dimana akhirnya akan menciptakan sebuah citra yang positif bagi perusahaan. Salah satu perusahaan BUMN di Kalimantan Barat yang berbentuk *public service*. PT Angkasa Pura II pada kantor cabang Bandara Internasional Supadio

Kuburaya Sebagai perusahaan yang termasuk memiliki seorang praktisi humas yang telah menjalankan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Dengan melihat pelaksanaan CSR yang sebelumnya yang kurang mendapatkan dukungan dan respon yang positif dari masyarakat. Maka dalam pelaksanaan CSR di Kampung Tegal Waluyo, Humas melaksanakannya dengan menggunakan strategi manajemen. Dengan harapan agar pelaksanaan CSR itu dapat memberikan keuntungan pada kedua belah pihak. PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya ingin memberdayakan masyarakat dengan memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat, dengan harapan akan timbul kepedulian masyarakat Kampung Tegal Waluyo terhadap program yang dilaksanakan dan terhadap keberadaan aset perusahaan di sekitar mereka, Agar semua itu dapat tercapai, maka humas melaksanakan strategi manajemen dalam pelaksanaan CSR di Kampung

Tegal Waluyo.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas maka dapat di identifikasikan masalahnya sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi masyarakat untuk mengajukan permohonan bantuan yang di Programkan Oleh PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya.
2. Kurangnya minat masyarakat ikut serta dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Tegal Waluyo yang Di adakan Oleh Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya.
3. Kurangnya kepedulian dan kerjasama oleh pemerintah setempat untuk mendukung Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Di Kampung TegalWaluyo.

3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian Bagaimana Strategi Manajemen Humas PT Angkasa Pura II (Persero) dalam

Melaksanakan CSR dalam waktu periode 1 tahun.

4. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana upaya dan proses Strategi Manajemen Humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya dalam Melaksanakan kegiatan CSR di Kampung Tegal Waluyo?

5. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen Humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya dalam Melaksanakan kegiatan CSR di Kampung Tegal Waluyo?

6. Manfaat Penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai pengembangan ilmu komunikasi dan secara khusus dalam bidang kajian Jurnalistik. Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan tolak ukur bagi mahasiswa ilmu komunikasi bahwa pengaruh desain visual di dalam sebuah pemberitaan.

2. KAJIAN TEORI

Teori Strategi Manajemen

Berkaitan dengan masalah yang diteliti tersebut maka peneliti menggunakan teori strategi manajemen sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Dalam teori ini terkandung bahwa humas dalam tugasnya tidak hanya melakukan komunikasi untuk mengharapkan timbale balik dalam melakukan kegiatannya juga berkaitan erat dengan fungsi manajemen organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Seperti yang penulis kutip dari Cutlip dan Center (1985) bahwa "proses Humas sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial yang terdiri dari: *Fact finding, planning, communicating, dan evaluating.*" (Soemirat, 2004:90)

a) *Fact finding* (mencari fakta)

Mencari atau mengumpulkan fakta-fakta atau data sebelum melakukan suatu kegiatan/tindakan. Hal ini berkaitan dengan kegiatan CSR, misalnya apa yang diperlukan public siapa yang terasuk ke

dalam publik, bagaimana keadaan public dari berbagai sisi, mengapa public bersikap masa bodoh dan mencutang kepada perusahaan.

b) *Planning* (perencanaan)

Membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi masalah-masalah berdasarkan fakta yang telah ditemukan di lapangan.

c) *Communicating* (mengkomunikasikan)

Setelah rencana berhasil disusun, maka selanjutnya kita perlu mengoperasikan rencana tersebut dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan bersama.

d) *Evaluating* (mengevaluasi)

Melihat dan menilai kegiatan yang dilakukan, apakah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai atau perlu diadakan operasi ulang atau mungkin kita berusaha mencari alternatif lain demi tercapainya hasil yang lebih baik lagi.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode deskriptif tersebut, peneliti menggambarkan apa saja faktor yang mengakibatkan kejadian dengan pendekatan kualitatif.

