Implementasi *Situational of The Publics* pada *Public Relations* PT. Angkasa Pura I (Persero)

Elsa Triana Nurul Hida
Jurusan Hubungan Masyarakat PSDKU Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
email: tiatria298@gmail.com

ABSTRAK

Pembangunan Bandara NYIA di Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Yogyakarta merupakan salah satu pembangunan berskala besar. Pembangunan tersebut memang mendatangkan sisi positif, yaitu munculnya bandara internasional yang mendatangkan investor serta memudahkan perkembangan industri untuk Indonesia. Di sisi lain, terdapat dampak-dampak lain yang melibatkan sosial ekonomi dan lingkungan, sehingga keberadaan Bandara NYIA ini ibarat dua sisi mata uang. Sebagai perusahaan yang terlibat dalam pengadaan dan pembangunan Bandara NYIA ini, PT. Angkasa Pura I (Persero) seharusnya melakukan tindakan yang mencegah terjadinya perluasan dari dampak-dampak negatif tersebut. Tentunya, hal itu merupakan tugas dari *public relations.* Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan untuk melihat tindakan-tindakan yang dilakukan oleh *public relations* di perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan teori *situational of the public* untuk menganalisis tentang persepsi, sikap, dan perilaku publik dan organisasi. Hasilnya, *public relations* dari PT. Angkasa Pura I (Persero) masih menunjukkan bahwa kurangnya klarifikasi serta tindakan yang dilakukan untuk mencegah dampak-dampak negatif dari segi sosial ekonomi pada masyarakat yang terdampak dari pendirian Bandara NYIA tersebut.

Kata Kunci: *Situational of The Publics, Public Relations,* Angkasa Pura

ABSTRACT

The construction of NYIA Airport in Kulon Progo Regency, Yogyakarta Province is one of the large-scale developments. This development does bring positive sides, namely the emergence of an international airport which attracts investors and facilitates industrial development for Indonesia. On the other hand, there are other impacts involving the socio-economic and environment, so that the presence of NYIA Airport is like two sides of a coin. As a company involved in the procurement and construction of NYIA Airport, PT. Angkasa Pura I (Persero) should take action to prevent the expansion of these negative impacts. Of course, that is the job of public relations. This research uses a qualitative approach with literature studies to see the actions taken by public relations in the company. This study uses the situational theory of the public to analyze public and organizational perceptions, attitudes, and behavior. As a result, public relations from PT. Angkasa Pura I (Persero) still shows that there is a lack of clarification and actions taken to prevent negative socio-economic impacts on the people affected by the establishment of the NYIA Airport.

Keywords: *Situational of The Publics, Public Relations, Angkasa Pura*

Korespondensi: Elsa Triana Nurul Hida. Universitas Diponegoro Jl. Bandar-Kambangan KM 3, Cepoko, Tumbrep, Kabupaten Batang, Jawa Tengah 51254. *email:* tiatria298@gmail.com

PENDAHULUAN

PT Angkasa Pura I (Persero) melakukan perencanaan pembangunan Bandara Kulon Porgo yang berlokasi di Kecamatan Temon, Kulon Progo, Yogyakarta pada Juni 2013. Bandara itu direncanakan berdiri di lahan seluas 637 hektar (ha) itu menggunakan konsep *international airport* dengan terminal ganda (*dual linear terminals*) dengan panjang landasan mencapai 3.250 meter dan lebar 45 meter (Mulyani et al., 2016). Dalam keterangan tertulis kepada Kementrian Perhubungan Republik Indonesia pada 7 Februari 2014, Bandara NYIA dengan nilai dana Rp 6 triliun pada tahun 2019 diharapkan bisa selesai pembangunannya (Humas, 2021).

