

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMERSIAL PT ANGKASA PURA II DALAM MEMPERTAHANKAN MITRA USAHA DI BANDARA INTERNASIONAL HAS HANANDJOEDDIN TANJUNGPANDAN

Surya Rizki Ananda

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76272&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Dinas Komersial PT ANGKASA PURA II Dalam Mempertahankan Mitra Usaha di Bandara Internasional H.AS Hanandjoeddin Tanjungpandan. PT. Angkasa Pura II bandara Internasional H.AS Hanandjoeddin Tanjungpandan merupakan salah satu perusahaan bandar udara yang wajib memberikan pelayanan yang baik untuk semua penumpang dan pengunjung bandara. Oleh karena itu, sebagai unit kerja, Divisi Komersial yang menangani semua mitra usaha harus memiliki strategi khusus untuk menjaga loyalitas mitra usahanya tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah Strategi Marketing Public Relations dilakukan divisi komersial untuk mempertahankan loyalitas mitra usaha.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Subyek penelitian yang terdiri dari satu orang Penanggung jawab dari Divisi Komersial PT. Angkasa Pura II bandara Internasional H.AS Hanandjoeddin Tanjungpandan, serta dua perwakilan dari mitra usaha yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive. Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Untuk mencapai validitas data ini Penelitian ini menggunakan triangulasi dan perluasan partisipasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah Marketing PR yang dilakukan oleh Divisi Komersial untuk menjaga loyalitas mitra usaha adalah dengan menganalisis data dan fakta yang menjadi alasan mengapa mitra usaha berhenti, kemudian membuat perencanaan program yang melibatkan para mitra usaha di dalamnya, salah satu perencanaannya adalah dengan membuat segmentasi ruang usaha di Bandara H.AS Hanandjoeddin Tanjungpandan. Langkah selanjutnya adalah implementasi atau tindakan, dalam melakukan tindakan mereka melakukan kegiatan PR pemasaran, seperti: event, publikasi melalui media sosial dan lain-lain. Langkah terakhir adalah evaluasi, untuk diketahui sejauh mana keberhasilan strategi Marketing PR, dapat diketahui dengan melihat peningkatan pendapatan mitra usaha dan juga memperpanjang kontrak.