

## Komunikasi Organisasi dan Kemitraan Antara Airside Operation Unit Angkasa Pura II Palembang dan Mitra Maskapai

Rahma Santhi Zinaida<sup>1</sup>, Isnawijayani<sup>2</sup>, Dwi Muhammad Taqwa<sup>3</sup>, Ahmad Roziqin<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Stisipol Candradimuka, Indonesia

<sup>1</sup>rahmasanthi@binadarma.ac.id

### Abstract

*Angkasa Pura II Palembang is an international airport that is quite good in development seen from neat, clean tenant arrangements, good security, and adequate facilities. In implementing good airport operations, it is necessary to pay attention to how to build good relations between Angkasa Pura II managers, especially the Airside Operation Unit and the airlines. This study aims to identify and describe the organizational communication of the Angkasa Pura II Operations Unit in building good relations with Citilink's partner airlines. The theory used is the theory of organizational communication and partnerships. The research method used is descriptive qualitative. The subjects of this study were 2 people, including 1 OASA Manager and 1 Manager. Data collection techniques use primary data, namely interviews, and secondary data, namely observation, documentation and literature study. The technique of analysis and testing the validity of the data uses source triangulation. The results of this study indicate that the Airside Operation Communication Unit through various activities, namely meetings, meetings, morning coffee, community airlines (AOS), safety activities, Strategy Incentive Screen, Free-Lends. Keep in touch, both via e-mail and face to face. As well as regular meetings held once or twice a month. The partnership implemented by Angkasa Pura II and Citilink is a Potential Partnership. In this type of partnership, the partners care about each other but have not worked closely together.*

**Keywords:** *Organizational Communications; Partnerships; Angkasa Pura II; Airlines*

### Abstrak

Angkasa Pura II Palembang merupakan Bandar udara internasional yang cukup baik dalam pembangunan dilihat dari pengaturan tenant yang rapih, bersih, keamanan yang baik, dan fasilitas yang cukup memadai. Dalam pelaksanaan operasional bandara yang baik, perlu diperhatikan bagaimana cara membangun hubungan baik antara pengelola Angkasa Pura II khususnya pihak *Airside Operation Unit* dengan pihak maskapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi organisasi Unit Operasi Angkasa Pura II dalam membangun hubungan baik dengan maskapai mitra perusahaan Citilink. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi organisasi dan kemitraan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Subyek penelitian ini berjumlah 2 orang, meliputi 1 OASA Manager dan 1 Manager. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yaitu wawancara, dan sekunder yaitu observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis dan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *Unit Airside Operation Communication* melalui berbagai kegiatan yaitu pertemuan, rapat, morning coffee, community airlines (AOS), safety activities, Strategy Incentive Screen, Free-Lends. tetap berkomunikasi, baik melalui e-mail maupun tatap muka. Serta pertemuan rutin yang diadakan sekali atau dua kali dalam sebulan. Kemitraan yang diterapkan Angkasa Pura II dan Citilink adalah *Potential Partnership*, jenis kemitraan ini pelaku kemitraan saling peduli satu sama lain tetapi belum bekerja bersama secara lebih dekat.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Organisasi; Kemitraan; Angkasa Pura II; Maskapai*

## Pendahuluan

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari komunikator ke komunikan dimana sejatinya tidak terlepas dari dalam aspek kehidupan. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata lain *communicato*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama (Effendi, 2003). Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan setiap manusia, baik yang tradisional maupun modern selalu menjalankan proses komunikasi, ini berhubungan dengan cara bagaimana manusia mempertahankan hidupnya dengan cara melakukan komunikasi baik menggunakan komunikasi verbal (bahasa dan lisan) maupun non verbal (berupa simbol, lambang, dan gesture tubuh) (Smith & Lasswell, 2015). Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain (Ruben & Gigliotti, 2017).