Ketika pembangunan dilakukan, pertentangan terhadap pembangunan pun terus terjadi antara masyarakat dengan pemerintah dan PT. Angkasa Pura I. Pertentangan tersebut merupakan bentuk dari partisipasi yang dilakukan oleh warga di Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, sebagai salah satu cara untuk mempengaruhi keputusan dari Pemerintah DIY terkait pembangunan bandara di desa tersebut (Azizah, 2017). Sebenarnya, pembangunan bandara tersebut merupakan kebijakan pemerintah DIY untuk meningkatkan transportasi melalui jalur udara untuk kawasan Jawa Tengah di bagian selatan. Di sisi lain, hal ini menimbulkan perlawanan bagi masyarakat yang menolak pembangunan, dimana hal itu disebabkan lahan yang akan dijadikan calon lokasi pembangunan di lahan Paku Alaman Ground (PAG) dan sebagian lagi di lahan milik masyarakat (Amelia, 2016).

Berdasarkan kasus di atas, pembangunan Bandara Kulon Progo terdapat permasalahan dalam perizinan dan penolakan warga terhadap pembangunan Bandara yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I (Persero). Hasil dari penelitian mengatakan bahwa PT. Angkasa Pura I (Persero) telah melakukan kegiatan *public relations*, yaitu sosioalisasi, konsultasi publik, *forum group discussion*, *media relations*, *press tour*, *open house*, dan *corporate social responsibility* (CSR) untuk berdialog dengan publik (Muliawanti & Sulhan, 2017). Bahkan, PT. Angkasa Pura I (Persero) mengizinkan masyarakat untuk mengakses area *check-in* di Yogyakarta (Ivan, 2021).

Di sisi lain, hasil dari observasi penulis di media sosial menunjukkan bahwa respon dari pihak PT Angkasa Pura I (Persero) masih kurang dalam menangani kasus ini. Indikator kurang tersebut diikuti dengan balasan-balasan atau *reply* berupa *template* yang diberikan oleh PT. Angkasa Pura I (Persero) pada masyarakat yang mengajukan protes dan pertanyaan di media sosial. Tak jarang juga pertanyaan dari masyarakat dan keluhan-keluhan lainnya tidak dijawab.Angkasa Pura cenderung pasif, dimana mereka hanya menerima masukan dari warga yang pro dan kontra mengenai pembangunan Bandara Kulon Progo tanpa adanya solusi.

Penelitian ini akan menggunakan teori *situational of the publics* (STP) yang digagas oleh James E. Grunig, seorang profesor *public relations* dari University of Maryland, Amerika Serikat. Teori ini bermanfaat untuk mengidentifikasi publik sehingga dapat membuat kategori publik berdasarkan perilaku komunikasi dari individu dan efek komunikasi yang diterima individu tersebut (Kriyantono, 2014). Teori ini membantu *public relations* untuk membuat target sasaran yang lebih spesifik, sehingga pesan komunikasinya benar-benar sesuai dengan kebutuhan sasaranya. Sasaran *public relations* yaitu publik. Pada penelitian ini, publik merupakan kelompok yang lebih spesifik dari kumpulan *stakeholder*. Dengan kehadiran publik, maka organisasi atau perusahaan akan berupaya untuk melihat kecenderungan isu ataupun opini publik yang muncul di tengah masyarakat dalam upaya organisasi atau perusahaan untuk memberikan tanggapan ataupun respon sebaik mungkin (Rahastine, 2021).

Teori ini dapat digunakan oleh praktisi *public relations* untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan publik berdasarkan persepsi, sikap, dan perilaku publik tentang organisasi, baik terhadap programnya, produknya, maupun ketika terjadi situasi krisis. Menurut Grunig (1979), di dalam Prayudi (2012), teori *situational of the public* (STP) mempunyai beberapa asumsi dasar. Asumsi pertama adalah individu yang berbeda diasumsikan mempunyai perilaku yang lebih konsisten dan cenderung sama jika mereka berada pada situasi yang sama. Asumsi selanjutnya adalah persepsi seseorang pada suatu situasi akan menentukan kapan dia merespons, mengapa dia merespons, bagaimana cara dia merepons dan mengkomunikasikan situasi tersebut. Asumsi ketiga adalah setiap individu akan berusaha beradaptasi dengan suatu situasi dalam cara tertentu, yang menurut persepsinya sesuai dengan karakteristik situasi tersebut. Asumsi selanjutnya berbicara tentang publik, yaitu publik bersifat situasional tergantung pada situasi yang dihadapi. Hal ini tergantung pada seberapa besar isu memengaruhi kepentinganya. Teori STP ini bersifat situasional dan masalah atau isu yang dianalisis pun bersifat dinamis, sehingga publik yang diteliti pun bersifat dinamis.

