

**STRATEGI KOMUNIKASI DUA ARAH *PUBLIC RELATIONS* PT  
ANGKASA PURA I (PERSERO) DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI  
INTERNAL MELALUI *EVENT CEO TALKS X MILLENNIALS AP I*  
UNTUK MEWUJUDKAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)**

**Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**OLIVIA RISQITHA**

**1161003047**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Olivia Risqitha**

**NIM : 1161003047**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 27 Agustus 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Olivia Risqitha

NIM : 1161003047

Program Studi : Ilmu Komunikasi

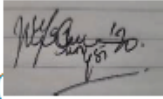
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dua Arah *Public Relations* PT Angkasa Pura I (Persero) dalam Membangun Komunikasi Internal melalui *Event CEO Talks X Millennials AP I* untuk Mewujudkan *Employee Engagement*

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**


Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.

()

Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si.

(  
27.08.2020)

Penguji 2 : Suharyanti M.S.M

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2020

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Komunikasi Dua Arah *Public Relations* PT Angkasa Pura I (Persero) dalam Membangun Komunikasi Internal melalui *Event CEO Talks X Millennials AP I* untuk Mewujudkan *Employee Engagement*” ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis tentunya mendapatkan dukungan, bimbingan, semangat, doa dan dibantu oleh berbagai pihak yang berkontribusi dalam mengatasi segala tantangan yang mungkin dihadapi hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

### **1. Orang Tua dan Adik**

Terima kasih kepada Ayah dan Bunda penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan luar biasa dalam setiap kondisi baik secara moril maupun materiil. Terima kasih sudah membesarkan penulis dan menjadi pendengar setia dalam mendengarkan keluh kesah penulis. Penulis sadar kelancaran dan kemudahan penulis dalam meraih gelar sarjana ini tak luput dari doa Ayah dan Bunda. Semoga kelak penulis dapat membalas perjuangan Ayah dan Bunda. Aamiin. Penulis juga mengungkapkan terima kasih kepada Faissya Kanaya Ramadhani selaku adik penulis. Terima kasih sudah memberikan semangat dan menemani penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

### **2. Ibu Mirana Hanathasia, S. Sos., MMediaPrac**

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku Dosen Pembimbing Penulis mulai dari program magang hingga tugas akhir yang selalu memberikan bantuan, masukan dan terus sabar membimbing penulis selama masa bimbingan ini. Semoga Ibu Mirana selalu diberikan kesehatan oleh Allah SWT. Aamiin.

**3. Ms. Dianingtyas Murtanti Putri, S. Sos., MSi**

Terima kasih kepada Ms. Dian selaku penguji I Sidang Tugas Akhir yang selalu membantu penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas bimbingannya terhadap penelitian ini menjadi lebih baik.

**4. Ms. Andriani Ganeswari**

Terima kasih kepada Ms. Anes yang telah bersedia membantu penulis dalam memberikan informasi dan wawasannya sebagai triangulator penelitian ini. Segala ilmu dan pengalaman Ms. Anes dalam bidang komunikasi khususnya *Public Relations* yang dibagikan tentunya sangat bermanfaat bagi penulis dalam mengembangkan pembahasan dalam penelitian ini.

**5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dukungan, serta pengalaman luar biasa yang Bapak dan Ibu berikan selama masa perkuliahan penulis hingga sampai ke tahap ini. Terima kasih atas segala pengalaman yang diberikan, penulis sangat bersyukur untuk bisa mendapat ilmu dan pengalaman selama duduk di bangku kuliah ini.

**6. PT Angkasa Pura I (Persero)**

Terima kasih untuk Angkasa Pura I yang sudah memberikan kesempatan magang kepada penulis dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian. Terima kasih banyak kepada informan yaitu Bapak Awaluddin, Mba Yeni Mujiatin, Mas Hanandito, Mas Lukman Nurhakim, dan Kak Norma Zuraida atas waktu dan kesempatan yang diberikan kepada penulis di sela-sela kesibukannya. Informasi yang diberikan sangat bermanfaat bagi penulis dalam melakukan penelitian ini.

