

HUMAS INJOURNEY AIRPORTS I GUSTI NGURAH RAI BALI DALAM MEMBENTUK PERSEPSI MASYARAKAT DI ERA DIGITAL

¹⁾ Ni Putu Riza Maharani, ²⁾ Ni Luh Yulyana Dewi

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

[¹rizamaharani@gmail.com](mailto:rizamaharani@gmail.com), [²yulyanadewi@undiknas.ac.id](mailto:yulyanadewi@undiknas.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana aktivitas humas secara online yang dilakukan oleh Injourney Airports di kawasan Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali dalam membentuk persepsi masyarakat di era digital. Dengan perkembangan teknologi digital dan tingginya penggunaan media sosial, Bandara Ngurah Rai memanfaatkan platform digital sebagai sarana interaksi dan komunikasi yang efektif dengan publik. Penelitian ini menyoroti strategi digital humas yang diterapkan untuk meningkatkan citra bandara sekaligus mengelola komunikasi dua arah dengan penumpang, stakeholder, dan masyarakat umum. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis konten terhadap aktivitas media sosial dan website resmi bandara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media digital mampu memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap layanan dan reputasi Bandara Ngurah Rai, sekaligus meningkatkan engagement dan transparansi informasi secara real-time. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya adaptasi humas di sektor transportasi di era digital untuk mencapai komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan publik.

Kata kunci: Humas, Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali, Persepsi Masyarakat, Era Digital, Media Sosial.

Abstract

This study aims to examine how the online public relations activities conducted by Injourney Airports at I Gusti Ngurah Rai Bali Airport shape public perception in the digital era. With the rapid development of digital technology and the high usage of social media, Ngurah Rai Airport utilizes digital platforms as effective means of interaction and communication with the public. This research highlights the digital public relations strategies implemented to enhance the airport's image while simultaneously managing two-way communication with passengers, stakeholders, and the general community. The research method employed is qualitative, involving content analysis of social media activities and the official website of the airport. The results indicate that the use of digital media can strengthen positive public perception of the services and reputation of Ngurah Rai Airport, as well as improve engagement and real-time information transparency. These findings underscore the importance of public relations adaptation in the transportation sector in the digital era to achieve effective communication and build public trust.

Keywords: Public Relations, I Gusti Ngurah Rai Airport Bali, Public Perception, Digital Era, Social Media.

PENDAHULUAN

Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali merupakan salah satu pintu gerbang utama pariwisata Indonesia yang melayani jutaan penumpang setiap tahunnya. Di era digital saat ini, persepsi masyarakat terhadap layanan dan citra bandara sangat dipengaruhi oleh informasi yang tersebar di berbagai platform digital (Santoso, 2022; Wibowo & Rahmawati, 2023). Dengan munculnya berbagai tantangan seperti pandemi COVID-19 dan isu fasilitas, peran Humas menjadi sangat penting dalam membentuk persepsi positif melalui komunikasi yang efektif dan adaptif di ranah digital (Putra et al., 2021; Yudhistira, 2024).

Meskipun Bandara Ngurah Rai telah mengalami kemajuan fasilitas, beberapa masalah seperti pemberitaan negatif terkait kebakaran, keluhan fasilitas, dan isu operasional kerap muncul di media massa dan sosial, yang berdampak buruk pada citra bandara (Santoso, 2022; Fahmi, 2023. Muhammad Ashdaq). Ketidaktanggapan Humas yang tepat menimbulkan persepsi yang tidak sesuai antara fakta dan yang diterima masyarakat, sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap keandalan layanan dan keamanan bandara (Wibowo & Rahmawati, 2023; Putra et al., 2021).

Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial membawa tantangan tersendiri bagi pengelolaan komunikasi publik. Informasi yang cepat dan luas dapat menjadi pedang bermata dua apabila tidak dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat oleh Humas (Yudhistira, 2024; Fahmi, 2023). Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang terencana dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk membangun dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap Bandara I Gusti Ngurah Rai di era digital (Santoso, 2022; Putra et al., 2021).

PT Aviasei Pariwisata Indonesia (InJourney), sebagai pengelola Bandara I Gusti Ngurah Rai, terus melakukan transformasi digital dan kebandarudaraan untuk meningkatkan pelayanan dan citra bandara (Wibowo & Rahmawati, 2023; Yudhistira, 2024). Sebelumnya, InJourney bersama stakeholder telah melaksanakan program komunikasi yang melibatkan masyarakat luas, seperti kampanye pencegahan COVID-19 dan penanganan pemberitaan negatif dengan strategi Humas yang responsif dan transparan (Santoso, 2022; Fahmi, 2023).