Berdasarkan asumsi dari teori STP di atas, publik bisa muncul atau hilang karena perubahan situasi. Sementara itu, organisasi dianggap jarang mempunyai publik yang permanen. Individu akan mempunyai kecenderungan untuk menetapkan diri mereka, apakah saatnya menjadi publik aktif yang berseberangan dengan organisasi (kontra) atau publik aktif yang mendukung organisasi (pro)? Itu semua tergantung dari apakah aktivitas organisasi berdampak negatif atau positif bagi kepentingan individu yang bersangkutan, tingkat pendidikan maupun kekuatan politik publik. Oleh sebab itu, penelitian ini akan menganalisis tentang tindakan-tindakan yang dilakukan oleh *public relations* di PT. Angkasa Pura I (Persero) dalam berkomunikasi dengan publik beserta situasi yang pernah terjadi di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah kegiatan di dalam penelitian akademik yang bertujuan untuk mengembangkan aspek teoritis maupun manfaat praktis, Studi kepustakaan juga berkaitan dengan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data berupa kepustakaan, kemudian peneliti membaca, mencatat, dan mengelola bahan penelitian tersebut (Kartiningrum, 2015). Studi pustaka tersebut berupa buku, jurnal, dan berita-berita yang berhubungan dengan informasi tentang pembangunan Bandara NYIA.

Hasil dari dokumen tersebut akan dikemukakan dengan teknik *interview*, yaitu memperlakukan dokumen seperti responden yang memberikan informasi yang relevan kepada peneliti. Dokumen tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan peneliti, dimana dokumen tersebut telah diketahui sebagai dokumen yang asli, tidak bias, memiliki latar belakang yang jelas, dan memenuhi unsur-unsur yang dapat menjawab pertanyaan dari penelitian(Morissan, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Arifin dan Basuki (2018) menuliskan, eranya Joko Widodo dan Jusuf Kalla merupakan era kepemimpinan yang disebut sebagai "rezim infrastruktur", karena berbagai macam infrastruktur direncanakan dan dibangun pada era tersebut. Infrastruktur tersebut berupa jalan tol, tol laut, moda transportasi baru, termasuk rencana pembangunan bandara baru. Bandara besar baru yang dibangun pada era Joko Widodo adalah Bandar Udara Internasional Kertajati dan Bandar Udara International Yogyakarta di Kabupaten Kulon Progo. NYIA merupakan bagian dari desain besar program nasional, program pemerintah pusat yakni *Masterplan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). Sebelum pemerintahan Joko Widodo, diketahui bahwa pembangunan bandara di kawasan Kulon Progo tersebut termasuk program yang sudah lama direncanakan. Hal itu tertulis pada dukmen 2012, dimana Kementerian Perhubungan berencana akan membangun sebanyak 45 bandara baru dalam kurun waktu 10 tahun. Artinya, bandara-bandara tersebut akan memakan waktu untuk selesai pada 2022. Pembangunan dari infrastruktur tersebut pun dibagi menjadi dua tahap. Pada tahap pertama, pemerintah akan membangun 24 bandara baru dalam jangka waktu 2012 hingga 2017. Pada tahap selanjutnya, pemerintah akan membangun secara bertahap hingga 2022 (Kustiningsih, 2017).