Terdapat beberapa tipe-tipe komunikasi, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, serta komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai pertunjukan penafsiran pesan-pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu (Mulyana, 2022). Deetz (Mujahiddin & Harahap, 2017) menunjukkan bahwa organisasi modern dewasa ini lebih mengutamakan kepentingan para manajer dari pada kepentingan identitas, komunitas, atau demokrasi dalam organisasi perusahaan. Contoh kecil seperti penentuan prioritas pekerjaan setiap hari adalah bagian dari gambaran besar yang menunjukkan kepentingan manajemen yang mendominasi kepentingan para karyawan. Deetz membayangkan demokrasi sebagai suatu alternatif, suatu “pencapaian terus-menerus” (*ongoing accomplishment*) yang digunakan para pihak yang terlibat (*stakeholder*) untuk menuntut kembali pertanggung jawaban perusahaan sekaligus berfungsi sebagai agen yang melayani karyawan dan pihak berkepentingan lainnya dengan perusahaan. Demokrasi, dengan kata lain, harus terjadi dalam kegiatan komunikasi sehari-hari, dan dari sinilah perubahan budaya organisasi dimulai.

Perusahaan merupakan salah satu contoh nyata dari sebuah organisasi. Komunikasi dalam perusahaan sangat dibutuhkan guna mencapai tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Ada begitu banyak jenis-jenis perusahaan yang berada di Indonesia, yaitu Perusahaan Agraris, Industri, Jasa, Pengelolaan dan Pengusahaan bandar udara. Salah satu Perusahaan Pengelolaan dan Pengusahaan bandar udara yaitu PT. Angkasa Pura II Palembang. PT Angkasa Pura II (Persero) adalah badan usaha milik negara yang bergerak di bidang pengelolaan dan pegusahaan bandar udara di Indonesia, bersama dengan PT Angkasa Pura I yang menitik beratkan pelayanan pada Indonesia bagian barat. Angkasa Pura II Palembang berkantor pusat di Bandara Internasional Soekarno-Hatta di Tangerang, Banten.

Perusahaan, merupakan bentuk dari sebuah organisasi, tingkah laku komunikasi mengarahkan pada perkembangan iklim yang dilakukan oleh orang-orang yang di dalam organisasi ataupun perusahaan, diantaranya iklim organisasi. Iklim organisasi dipengaruhi oleh bermacam-macam cara anggota organisasi bertingkah laku dan berkomunikasi. Dalam prakteknya, peneliti melihat iklim komunikasi yang terjadi diantara orang-orang sudah terbuka, Dengan terciptanya iklim komunikasi organisasi yang positif dapat menumbuhkan motivasi kerja karyawan yang kuat. Pimpinan berperan penting dalam menumbuhkan motivasi karyawannya serta bertanggung jawab untuk menciptakan iklim komunikasi organisasi yang positif di lingkungan kerja (Setyaningsih, 2013). Tidak hanya antara atasan dan bawahan, karyawan angkasa pura II Palembang juga, sangat respect kepada atasan, karena karyawan membutuhkan arahan dari seorang

atasan, guna melakukan pekerjaan dengan sesuai prosedur. Dimana di posisi ini, atasanlah yang pada akhirnya membuat sebuah keputusan. Sedangkan diantara karyawan sendiri, karyawan angkasa pura II Palembang, sangat terlihat sekali berkoordinasi dalam melakukan pekerjaan, hal ini merupakan cara mereka untuk berkomunikasi di dalam sebuah bidang perusahaan (Zinaida & Havivi, 2019).

Angkasa pura II adalah perusahaan jasa, dan telah mengelola 13 bandara, antara lain Bandara Soekarno-Hatta (Jakarta), Halim Perdana Kusuma (Jakarta), Kualanamu (Medan), Supadio (Pontianak), Minangkabau (Padang) Sultan Mahmud Badaruddin II (Palembang), Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru), Husein Sastranegara (Bandung), Sultan Iskandar muda (Banda Aceh), Raja Haji Fisabilillah (Tanjung Pinang), Sultan Thaha (Jambi), Depati Amir (Pangkal Pinang), dan Silangit (Tapanuli Utara). Pratama & Pasaribu (2020). PT Angkasa Pura II Palembang banyak menjalin hubungan baik dengan mitra-mitra. Teori Kemitraan secara teoritis membuat pernyataan yang menarik yang berbunyi bahwa “memulai dengan mengakui dan memahami kemitraan pada diri sendiri dan orang lain, dan menemukan alternatif yang kreatif bagi pemikiran dan perilaku dominator merupakan langkah pertama ke arah membangun sebuah organisasi kemitraan” (Eisler et al., 2016).

