

STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PT ANGKASA PURA I BANDAR UDARA SYAMSUDIN NOOR

Fransisca Sandra Dewi¹, Sanusi², Lieta Dwi Novianti³

Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam
Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIM 19110284

Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam
Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIDN 0019056202

Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam
Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIDN 1126117401

Email : cikasandraaa@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi dalam organisasi dapat menjadi ujung tombak dalam keberhasilan perusahaan untuk menapai tujuan yang sesuai dengan visi misi suatu perusahaan. Peran komunikasi dalam suatu perusahaan sangatlah penting dalam membuat perusahaan membentuk suatu bagian khusus yaitu humas atau biasa disebut *public relations* yang mempunyai peran, fungsi, tugas dan tanggung jawab. Penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dalam penelitian kualitatif pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian dilapangan. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Strategi Humas PT Angkasa Pura I Badar Udara Syamsudin Noor dalam membangun citra perusahaan yaitu dengan adanya Program TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) program peduli difabel, dan beberapa kegiatan lain nya. PT Angkasa Pura I Bandar Udara Syamsudin Noor menggunakan hubungan masyarakat agar dapat lebih fokus dalam melakukan program-program yang bertujuan pada membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat. Dalam meningkatkan suatu citra perusahaan sangat bergantung pada keberhasilan pelaksanaan program corporate social responsibility. Program tesebut menjadi salah satu jalan bagi sebuah perusahaan untuk memikat hati dari masyarakat sekitar daerah operasional perusahaan.