Hal ini menunjukkan bahwa pemerintahan di rezim infrastruktur ini berupaya untuk mengeksekusi rencana tahun 2012 yang sempat tertunda. Rencana tersebut terealisasi melalui

program Rencana Pembangunan Jangan Menengah Nasional (RPJMN). Bandara NYIA termasuk di dalam rancangan bandara-bandara lain yang akan dibangun di Indonesia. Dengan semakin majunya pertumbuhan industri di Indonesia, maka pemerintah pusat pun mendukung hal itu, sehingga dukungan pemerintah menjadi dasar rencana pembangunan sejumlah bandara baru (Arifin & Basuki, 2018).

Hanya saja, pembangunan NYIA tersebut sempat menemui berbagai macam kendala. Kendala tersebut berkaitan dengan dampak lingkungan hingga dampak sosial ekonomi. Untuk dampak lingkungan, sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 28 tahun 2012, Kabupaten Kulonprogo menjadi salah satu wilayah yang ditetapkan sebagai zona rawan bencana alam. Hal itu juga didukung oleh Perda Kabupaten Kulonprogo yang menyatakan bahwa Kecamatan Temon merupakan kawasan yang rawan dengan bencana tsunami (Kamaludin, 2019).

Pembangunan Bandara NYIA juga berdampak negatif dari segi sosial untuk masyarakat di Purworejo, Jawa Tengah. Sebagai contoh, kriminalitas seperti penipuan, menjadi tinggi di kawasan tersebut. Para pekerja bandara NYIA menipu penjual makanan yang berjualan di sekitar bandara. Tak hanya itu, kedatangan pendatang baru di Purworejo juga tidak terdata, sehingga penduduk yang tidak resmi pun tinggal di sekitar bandara tersebut. Hal ini berdampak pada mafia tanah dan sengketa tanah yang tidak kunjung selesai (Nurkholidah & Pratiwi, 2020).

Pembangunan NYIA yang menampakkan dampak negatif tersebut tanpa sadar melibatkan PT. Angkasa Pura I (Persero). Terlebih lagi, PT. Angkasa Pura II (Persero) juga pernah melakukan suatu strategi ketika menghadapi permasalahan dengan kritik publik terkait terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta di ibukota, yaitu melakukan strategi dengan memperbarui informasi ke masyarakat, seperti kegiatan yang telah dilakukan selama menangani krisis. Selanjutnya, perusahaan mengeluarkan *press release* untuk menimbulkan citra positif terkait terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta tersebut. Perusahaan tersebut juga dibantuk oleh konsultan untuk meredakan berita-berita negatif terkait terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta tersebut, mulai dari kritik masyarakat terhadap pelayanan, pejabat yang terlibat, dan banjir. Konsultan berperan untuk mengubah pemberitaan negatif tersebut menjadi positif agar dapat meluruskan citra perusahaan (Jessica & Ilfandi, 2018).

Situational Theory of the Publics mendeskripsikan sikap dan perilaku komunikasi dari publik terhadap organisasi. Dari kasus di atas publik dikategorikan menjadi publik yang aktif karena publik aktif dalam merespon permasalahan dengan cara berunjuk rasa atau demonstrasi dengan cara mendatangi gedung Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) DIY, di depan UIN Sunan Kaliaga Yogyakarta, aksi mogok makan, dan juga ada beberapa dari publik yang

melakukan aksi pembakaran pos polisi. Mereka menulis dan mencoret-coret tembok dan baliho yang ada di area sekitar sebagai aksi penolakan terhadap pembangunan Bandara Kulon Progo yang melibatkan PT Angkasa Pura I (Persero) sebagai pihak pendirinya. Publik dinilai sangat aktif untuk melibatkan diri dengan isu atau masalah terhadap pembangunan bandara NYIA tersebut. Publik disini ada yang berseberangan dengan keputusan pembangunan pabrik semen (kontra) dan ada juga yang mendukung (pro) keputusan atas pembangunan bandara di wilayah mereka. Di kasus ini menurut teori *Situational of the Publics*, publik juga dapat dikategorikan menjadi *Hot-issue public,* karena publik disini hanya aktif pada satu masalah yang mempunyai pengaruh pada hampir sebagian besar populasi dan mendapat pemberitaan besar-besaran dari media massa (Grunig & Repper, 2008; Heath, 2005).