**7. Sabiuw Skripsian**

Ungkapan terima kasih penulis ucapkan untuk Aina Rahma Wulan dan Syifa Rahmawati yang sudah berperan menjadi sahabat sehidup semati mulai dari *UBs Week* hingga sampai saat ini. Terima kasih sudah memberikan semangat, setia mendengar keluh kesah penulis, menjadi pemberi solusi yang baik untuk kehidupan penulis mulai dari perkuliahan, pekerjaan, percintaan, dan lain sebagainya. Semoga sukses selalu! *Can't imagine how's life without you guys.*

**8. Korban Quarantine Zone**

Terima kasih penulis ucapkan teruntuk Reka Harnis, Sindy Adiska, Saphira Amanda Detrishia Lawado, Firna Nur Ichsani, Nurul Hanun Assyifa, dan Annisa Khoiriyah yang sudah setia menjadi sahabat penulis mulai dari bangku SMP hingga saat ini. Terima kasih selalu memberikan dorongan semangat luar biasa kepada penulis, sudah menjadi pendengar yang baik atas keluh kesah penulis terutama selama pandemi ini. Semoga pertemanan ini terus bertahan hingga kita tua nanti.

**9. Dito Reindragraha**

Terima kasih sudah sangat berperan dalam mendorong semangat penulis di awal masa pandemi hingga penulis bisa sampai ke tahap ini. Terima kasih atas dukungan dan waktu yang Kak Dito berikan, semoga senantiasa diberikan kesehatan. Aamiin.

**10. Mochammad Fakhri Reza**

Terima kasih sudah setia menemani penulis dalam proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik dan rela mengorbankan waktunya untuk menemani penulis dimanapun kapan pun untuk mendukung proses penulisan penelitian ini.

**11. Rifa Aisya Putri**

Teruntuk Rifa, terima kasih sudah mewarnai hari-hari penulis selama masa perkuliahan ini. Penulis sangat menghargai waktu bersama Rifa terutama setiap hari Sabtu untuk makan siang bersama. Semoga Rifa selalu diberikan kesuksesan serta kesehatan lahir dan bathin.

**12. Khulud Saekhan**

Terima kasih untuk Khulud yang sudah berperan menjadi sahabat setia penulis sejak bangku SMA hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi pendengar setia, menemani suka dan duka penulis mulai dari pekerjaan, perkuliahan, percintaan, dan lain sebagainya. Selamat sukses wahai S.T!

**13. Teman-teman Seperjuangan Meraih Sarjana**

Terima kasih untuk Hana Safitri, Rina Eka Riyanti, Anggi Zhafira, Softiana Elinda, Rigita Anggraini, Lena Wisna Puspita, dan teman-teman se-perbimbingan penulis yang selalu memberikan semangat satu sama lain hingga kita bisa sampai ke tahap ini. Terima kasih atas satu rasa selama pandemi ini. *Lots of love!*

**14. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016**

Terima kasih untuk Komunal 16 atas segala memori terindah selama masa perkuliahan ini. Kebersamaan kita semua akan selalu dikenang oleh penulis sampai kapan pun. Semoga teman-teman diberikan kesehatan untuk berkumpul bersama kembali.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 7 Agustus 2020



Olivia Risqitha

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Olivia Risqitha  
NIM : 1161003047  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI DUA ARAH *PUBLIC RELATIONS* PT  
ANGKASA PURA I (PERSERO) DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI  
INTERNAL MELALUI *EVENT CEO TALKS X MILLENNIALS AP I*  
UNTUK MEWUJUDKAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,



(Olivia Risqitha)



**STRATEGI KOMUNIKASI DUA ARAH *PUBLIC RELATIONS* PT  
ANGKASA PURA I (PERSERO) DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI  
INTERNAL MELALUI *EVENT CEO TALKS X MILLENNIALS AP I*  
UNTUK MEWUJUDKAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT***