Sedangkan pendekatan kualitatif ditujukan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Faktor yang menyebabkan multitafsiran dibahas berdasarkan teori para ahli, dan temuan di lapangan dianalisis menurut sudut pandang peneliti sesuai rumusan masalah penelitian.

Untuk keperluan data, peneliti mewawancarai kepala Humas PT Angkasa Pura II Supadio dan Kepala Desa Kampung Tegal Waluyo mengetahui bagaimana upaya dan proses strategi manajemen Humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya dalam Melaksanakan kegiatan CSR di Kampung Tegal Waluyo. Staff PKBL yang berhubungan langsung dengan objek

penelitian juga diwawancarai. Sebelum turun untuk melakukan wawancara, peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk dijadikan bahan wawancara. Daftar pertanyaan tersebut kemudian dijadikan pedoman dan dikembangkan saat wawancara.

Panduan wawancara dalam penelitian ini dirancang untuk mengetahui penilaian informan tentang Bagaimana upaya dan proses Strategi Manajemen Humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya dalam Melaksanakan kegiatan CSR di Kampung Tegal Waluyo.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dari keseluruhan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Telah menunjukkan banyaknya informasi yang diperoleh dan penting untuk diketahui sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Gambaran mengenai hasil analisis berdasarkan pada rumusan masalah yang telah

ditentukan peneliti dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai strategi manajemen humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kubu Raya dalam melaksanakan CSR.

Berdasarkan landasan hukum dan prinsip tersebut PT Angkasa Pura II menganggap pelaksanaan program CSR harus benar-benar dilaksanakan sesuai dengan aturan yang ada, dalam pandangan perusahaan, CSR bukan semata sebagai tanggung jawab semata tapi bentuk kepedulian dan kontribusi perusahaan terhadap pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, Karena PT Angkasa Pura II merasa bahwa antara masyarakat dan PT Angkasa Pura II itu saling membutuhkan.

Harapan dan tujuan tersebut dapat saja tercapai apabila program CSR yang ada dilaksanakan dengan baik. Tidak hanya semata memberikannya begitu saja pada tahapan-tahapan yang berarti dalam pelaksanaannya. Sehingga tujuan dan harapan yang diinginkan tidak akan tercapa atau terpenuhi, Selama ini tidak semua masyarakat menerima dan mau untuk bekerjasama dalam menjalankan program CSR

tersebut, hal ini ditunjukkan masih lemahnya dukungan dan kepedulian masyarakat terhadap program-program CSR yang dijalankan, hal ini terlihat pada jumlah mitra binaan dalam Program Kemitraan yang semakin sedikit, juga masih rendahnya kepedulian masyarakat terhadap keberadaan asset perusahaan. Sehingga untuk pelaksanaan CSR di Kampung Tegal Waluyo dibutuhkan sebuah strategi manajemen yang sesuai dengan program yang dijalankan perusahaan dan juga sesuai dengan potensi, kebutuhan dan kebijakan yang ada, Berdasarkan identifikasi masalah pada penelitian ini, bagian Humas PT AP II (Persero) Pontianak dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR), menggunakan strategi manajemen yang meliputi proses *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating* sebagai berikut:

1. Proses Fact Finding

Dalam proses pencarian data dan informasi mengenai program CSR yang akan dilaksanakan humas PT Angkasa

Pura II, Humas PT Angkasa Pura II biasanya melakukannya dengan dua acara:

- 1) Jika informasi mengenai fakta tersebut didapat dari isu-isu yang berkembang di masyarakat, maka pihak Humas biasanya turun langsung ke lapangan untuk melakukan survey atau pengamatan lebih jauh. Humas juga biasanya berkoordinasi dengan pihak-pihak yang terkait, dalam hal ini adalah pemerintahan setempat untuk memperoleh informasi yang benar, agar tidak terjadi duplikasi dalam pemberian bantuan. Baru setelah itu ditindak lanjuti dengan pendokumentasian sebagai penguat untuk mengajukan proposal ke pusat. Namun jika sifatnya bencana alam maka humas melakukannya melalui prosedur *Community Service*, yakni langsung memberikan ba

ntuansesuaidengan yang dibutuhkansaatitu.