Menurut Notoatmodjo (2003), kemitraan adalah suatu kerja sama formal antara individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi untuk mencapai suatu tugas atau tujuan tertentu. Ditjen P2L & PM Fitri et al. (2018) mengutarakan berbagai pengertian kemitraan secara umum (Promkes Depkes RI) meliputi:

1. Kemitraan mengandung pengertian adanya interaksi dan interelasi minimal antara dua pihak atau lebih dimana masing-masing pihak merupakan ”mitra” atau ”partner”.
2. Kemitraan adalah proses pencarian /perwujudan bentuk-bentuk kebersamaan yang saling menguntungkan dan saling mendidik secara sukarela untuk mencapai kepentingan bersama.
3. Kemitraan adalah upaya melibatkan berbagai komponen baik sektor, kelompok masyarakat, lembaga pemerintah atau non-pemerintah untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama berdasarkan atas kesepakatan, prinsip, dan peran masing-masing.
4. Kemitraan adalah suatu kesepakatan dimana seseorang, kelompok atau organisasi untuk bekerjasama mencapai tujuan, mengambil dan melaksanakan serta membagi tugas, menanggung bersama baik yang berupa resiko maupun keuntungan, meninjau ulang hubungan masing-masing secara teratur dan memperbaiki kembali kesepakatan bila diperlukan.

Model-model Kemitraan dan Jenis Kemitraan Secara umum, model kemitraan dalam sektor kesehatan dikelompokkan menjadi dua (Notoatmodjo, 2003) yaitu: Model I merupakan Model kemitraan yang paling sederhana adalah dalam bentuk jaring kerja (*networking*) atau *building linkages*. Kemitraan ini berbentuk jaringan kerja saja. Masing-masing mitra memiliki program tersendiri mulai dari perencanaannya, pelaksanaannya hingga evaluasi. Jaringan tersebut terbentuk karena adanya persamaan pelayanan atau sasaran pelayanan atau karakteristik lainnya. Sedangkan Model II, Kemitraan lebih baik dan solid dibandingkan model I. Hal ini karena setiap mitra memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap program bersama. Visi, misi, dan kegiatan-kegiatan dalam mencapai tujuan kemitraan direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi bersama.

Menurut Levinger & Mulroy (2004), terdapat empat jenis atau tipe kemitraan yaitu: *Potential Partnership*, pada jenis kemitraan ini pelaku kemitraan saling peduli satu sama lain tetapi belum bekerja bersama secara lebih dekat. Konflik dalam Kemitraan Beberapa literatur menyebutkan makna konflik sebagai suatu perbedaan pendapat di antara dua atau lebih anggota atau kelompok dan organisasi, yang muncul dari kenyataan bahwa mereka harus membagi sumber daya yang langka atau aktivitas kerja dan mereka mempunyai

status, tujuan, nilai, atau pandangan yang berbeda, dimana masing-masing pihak berupaya untuk memenangkan kepentingan atau pandangannya. Sedangkan menurut Brown (1998) konflik merupakan bentuk interaksi perbedaan kepentingan, persepsi, dan pilihan. Wujudnya bisa berupa ketidaksetujuan kecil sampai ke perkelahian (Nursanti et al., 2022).

Konflik dalam organisasi biasanya terbentuk dari rangkaian konflik-konflik sebelumnya. Konflik kecil yang muncul dan diabaikan oleh manajemen merupakan potensi munculnya konflik yang lebih besar dan melibatkan kelompok-kelompok dalam organisasi. Umstot (1984) menyatakan bahwa proses konflik sebagai sebuah siklus yang melibatkan elemen-elemen : 1) elemen isu , 2) perilaku sebagai respon dari isu-isu yang muncul, 3) akibat-akibat, dan 4) peristiwa-peristiwa pemicu. Faktor-faktor yang bisa mendorong konflik adalah: Perubahan lingkungan eksternal, Perubahan ukuran perusahaan sebagai akibat tuntutan persaingan. , Perkembangan teknologi, Pencapaian tujuan organisasi, dan Sruktur organisasi (Andrika et al., 2023).