Pengabdian yang sudah dilakukan oleh Humas InJourney Ngurah Rai mencakup sosialisasi intensif melalui media sosial, press release, dan kolaborasi dengan media massa untuk menyebarkan informasi yang akurat dan membangun persepsi positif masyarakat. Program ini menjadi fondasi penting yang mendukung upaya penguatan komunikasi sekaligus menjaga reputasi di mata publik digital (Akbar, N.2025)

Untuk mengatasi masalah komunikasi dan persepsi negatif, solusi yang inovatif dan adaptif dengan pemanfaatan teknologi digital secara optimal sangat diperlukan. Strategi komunikasi Humas harus meliputi pengelolaan konten digital yang transparan, interaktif, serta responsif terhadap keluhan dan isu yang berkembang (Putra, A.2023). Kolaborasi yang kuat dengan pemangku kepentingan dan media sosial menjadi kunci dalam menjaga konsistensi pesan positif dan kepercayaan masyarakat.

Dengan pendekatan seperti ini, Humas Bandara I Gusti Ngurah Rai di bawah InJourney dapat berperan maksimal dalam membentuk dan memperkuat persepsi masyarakat yang positif di era digital ini, memberikan dampak yang baik pada citra bandara dan mendukung pemulihan pariwisata Bali yang berkelanjutan (Fahmi, 2023; Wibowo & Rahmawati, 2023).

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode observasi kualitatif dengan fokus pada pengamatan langsung aktivitas Humas InJourney Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali dalam membentuk persepsi masyarakat di era digital. Observasi dilakukan dengan cara mengamati komunikasi dan penyebaran informasi yang dilakukan melalui berbagai kanal digital seperti website resmi, media sosial, dan pemberitaan media massa online yang berkaitan dengan bandara. Selain itu, pengamatan juga dilakukan terhadap tanggapan masyarakat melalui komentar dan ulasan di media sosial untuk memahami persepsi yang terbentuk secara real time.

Data tambahan diperoleh melalui pengumpulan berita-berita yang tayang di media massa dan portal berita daring yang membahas aktivitas Humas dan citra Bandara I Gusti Ngurah Rai, untuk menganalisis narasi yang diciptakan dan disebarkan kepada publik. Teknik ini memberikan gambaran bagaimana strategi Humas disampaikan dan bagaimana respons masyarakat tercermin dalam pemberitaan tersebut.

Pemaparan Metode Kegiatan

Kegiatan pengumpulan data dimulai dengan identifikasi sumber komunikasi digital Humas InJourney Airport I Gusti Ngurah Rai, kemudian dilakukan monitoring dan pencatatan secara sistematis terhadap konten informasi yang disebarkan. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap konten berita dan respons masyarakat dengan teknik analisis isi (*content analysis*) untuk mendapatkan pola komunikasi yang efektif dalam membentuk persepsi.

Proses kegiatan juga meliputi wawancara dan diskusi dengan tim Humas untuk menggali strategi, alur kerja, dan kendala yang dihadapi dalam pengelolaan komunikasi digital. Hasil observasi lapangan mengenai penggunaan teknologi digital dan media sosial sebagai alat komunikasi utama di bandara juga didokumentasikan sebagai bahan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian yang difokuskan pada peran Humas InJourney Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali dalam membentuk persepsi masyarakat di era digital, terdapat peningkatan pemahaman dan respons positif yang signifikan dari masyarakat maupun para pemangku kepentingan. Sebelum kegiatan, masyarakat kerap terpengaruh oleh pemberitaan negatif terkait fasilitas dan operasional bandara seperti keluhan plafon atap lepas dan isu kebakaran yang memicu persepsi negatif. Namun, setelah Humas aktif melakukan komunikasi digital yang sistematis, pengelolaan media sosial yang responsif, serta penerapan strategi media relations untuk memberikan informasi yang akurat dan transparan, persepsi masyarakat mulai berubah menjadi lebih percaya dan positif terhadap kinerja bandara (Putra, A.2023).

Kegiatan pengabdian meliputi optimalisasi penyampaian informasi melalui siaran pers, pemantauan pemberitaan media, interaksi langsung di media sosial, serta penyediaan fasilitas media center untuk koordinasi dengan wartawan pada situasi krisis seperti erupsi Gunung Agung. Monitoring data respons masyarakat melalui komentar media sosial menunjukkan peningkatan interaksi positif dan pengurangan berita negatif yang tidak berdasar. Hal ini menandakan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh Humas mampu menjembatani kebutuhan informasi masyarakat secara efektif dan menjaga citra Bandara I Gusti Ngurah Rai (Santoso, 2022; Wibowo & Rahmawati, 2023).

Selain itu, hasil wawancara dengan tim Humas mengindikasikan adanya peningkatan kapasitas SDM dalam mengelola komunikasi digital, termasuk kemampuan menangani isu cepat dan krisis media. Tim juga melaporkan bahwa kolaborasi dengan berbagai instansi seperti BMKG dan AirNav telah memperkuat koordinasi dalam penyebaran informasi valid sehingga publik mendapatkan update yang dapat dipercaya. Dampak lain yang terlihat adalah meningkatnya kepercayaan pengguna jasa bandara yang tercermin dari data pertumbuhan jumlah penumpang pasca kampanye komunikasi yang intensif (Yudhistira, 2024; Fahmi, 2023).