- 2) Jika informasi mengenai permasalahan atau fakta tersebut didapat dari proposal yang diajukan masyarakat, maka pihak humas PT Angkasa Pura II wajib melakukan evaluasi dan seleksi secara langsung atas permohonan proposal yang diajukan oleh masyarakat atau calon mitra binaan, dan berkoordinasi dengan dengan koordinator BUMN Pembina di wilayahnya untuk menghindari duplikasi pemberian bantuan atau pinjaman.

Langkah- langkah tersebut diambil agar data dan fakta yang didapat benar- benar akurat, sehingga hal- hal yang direncanakan dapat berkesinambungan. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Staf PKBL Humas PT Angkasa Pura II.

2. Proses Planing

Setelah mendapatkan data dan fakta yang akurat dari berbagai pihak terkait, maka humas PT Angkasa Pura II merencanakan tindakan-tindakan seperti, menyerap informasi yang didapat dari masyarakat atau pihak terkait, yang ditindaklanjuti dengan survey ke lapangan, Rencana tersebut bisa berdasarkan informasi yang ada atau berkembang, juga berdasarkan proposal yang diajukan.

3. Proses Communicating

Untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan-pesan yang telah direncanakan sebelumnya, bagian Humas PT Angkasa Pura II Bersama Staff PKBLnya melakukan sosialisasi terpadu ke wilayah Kampung Tegal Waluyo yang akan menjadi sasaran program CSR. Dalam sosialisasi juga Humas PT Angkasa Pura II, selalu menyampaikan untuk menyampaikan pesan-pesan atau kebijakan perusahaan mengenai kelistrikan yang dianggap perlu diketahui oleh masyarakat. Juga menyampaikan akan penting dan bahayanya listrik. Sosialisasi ini bertujuan agar pesan-pesan yang telah

direncanakan dapat tersampaikan pada sasaran yang dituju, agar program yang direncanakan dapat tercapai. Selain itu untuk lebih memberikan pendekatan kemasyarakat agar didapat sebuah penerimaan dari dukungan yang positif pada program yang dilaksanakan.

4. Proses Evaluating

Untuk menilai apakah tindakan komunikasi yang telah dilakukan berdasarkan perencanaan sebelumnya sudah sesuai dengan standar/tidak atau dapat dikatakan berhasil atau tidak, bagian humas PT Angkasa Pura II melakukan pemantauan secara teratur terhadap pelaksanaan CSR yang telah dilakukan di Kampung Tegal Waluyo yang meliputi bantuan untuk program kemitraan dan program PKBL untuk pemberdayaan informasi tentang CSR pada masyarakat Kampung Tegal Waluyo yang sangat dekat dengan lokasi bandara, Jika masyarakat masih tidak mengenal atau bahkan tidak peduli terhadap keberlangsungan program yang telah dilaksanakan, maka humas PT Angkasa Pura II akan terus memantau dengan melakukan

kunjungan ke wilayah tempat program dilaksanakan. Biasanya jika program masih baru dilaksanakan, humas melakukan kunjungan satu bulan sekali. Namun jika program tersebut telah lama dilaksanakan, humas memantaunya dengan waktu 3-4 kali dalam setahun. Dari hasil kunjungan atau evaluasi tersebut, dapat diketahui sejauh mana keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Tolak ukur untuk keberhasilan program tersebut adalah adanya dukungan terhadap program yang dilaksanakan, adanya kepedulian terhadap asset perusahaan serta tentu saja adanya citra yang positif untuk perusahaan dan adanya peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi pada masyarakat.