Menurut Myer (Yudhaningsih, 2011) terdapat tiga bentuk konflik dalam organisasi, yaitu: Konflik pribadi, merupakan konflik yang terjadi dalam diri setiap individu karena pertentangan antara apa yang menjadi harapan dan keinginannya dengan apa yang dia hadapi atau dia peroleh. Konflik antar pribadi, merupakan konflik yang terjadi antara individu yang satu dengan individu yang lain dan Konflik organisasi, merupakan konflik perilaku antara kelompok-kelompok dalam organisasi dimana anggota kelompok menunjukkan "*keakuan kelompoknya*" dan membandingkan dengan kelompok lain, dan mereka menganggap bahwa kelompok lain menghalangi pencapaian tujuan atau harapan-harapannya.

Pada penelitian ini mitra yang dimaksudkan berkaitan dengan mitra perusahaan maskapai. PT. Angkasa Pura II Palembang menjalin hubungan dengan mitra perusahaan maskapai seperti, Garuda, Batik Air, Citilink, Lion Air, dsb.

Komunikasi yang dilakukan oleh Pihak PT Angkasa Pura II Palembang dengan mitra perusahaan maskapai, ditandai dengan adanya PT. Angkasa Pura II Palembang menjalin banyak hubungan baik dengan mitra maskapai. Di PT Angkasa Pura II Palembang, biasanya yang melakukan kegiatan untuk berhubungan dengan mitra maskapai yakni, divisi dari Unit *Airside Operation* (OASA) yang merupakan perantara untuk melakukan kerjasama melalui MoU. OASA adalah unit *airside operation*, unit ini berada dibawah naungan divisi OAS Airport Operation Service, dimana divisi ini memiliki fungsi sebagai pengawasan di bagian sisi terminal udara dalam bandar udara Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang sebagai kepala dari AMC (*Aircraft Movement Control*).

Angkasa Pura II Palembang bandara yang cukup baik dalam pembangunan dilihat dari Tenant rapih, bersih, keamanan yang baik, fasilitas yang cukup. Untuk itu peneliti ini ingin mengetahui bagaimana cara membangun hubungan baik dengan pihak maskapai. Selain itu, peneliti melihat sebuah kegiatan pertemuan untuk melakukan kerjasama, dalam hal ini mitra maskapai yang bekerjasama yaitu Mitra maskapai perusahaan Citilink. dimana mitra perusahaan maskapai citilink ini sudah menjalin hubungan baik lebih dari 10 tahun. Hal ini membuktikan PT Angkasa Pura II Palembang cukup berhasil dalam menjalin hubungan baik dengan mitra perusahaan maskapai citilink.

Penelitian ini membahas komunikasi organisasi dan kemitraan dari unit *Airside Operation* Angkasa Pura II Palembang dalam membangun hubungan baik dengan mitra maskapai perusahaan citilink. Sebab bagi sebuah pengelola bandara satu-satunya aspek yang dijual adalah jasa yang ada di dalamnya pasti berkaitan dengan pelayanan kepada penggunanya. Sejauh ini pelayanan yang diberikan bandara Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang untuk memberikan kenyamanan dan rasa aman jelas memiliki dampak yang

sangat besar terhadap kesuksesan bandara itu sendiri, terlebih pelaku OASA yang terlibat. Pada periode penelitian yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa kasus yang menunjukkan bahwa proses manajemen dan pembentukan strategi OASA Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang PT. Angkasa Pura II (Persero) lebih unggul jika dibandingkan dengan bandara-bandara lain dalam naungan PT. Angkasa Pura I (Persero). Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Komunikasi Kemitraan antara Unit *Airside Operation* Angkasa Pura II Palembang dan Mitra Perusahaan Citilink dimana state of the art penelitian ini terletak pada hubungan kemitraan tidak banyak dibahas dalam komunikasi organisasi, penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada komunikasi organisasi di level internal dan penelitian ini berada pada level eksternal.