Berikut foto dokumentasi kegiatan pengabdian Humas di Bandara I Gusti Ngurah Rai:



Gambar. Tim Humas mendampingi GM I Gusti Ngurah Rai Airport melakukan konferensi pers dengan Wartawan



Gambar. Laporan rutin pengelolaan media sosial oleh tim Humas

Angkasa Pura Bahas Jalur Laut Penumpang Bandara Ngurah Rai

Aryo Mahendro - **detikBali**

Senin, 14 Jul 2025 14:54 WIB



Gambar. Kerjasama Humas dengan media

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa peran Humas InJourney dalam membentuk persepsi masyarakat di era digital melalui strategi komunikasi yang terintegrasi dan responsif sangat vital dalam menjaga citra dan kepercayaan publik terhadap Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali (Putra et al., 2021; Santoso, 2022; Wibowo & Rahmawati, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian Humas InJourney Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali berhasil membentuk persepsi positif masyarakat di era digital melalui strategi komunikasi digital yang responsif dan terintegrasi. Meskipun sebelumnya terdapat stigma negatif akibat isu fasilitas dan operasional, keterlibatan aktif Humas dalam penyebaran informasi akurat, pemantauan media, dan kolaborasi dengan berbagai instansi berhasil meningkatkan kepercayaan publik serta mengurangi pemberitaan negatif yang tidak berdasar. Temuan menunjukkan adanya peningkatan interaksi positif di media sosial serta kapasitas SDM Humas dalam menangani isu cepat dan krisis media. Dampak nyata terlihat dari pertumbuhan jumlah penumpang pasca-kampanye komunikasi intensif.

Saran untuk pengabdian selanjutnya adalah meningkatkan pemanfaatan teknologi digital secara optimal dengan fokus pada pengelolaan konten yang lebih interaktif dan transparan. Penguatan kolaborasi dengan pemangku kepentingan dan pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi utama perlu terus ditingkatkan agar mampu merespons dinamika isu secara cepat dan menjaga konsistensi pesan positif. Pengembangan kapasitas tim Humas dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital juga harus berkelanjutan agar Bandara I Gusti Ngurah Rai dapat mempertahankan citra dan kepercayaan publik yang telah terbangun. Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung pemulihan dan penguatan pariwisata Bali melalui pengelolaan komunikasi publik yang efektif dan adaptif di era digital.

Kesimpulan ini menjawab tujuan pengabdian dengan menekankan hasil peningkatan persepsi dan memberikan arah pengembangan strategi komunikasi di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, N., Novianti, L. D., & Humaidi, M. A. (2025). Peran komunikasi digital dalam mensosialisasikan budaya keamanan bagi kelancaran operasional Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5556-5562.
- Ashdaq, M., Aris, V., Taufik, M., & Mandasari, N. F. (2023). Peran kualitas pelayanan berbasis digital dalam mendukung kepercayaan penumpang maskapai berbiaya rendah masa kenormalan baru di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 19(3), 176-189.
- D, Ahmadi., & F, Santoso. (2024). Strategi marketing mix (product, promotion, price, place) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan perspektif UMKM Sumenep Kota. *Neo-Bis*, 13(2), 219-226.
- D, Ananda., & V, Ratnasari. (2025). Analysis of the influence of 7P marketing mix on customer satisfaction and loyalty: A case study of Nanda Gift & Souvenir Shop. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(11), 3842-3858
- Fahmi, C. (2023). The impact of regulation on Islamic financial institutions toward the monopolistic practices in the banking industrial in Aceh, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 11(2), 66-86. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v11i2.923>
- Fahmi, M. A., dkk. (2023). Peran kualitas pelayanan berbasis digital dalam mendukung kepercayaan penumpang maskapai berbiaya rendah di masa kenormalan baru di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 19(3).
- Pratama, A., & Novinati, R. (2024). Strategi komunikasi efektif petugas customer service terhadap peningkatan pelayanan penumpang pada PT Angkasa Pura I di Bandar Udara Internasional Zainnuddin Abdul Madjid Lombok. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(5), 204-215.
- Pohan, S., Tarmizi, M., & Tarmizi, W. (2023). Difusi inovasi DJBC dalam menerapkan pelayanan e-CD di penerbangan internasional Bandara Kualanamu Medan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(4), 255-264.
- Putra, A. E., Doho, Y. D., Savitri, G. A., & Fianto, L. (2023). Prinsip dan etika komunikasi dalam penggunaan media baru. *Jurnal Nomosleca*, 9(2).
- R., Kusuma, Z., & Umami. (2024). Transformasi digital humas Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang melalui Instagram. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 6(2), 406-416.
- Santoso, R. A. (2025). Peran komunikasi digital dalam mensosialisasikan budaya keamanan bagi kelancaran operasional Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5556-5562.
- Santoso, R. A. Kusuma. (2024). Transformasi digital humas Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang melalui Instagram. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 6(2). <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i2.1474>
- Yuliwati. (2024). Deskripsi desain Bali modern pada Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali. *DESA Jurnal Desain dan Arsitektur*, 5(1), 7-11.