Hasil pengumpulan data berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi secara keseluruhan telah peneliti kemukakan di atas. Meskipun secara autentik wawancara dan observasi (artinya ada surat rekomendasi dari pihak Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Untan untuk melakukan penelitian di Bagian Humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio

Kuburaya) baru dilakukan pada bulan Desember 2020. Namun secara tidak langsung peneliti telah melakukan wawancara dan observasi pada saat peneliti mencari sumber dan informasi (PraRiset) atau selama proses penelitian mengenai strategi manajemen humas PT Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya dalam melaksanakan CSR.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Analisis dilakukan berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan, beberapa kesimpulan penelitian yang dapat dikemukakan yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mencari data dan fakta mengenai pelaksanaan CSR oleh Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya, bagian Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya melakukan penindak lanjutan informasi yang didapat baik dari masyarakat, pihak internal perusahaan, isu sosial di media,

- maupun isu mengenai kebijakan - kebijakan pemerintah serta penindak lanjutan proposal yang diajukan masyarakat ke Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya. Penindak lanjutan ini dilakukan dengan survey dan evaluasi langsung ke lapangan tempat objek yang dituju.
- b. Setelah fakta dan data didapat, maka Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya menyusun rencana atau tindakan - tindakan yang akan dilakukan untuk melaksanakan CSR tersebut. Dalam proses ini, setelah melakukan survey, maka Humas langsung menentukan siapa yang menjadi sasaran Program CSR PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya. Setelah itu Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya membuat proposal untuk diajukan ke PT. Angkasa Pura II (Persero) di pusat, sebagai bentuk permohonan pelaksanaan dan pemberian anggaran dari pusat. Kemudian bila bentuk programnya adalah pemberdayaan masyarakat maka akan dilakukan sosialisasi atau diberikan pelatihan terlebih dahulu, yang dikira dapat mendukung terhadap program yang akan dilakukan.
- c. Dalam mengkomunikasikan program CSR, PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya cenderung melakukan sosialisasi dengan berkomunikasi secara langsung dengan sasaran Program CSR. Caranya dengan mendatangi langsung sasaran untuk menyampaikan pesan - pesan mengenai kegiatan CSR yang dilaksanakan, manfaat dan makna dari kegiatan tersebut. Dalam mengkomunikasikan Program CSR, Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya juga berkoordinasi dengan tim yang ahli dalam bidang yang berkaitan dengan program yang dilaksanakan. Selain itu humas juga menggandeng opinion leader daerah setempat, demi tercapainya komunikasi yang efektif.
- d. Proses evaluasi yang dilakukan Humas PT. Angkasa Pura II

(Persero) Supadio Kubu Raya yaitu dengan memantau atau mengontrol kegiatan yang telah dilaksanakan di lapangan, biasanya dilakukan satu kali dalam satubulan. Jika animo masyarakat menurun maka evaluasi atau kontrol akan sering dilakukan oleh Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya. Dari proses evaluasi tersebut diketahui beberapa keberhasilan dari pelaksanaan program, yang diantaranya adalah; Pertama, adanya perubahan sikap publik ke perusahaan yang ditunjukkan dengan adanya kepedulian masyarakat pada asset perusahaan. Kedua, animo masyarakat pada pelaksanaan program juga tinggi, yang ditunjukkan dengan permintaan - permintaan program selanjutnya. Terjadi perubahan sosial dan ekonomi pada masyarakat.

2. Saran

Adapun dari penelitian yang penulis laksanakan selama ini, ada beberapa harapan yang penulis sampaikan melalui saran-saran sebagai berikut.

- a. Dalam proses fact finding dalam rangka pelaksanaan program CSR, diharapkan Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya dapat menelaah dan melihat lebih dalam apa yang menjadi kebutuhan masyarakat secara mayoritas. Sehingga pelaksanaan program CSR dapat benar-benar bermanfaat bagi masyarakat yang menjadi sasaran CSR. Serta melakukan pembagian anggaran untuk program CSR yang efektif dan efisien, agar jangkauan kegiatan humas lebih luas dan merata. Agar kegiatan tidak dilakukan di satu tempat saja.
- b. Dalam proses perencanaan, diharapkan Humas dapat menentukan dengan jelas kegiatan apa yang akan dilaksanakan. Agar semua berjalan sesuai persetujuan perusahaan. Juga perlu memperhatikan perencanaan untuk anggaran, Agar anggaran yang ada dapat di maksimalkan menyebar secara merata ke seluruh masyarakat yang membutuhkan, Serta tidak terkonsentrasi pada satu wilayah saja. Dalam perencanaan juga humas

harus dapat menentukan dengan siapa kegiatan atau program yang akan dilaksanakan, nantinya dapat memiliki instansi yang tepat untuk diajak bekerjasama