## **Metode**

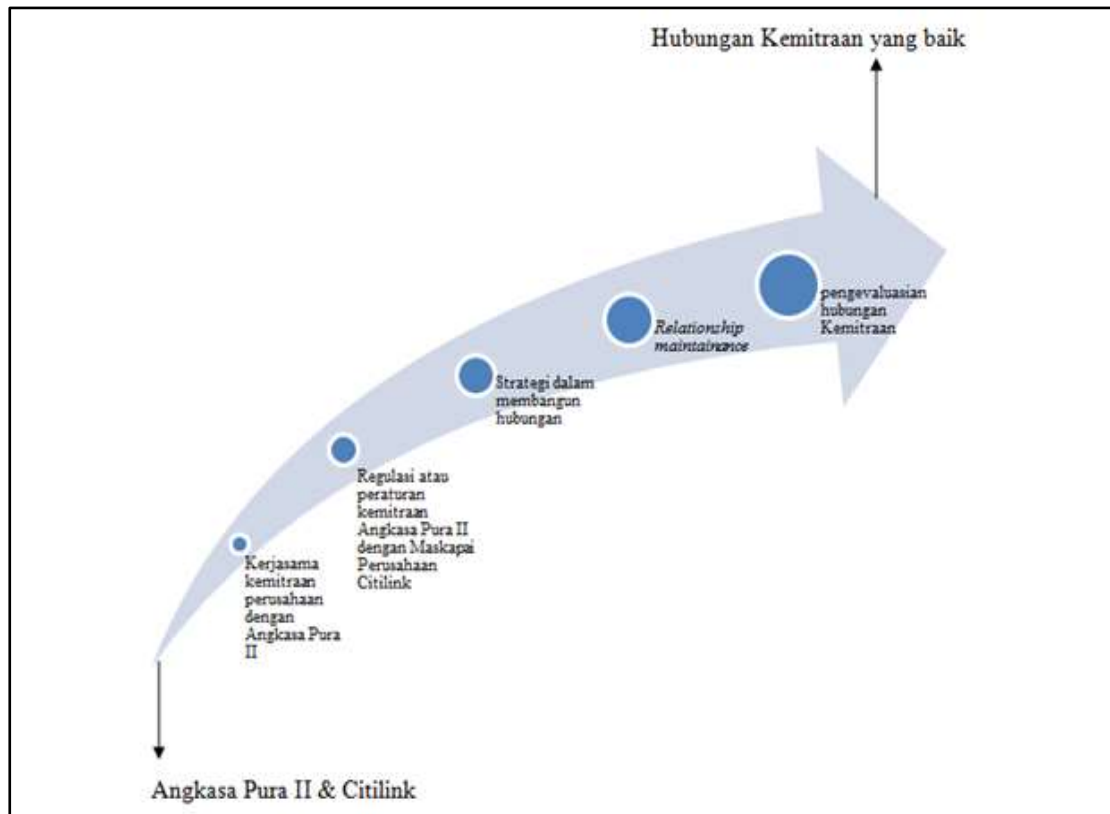
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana Komunikasi Organisasi Dari Unit *Airside Operation* angkasa pura II Palembang dalam membangun hubungan baik dengan mitra maskapai perusahaan Citilink. Metode kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa, kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah yang mana datanya berupa statement-statement atau pernyataan-pernyataan, selain itu juga penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena-fenomena dengan sedalam-dalamnya dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Subyek penelitian ini berjumlah 2 orang, meliputi 1 OASA Manager dan 1 Manager. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yaitu wawancara, dan sekunder yaitu observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis dan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