Olivia Risqitha

---

**ABSTRAK**

Komunikasi yang baik antar publik internal perusahaan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan demi mendukung kinerja karyawan dalam bekerja. PR berperan dalam membuat strategi program yang dapat membuat komunikasi dan hubungan publik internal dapat berjalan dengan baik. PT Angkasa Pura I menerapkan pembinaan relasi internal melalui berbagai cara mulai dari *weekly meeting*, *family gathering*, hingga pelaksanaan *event* internal. Salah satu bentuk *event* internal ialah *CEO Talks X Millennials AP I* yang merupakan acara khusus dalam mendekati karyawan dengan CEO dan para BOD PT Angkasa Pura I. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat dan menjelaskan strategi komunikasi dua arah yang dilakukan oleh PR AP I dalam pelaksanaan program internal, serta menjelaskan program PR *CEO Talks X Millennials AP I* dalam mewujudkan *employee engagement*. Selanjutnya, penelitian ini dianalisis menggunakan model PR oleh Grunig dan Hunt, manajemen *event* oleh Philip Lesly, dan keterlibatan karyawan oleh Kahn. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Angkasa Pura I menerapkan komunikasi secara dua arah simetris yang baik antara karyawan dan manajemen perusahaan melalui pelaksanaan *event CEO Talks*, hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Grunig dan Hunt bahwa adanya diskusi dan pertukaran informasi dalam penerapan komunikasi dua arah dapat mengarahkan kedua belah pihak dapat saling mengerti. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Komunitas Milenial AP I memiliki peran penting dalam menampung aspirasi karyawan dan dapat merealisasikan berbagai program kerja yang mendukung kemajuan perusahaan. Penting bagi PR agar selalu merangkul komunitas ini karena terdapat keterkaitannya dengan proses pembentukan citra positif di mata masyarakat dalam jangka waktu panjang yang dapat diperoleh melalui keterlibatan karyawan baik secara *physical*, *emotional*, dan *cognitive* yang dapat mendorong karyawan untuk lebih terlibat berkontribusi demi mendukung kemajuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

**Kata kunci:** *Employee Engagement*, Komunikasi Internal, *Public Relations*

***PT ANGKASA PURA I (PERSERO) TWO-WAY PUBLIC RELATIONS  
COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING INTERNAL  
COMMUNICATION THROUGH CEO TALKS X MILLENNIALS  
AP I EVENT TO ACHIEVE EMPLOYEE ENGAGEMENT***

Olivia Risqitha

---

***ABSTRACT***

*Good communication between internal employees becomes an important thing to be considered with company in order to support its employees in working their jobs. PR plays a role in making program strategies that can make communication and internal Public Relations work well. PT Angkasa Pura I implement internal relations development through various ways; weekly meetings, family gatherings, and internal events. One of them is creating an internal program such as CEO Talks X Millennials AP I which is a special event that deals with employees with the CEO and BOD of PT Angkasa Pura I (Persero). The purpose of this study is to see and explain the Two-Way communication strategy undertaken by the Corporate Communications of PT Angkasa Pura I (Persero) in the implementation of internal programs, as well as explaining the PR Program by CEO Talks X Millennials AP I event in realizing employee engagement. Furthermore, this study was analyzed using the PR model by Grunig and Hunt, event management by Philip Lesly, and employee engagement by Kahn. The method used in this research is intrinsic case study, with qualitative research. The results showed that PT Angkasa Pura I (Persero) implemented a good symmetrical direction of communication between employees and company management through the implementation of the CEO Talks event, this is in accordance with what was conveyed by Grunig and Hunt that the existence of discussion and exchange of information in the application of two-way communication can directing both parties to understand each other. The AP I Millennial Community as the main audience for this activity has an important role in various company work programs, so it is important for PR to always embrace this community because there is a connection with the process of forming a positive image in the eyes of the community in the long term that can be obtained through involvement employees both physically, emotionally and cognitively which can encourage employees to be more involved in contributing to supporting the company's progress in achieving its goals.*