- c. Saat mengkomunikasikan program CSR berupa Program Kemitraan, diharapkan humas lebih menekankan pada komunikasi persuasive mengenal konsekuensi dan tanggung jawab yang ditanggung oleh perusahaan dan juga mitra binaan, hal ini dilakukan untuk menghindari kesalah pahaman mengenai program kemitraan, karena sebagian masyarakat masih menganggap program tersebut sebagai bantuan pemerintah. Hal ini akan berimbas pada lemahnya tanggung jawab mitra binaan dalam melaksanakan kewajibannya, yang akan mempengaruhi pada bergulirnya dana yang ada
- d. Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) Supadio Kuburaya diharapkan dapat mendokumentasikan secara rinci dan detail dalam dan tertulis mengenal seluruh kegiatan yang

ditakukan dalam pelaksanaan CSR. Hal ini sebagai evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan, sebagai tolak ukur keberhasilan, juga sebagai masukan dalam melaksanakan program atau kegiatan selanjutnya. Selain itu dengan pendokumentasian tersebut juga akan mempermudah publik eksternal yang ingin mengetahui kegiatan yang telah dilakukan.

- e. Penelitian mengenai strategi manajemen Humas dalam melaksanakan CSR tentunya tidak lepas dari pembahasan-pembahasan mengenai strategi-strategi yang dilakukan oleh humas, Untuk itu diharapkan kepada pihak akademik Program Studi ilmu Komunikasi Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura pada Konsentrasi Humas untuk dapat lebih memberikan bahan perkuliahan yang cukup dan memadai mengenai strategi yang digunakan secara keseluruhan dalam kehumasan khususnya mengenai Strategi Manajemen Humas dalam Melaksanakan CSR.

6. DAFTAR PUSTAKA

Referensi:

- Ardiantoro, Elvinaro. 2008. *Public Relations Praktis*. Bandung:WidyaPadjadjaran.
- Bungin, Burhan. 2006. *Pengantar Public Relations: StrategiMenjadiHumasProfesional*, Jakarta: Ramadina Prakarsa
- Cultrip, Scott M. 2006. *Effective Public Relations* :edisi 9. Jakarta :Kencana.
- Effendy, OnongUchjana. 2000. *Hubungan Masyarakat SuatuStudiKomunkologis*. Bandung :RemajaRosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2004. *ManajemenStrategis Public Relations*. Jakarta: GuliaIndonesia..
- Kasali, Renald, 2005. *Manajemen Public Relations:Konsep Dan Aplikasinya*. Jakarta :Pustaka Utama Grafiti.
- Kottler, Philip. 2005. *CSR: Doing The Most Good for Your Company and YourCaused*. New Jersey :Jhon Willey Son.Inc.
- Komala. Lukiat. 2009. *IlmuKomunikasi :Perspekti, Proses, dan Konteks*. Bandung :WidyaPadjajaran
- Kriyantono, Rahmat. 2008. *Teknik PraktisRisetKomunikasi*. Jakarta :Kencana.
- Soemirat, Soleh dan ElvinaroArdianto, 2007. *Dasar-dasar Public Relations*.
- Sugiyono, 2005. *MetodePenelitianKualitatif*. Bandung :Alfabet
- West, Richard. 2008. *PengantarTeoriKomunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: SelembangHumanika
- Anggoro, Linggar. 2008. *Teori dan ProfesiKehumasan Serta Aplikasinya diIndonesia*. Jakarta :BumiAksara.