## **Hasil dan Pembahasan**

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. Angkasa Pura II telah mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah Republik Indonesia untuk mengelola dan mengupayakan perusahaan Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng yang kini berubah nama menjadi Bandara Internasional Jakarta Soekarno-Hatta serta Bandara Halim Perdanakusuma sejak 13 Agustus 1984. Sedangkan maskapai sendiri adalah sebuah organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Mereka menyewa atau memiliki pesawat terbang menyediakan jasa tersebut dan dapat membentuk kerja sama atau aliansi dengan maskapai lainnya untuk keuntungan bersama. Komunikasi Organisasi Unit *Airside Operation* Angkasa Pura II dalam membangun hubungan baik dengan Mitra Maskapai Perusahaan Citilink

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mendeskripsikan Komunikasi Organisasi Dari *Unit Airside Operation* Angkasa Pura II dalam membangun hubungan baik dengan Mitra Maskapai Perusahaan Citilink. Peneliti ingin mencari komunikasi organisasi yang dilakukan Unit *Airside Operation* AP II kepada Mitra Maskapai Perusahaan Citilink, dimana untuk mengetahui komunikasi organisasi yang digunakannya, peneliti menggunakan teori Kemitraan. Inti dari teori Kemitraan adalah suatu hubungan dalam bekerja sama antara mitra atau patner untuk saling mendapatkan suatu keuntungan bersama dalam perusahaan.

Teori Kemitraan Secara teoritis, Eisler et al. (2016) membuat pernyataan yang menarik yang berbunyi bahwa “*memulai dengan mengakui dan memahami kemitraan pada diri sendiri dan orang lain, dan menemukan alternatif yang kreatif bagi pemikiran dan perilaku dominator merupakan langkah pertama ke arah membangun sebuah organisasi kemitraan.*” Dewasa ini, gaya-gaya seperti perintah dan kontrol kurang dipercaya. Di dunia baru ini, yang dibicarakan orang adalah tentang karyawan yang “*berdaya*”, yang proaktif, karyawan yang berpengetahuan yang menambah nilai dengan menjadi agen perubahan. Kemitraan yang diterapkan Angkasa Pura II dan Citilink adalah *Potential Partnership* Pada jenis kemitraan ini pelaku kemitraan saling peduli satu sama lain tetapi belum bekerja bersama secara lebih dekat.



Gambar 1. Skema Komunikasi dan Hubungan Kemitraan  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

### 1. Kerjasama Angkasa Pura dengan Mitra Maskapai Perusahaan Citilink

Angkasa Pura II sendiri memiliki tujuan, dalam mewujudkan tujuan tersebut, AP II melalui kerjasama. Pihak AP II, menawarkan jasa penerbangan guna menarik mitra perusahaan maskapai. Penawaran yang diberikan oleh pihak AP II meliputi, jasa, produk, serta hasil banyaknya yang menjadi penumpang pada sebuah perusahaan maskapai. Komunikasi merupakan cara agar hubungan terus berlangsung diantara keduanya. Kerjasama ini dibuat adanya kesepakatan yang telah dibuat atau ditentukan sebelumnya. Agar kerjasama yang dibuat dapat dilakukan dengan baik oleh kedua belah pihak. Mitra perusahaan maskapai yang dimaksudkan adalah Mitra Maskapai Perusahaan Citilink. Pelayanan yang terbaik adalah kunci untuk melakukan sebuah kerjasama. Apabila, sebuah mitra maskapai perusahaan tertarik untuk melakukan kerjasama dengan Pihak AP II, maka langkah selanjutnya adalah pihak AP II dapat melakukan pemeliharaan hubungan (*relationship maintenance*) kepada mitra perusahaan maskapai tersebut. Komunikasi merupakan cara agar hubungan terus berlangsung diantara keduanya.