***Keywords:*** *Employee Engagement, Internal Communication, Public Relations*

**DAFTAR ISI**

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | i    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                        | ii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                                     | iii  |
| <b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....                                  | iv   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....                          | viii |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | ix   |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | x    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | xi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xvi  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xv   |
| <b>DAFTAR BAGAN</b> .....   | xvi  |
| <br>  |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 11   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 11   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 12   |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....   | 12   |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....   | 12   |
| <br>  |      |
| <b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....                              | 13   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....      | 23   |
| 2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....         | 23   |
| 2.2.1 <i>Corporate Communication</i> .....                          | 23   |
| 2.2.2 Komunikasi Organisasi .....                                   | 25   |
| 2.2.3 Komunikasi Dua Arah berdasarkan Model PR Grunig dan Hunt..... | 26   |
| 2.2.4 Komunikasi Internal.....                                      | 28   |
| 2.2.5 <i>Event</i> .....  | 30   |
| 2.2.6 <i>Employee Engagement</i> .....                              | 32   |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>  | <b>37</b> |
| 3.1 Metode Penelitian .....   | 37        |
| 3.2 Objek Penelitian.....   | 38        |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....  | 38        |
| 3.3.1 Sumber Data.....  | 38        |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....  | 39        |
| 3.4 Definisi Konseptual dan Opersionalisasi Konsep.....   | 43        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....  | 44        |
| 3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....  | 46        |
| 3.7 Keterbatasan Penelitian .....   | 47        |
| <br>  |           |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>48</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....   | 48        |
| 4.1.1 Sejarah dan Profil PT Angkasa Pura I (Persero).....   | 48        |
| 4.2 Subjek Penelitian .....   | 55        |
| 4.2.1 Subjek Triangulator .....   | 60        |
| 4.3 Hasil Penelitian.....   | 61        |
| 4.3.1 Strategi Komunikasi Dua Arah PR PT Angkasa Pura I Pada<br>Pelaksanaan <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> .....       | 61        |
| 4.3.2 <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> .....   | 69        |
| 4.3.3 <i>Employee Engagement</i> dari Pelaksanaan <i>Event CEO Talks X<br/>        Millennials AP I</i> .....                     | 76        |
| 4.4 Pembahasan .....  | 83        |
| 4.4.1 Strategi Komunikasi Dua Arah Simetris PT Angkasa Pura I Pada<br>Pelaksanaan <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> ..... | 83        |
| 4.4.2 Konsep <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> dalam Menciptakan<br><i>Sense of Belonging</i> .....                       | 87        |
| 4.4.3 Peran Komunitas Milenial AP I dalam Membina Hubungan Internal<br>Perusahaan .....   | 89        |
| 4.4.4 Komunitas Milenial AP I sebagai Sarana untuk Membangun<br><i>Employee Engagement</i> .....                                  | 91        |

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 4.4.5                                   | Pelaksanaan <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> dalam mewujudkan <i>Employee Engagement</i> .....                           | 93  |
| 4.4.6                                   | Aspek <i>Physical Employee Engagement</i> pada <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> .....                                    | 94  |
| 4.4.7                                   | Ketertarikan Emosional yang terjadi pada Pelaksanaan <i>Event CEO Talks</i> dalam Membangun Hubungan Antar Karyawan.....          | 95  |
| 4.4.8                                   | Aspek <i>Cognitive Employee Engagement</i> pada <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> dalam Mendukung Tujuan Perusahaan ..... | 97  |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> ..... |   | 100 |
| 5.1                                     | Kesimpulan .....  | 100 |
| 5.2                                     | Saran .....   | 102 |
| 5.2.1                                   | Saran Akademis .....  | 102 |
| 5.2.2                                   | Saran Praktis .....   | 103 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....             |   | 104 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                   |   | 107 |

**DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 <i>Family Gathering</i> PT Sido Muncul.....                        | 2  |
| Gambar 1.2 <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> .....                    | 7  |
| Gambar 1.3 Rangkaian Acara <i>CEO Talks X Millennials AP I</i> .....          | 8  |
| Gambar 4.1 Logo PT Angkasa Pura I .....                                       | 52 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I .....                        | 53 |
| Gambar 4.3 Awaluddin selaku <i>Corporate Communications Senior Manager</i>    | 57 |
| Gambar 4.4 Yeni Mujiatin selaku <i>Corporate Communications</i> .....         | 57 |
| Gambar 4.5 Hanandito selaku <i>Staff</i> PT Angkasa Pura I .....              | 58 |
| Gambar 4.6 Lukman Nurhakim selaku Audiens <i>CEO Talks</i> .....              | 58 |
| Gambar 4.7 Norma Zuraida selaku Audiens <i>CEO Talks</i> .....                | 59 |
| Gambar 4.8 Andriani Ganeswari selaku <i>Public Relations Specialist</i> ..... | 60 |
| Gambar 4.9 Kegiatan Donasi pada <i>Event CEO Talks</i> .....                  | 68 |
| Gambar 4.10 <i>Event CEO Talks X Millennials AP I</i> .....                   | 75 |
| Gambar 4.11 Komunitas Milenial AP I .....                                     | 87 |
| Gambar 4.12 <i>Live Streaming CEO Talks</i> .....                             | 88 |
| Gambar 4.13 Kegiatan FGD pada <i>event CEO Talks</i> .....                    | 92 |

**DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka terkait penelitian sebelumnya..... | 17 |
| Tabel 2.2 Empat Model PR oleh Grunig dan Hunt.....            | 28 |
| Tabel 3.1 Kriteria Informan .....                             | 41 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep .....                       | 44 |
| Tabel 4.1 Informan Penelitian.....                            | 56 |

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 36