## 2. Relationship Maintenance

Komunikasi organisasi yang digunakan oleh Unit *Airside Operation*, yakni dalam bentuk kegiatan-kegiatan safety, morning coffe, kegiatan rapat airlines, dan juga komunitas airlines, hal ini dilakukan guna membangun hubungan baik antar keduanya. Mengingat, betapa pentingnya komunikasi sebagai bagian dari upaya pemeliharaan hubungan. Sebuah pelayanan adalah bentuk dari komunikasi. Komunikasi yang terjadi antara kedua belah pihak bersifat fleksibel, artinya komunikasi terjadi dimana saja dan kapanpun. Komunikasi secara langsung atau tatap muka pun dilakukan, serta berkoordinasi melalui surat elektronik. Jadi untuk sekarang belum ada hambatan yang terlihat dalam proses berkomunikasi. Pertemuan rutin yang diadakan setiap satu bulan atau dua bulan sekali, dapat memberikan efek terhadap hubungan antara Unit *Airside Operation* dan mitra maskapai perusahaan citilink menjadi hubungan baik. Dimana hubungan ini akan dapat bertahan sampai kapanpun.

## 3. Strategi dalam Membangun Hubungan

Strategi yang diterapkan oleh Unit *Airside Operation* adalah meeting atau pertemuan terkait dengan jumlah data penerbangan, data penerbangan yang dimaksudkan adalah data jumlah penumpang (*passenger*). Dengan kata lain, Pihak Unit *Airside Operation* melakukan transparansi data kepada pihak perusahaan maskapai citilink. Ada juga melalui *rewards*, *Rewards* tersebut berupa bonus atau insentif, apabila pihak mitra maskapai citilink mencapai target, dan *Free-Lends* yaitu bebas biaya landingnya oleh pihak AP II. Upaya-upaya yang dilakukan tersebut guna membangun hubungan baik dengan mitra maskapai perusahaan citilink.

## 4. Regulasi atau Peraturan Kemitraan Angkasa Pura II dengan Maskapai Perusahaan Citilink

Regulasi atau pertauran dimiliki setiap perusahaan, perusahaan AP II memiliki peraturan sendiri, perusahaan AP II merupakan penyedia jasa penerbangan, produk, dan lain sebagainya. Citilink mempunyai alasan tersendiri untuk bekerjasama dengan AP II, karena AP II membuka rute perjalanan, contohnya rute perjalanan menuju tujuan Palembang, serta mempunyai keperluan bagi maskapai. Regulasi atau peraturan biasanya berdasarkan SOP (Standar Operasional Prosedur), dimana SOP inidapat meminimalisir kesalahan yang kemungkinan dapat saja terjadi sewaktu-waktu. Regulasi atau peraturan sangat penting diterapkan, karena ini dapat melatih kedisiplinan bagi kedua belah pihak. Sehingga hubungan dapat berkembang, tidak ada yang merasa lebih unggul antar keduanya.

## 5. Proses Evaluasi Hubungan Kemitraan

Suatu hubungan, ada baiknya dilakukan proses pengevaluasian. Proses evaluasi dilakukan, guna meninjau kembali apa yang telah ada. Dimana tinjauan ini akan menemukan hal yang sudah baik atau hal yang seharusnya diperbaiki. Pada waktu proses pengevaluasian ini juga biasanya dibarengi dengan pemberian rewards, berupa Kalendar, Goodiebag, serta alat tulis. Tidak ada perlakuan yang berbeda yang diberikan oleh pihak AP II, terhadap mitra maskapai perusahaan citilink. Semuanya sudah di generalisasikan atau di sama ratakan untuk semua maskapai yang ada. Selama menjalin hubungan kerjasama dengan Unit *Airside Operation* AP II, citilink merasa tidak ada pelanggaran yang dilakukan oleh pihak tersebut. Hal ini mungkin pihak AP II, menjaga nama baik perusahaan. Sampai saat ini pihak citilink masih merasa aman dan terkendali.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, yang telah peneliti lakukan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa bagaimana Komunikasi Organisasi Unit *Airside Operation* AP II dalam membangun hubungan baik dengan mitra maskapai citilink sebagai berikut: Komunikasi Organisasi Unit *Airside Operation*, melalui berbagai kegiatan, yaitu pertemuan (meeting), rapat, morning coffee, komunitas airlines (AOS), kegiatan *safety*. Selain itu, komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Unit *Airside Operation* AP II, melalui strategi-strategi. Yaitu dengan melakukan strategi Incentive Screen, yaitu bonus yang diberikan pihak AP II kepada maskapai citilink apabila mencapai target. Berupa Free-Lends, yaitu biaya lending dibebaskan oleh pihak AP II. Pihak Unit *Airside Operation* AP II, terus menerus melakukan komunikasi, baik melalui surat elektronik (e-mail) ataupun tatap muka. Serta pertemuan rutin yang diadakan satu atau dua bulan sekali, dan pemberian cendra mata (*souvenir*) seperti calendar, *goodiebag*, dan alat tulis. Kemitraan yang diterapkan Angkasa Pura II dan Citilink adalah Potential Partnership Pada jenis kemitraan ini pelaku kemitraan saling peduli satu sama lain tetapi belum bekerja bersama secara lebih dekat.

## Daftar Pustaka

- Andrika, M. Z., Simamora, P. R. T., & Perwirawati, E. (2023). Komunikasi Organisasi Airport Security PT. Angkasa Pura ii (persero) dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di Kualanamu Internasional Airport. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8(1), 45–53.
- Brown, A. D. (1998). *Organisational Culture*. London: Prentice Hall.
- Effendi, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi Dan Teori Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eisler, R., Donnelly, G., & Montuori, A. (2016). Creativity, Society, and Gender: Contextualizing and Redefining Creativity. *Interdisciplinary Journal of Partnership Studies*, 3(2).
- Fitri, M. A., Afrizal, R., & Yuliandri, Y. (2018). Analisis Sistem Kemitraan Petani Penangkar dan PT. Pertani dengan PT. Citra Nusantara Mandiri. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment*, 1(1), 28–37.
- Kurnianti, Apsari W. 2017. Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NguberJEK. *Jurnal Komunikasi Kajian Media : 1* (1), 69-84.
- Levinger, B., & Mulroy, J. (2004). *A Partnership Model for Public Health: Five Variables for Productive Collaboration*. Washington: Pact Publications.
- Mujahiddin, M., & Harahap, M. S. (2017). Model Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pemuda. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 142–155.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nursanti, S., Dharta, F. Y., Chaerudin, C., Syam, S. P., & Purnama, R. N. (2022). Generation z's Perceptions of Health Information about The Covid-19. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(2), 587–602.
- Ogbonna, C.O, Igbojekwe. Dan Polycarp. 2015. Evaluation of Service Recovery Strategies in Some Hotels In Lagos Metropolis, Lagos, Nigeria. *Indiana Journal of Commerce and Management Studies*. Vol.6, Issue.2.
- Pratama, P. Y., & Pasaribu, S. E. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Kerja Pada Pengaruh Iklim Organisasi Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 259–272.
- Ruben, B. D., & Gigliotti, R. A. (2017). Communication: Sine Qua Non of Organizational Leadership Theory and Practice. *International Journal of Business Communication*, 54(1), 12–30.



- Setyaningsih, I. (2013). *Iklim Komunikasi Organisasi Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan (Studi Deskriptif di Divisi General Affair and Communication Section Head PT. Angkasa Pura I (Persero) Adisutjipto International Airport Yogyakarta)*. Other thesis, UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Smith, B. L., & Lasswell, H. D. (2015). *Propaganda, Communication and Public Opinion*. London : Princeton University Press.
- Tahaka, Yanne Christiani. 2013. Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alat Ukur Kinerja Pada PT. Bank Sulut. *Jurnal EMBA*, 1 (4).
- Umstot, D. D. (1984). *Understanding Organizational Behavior: Concepts and Applications*. Minnesota: West Publishing Company.
- Yudhaningsih, R. (2011). Peningkatan efektivitas kerja melalui komitmen, perubahan dan budaya organisasi. *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 11(1), 40–50.
- Yuliana, Rahmi. 2012. Analisis Pengaruh Strategi Service Recovery yang Dilakukan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 1 (4).
- Zinaida, R. S., & Havivi, S. L. (2019). Understanding the Communication Strategy of Women's Rights Protection in the Digital Era through Website. *Jurnal The Messenger*, 11(2), 244–256.