Menurut Grunig (2008), variabel situasional memiliki empat variabel dan jika dihubungkan dengan kasus PT Angkasa Pura I (Persero) dapat dikaji dari variabel *problem recognition, constraint recognition, level of involvement,* dan *referent creation.* Pada variabel *problem recognition*, variabel ini menjelasakan tentang sejauh mana seseorang menyadari atau mengenal bahwa terdapat sesuatu yang salah atau hilang dalam situasi tertentu dan memperhatikan dampak yang akan terjadi. Dalam kasus PT Angkasa Pura I (Persero) terlihat bahwa masyarakat fokus pada kondisi perekonomian petani akibat lahan petani digusur yang akan terjadi jika PT Angkasa Pura I (Persero) beroprasi di Kulon Progo, Yogyakarta. Hal yang menjadi fokus masyarakat atau publik adalah tanah milik pribadi warisan orang tua, soal ruang hidup, lahan pertanian produktif, soal sejarah tanah milik, karena dianggap tidak bisa diukur dengan uang yang akan hilang di sekitar lokasi operasi PT Angkasa Pura I (Persero).

Sementara itu, pada variabel *constraint recognation*, variabel ini merujuk kepada sejauh mana seseorang memersepsi pembatasan (gangguan) dalam suatu situasi yang membatasi kebebasannya untuk mengkonstruksi perilakunya. Fenomena yang sesuai dengan kondisi ini adalah PT Angkasa Pura I (Persero) yang tidak bebas di dalam kegiatan usahanya. Ketidak bebasan ini disebabkan karena belum kelurnya izin lingkungan dan aksi protes yang dilakukan oleh publik dan beberapa kalangan.

Pada variabel *level of involvement*, variabel ketiga ini mempresentasikan sejauh mana seseorang mengaitkan dirinya dengan objek di dalam situasi. Dalam hal ini subyek yang diamati adalah publik. Publik dalam kasus ini adalah masyarakat Kulon Progo, Yogyakarta yang menempatkan dirinya sebagai bagian atau elemen dari lingkungan di sekitar Kulon Progo. Masyarakat khawatir akan terjadi kehilangan mata pencaharian, tanah milik pribadi warisan orang tua, soal ruang hidup, soal sejarah tanah milik, akibat kegiatan operasional PT Angkasa Pura I (Persero).

Analisis terakhir adalah variabel di *referent creation*, dimana variabel ini menunjuk pada sikap yang telah dimiliki seseorang yang menjadi dasar seseorang bertindak dalam suatu situasi. Di dalam persepsi publik, masyarakat melakukan aksi demonstrasi menentang rencana pembangunan Bandara Kulon Progo. Dirasa aksi tersebut belum efektif, maka dilakukan cara baru, yaitu aksi mogok makan oleh beberapa pihak sebagai bentuk protes publik. Sementara itu, pada sudut pandang PT Angkasa Pura I (Persero), cara yang dilakukan PT Angkasa Pura I (Persero) dapat dikatakan pasif, yaitu mengikuti alur regulasi yang saat ini sedang berlaku tanpa melakukan klarifikasi kepada publik.

Tindakan yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I (Persero) terkait pembangunan NYIA di Kabupaten Kulon Progo tergambarkan melalui jurnal dan berita yang dihimpun oleh peneliti. Pada Oktober 2019, diberitakan bahwa Bandara NYIA kekurangan fasilitas untuk difabel dan juga masih menerima kritik untuk sarana di fasilitas parkir. *Public relations* pada PT. Angkasa Pura I (Persero) pun hanya melakukan tindakan jika telah ada konfirmasi. Jika tidak ada konfirmasi, maka *public relations* tidak akan melakukan respon, bahkan tidak akan mengakui bahwa isu tersebut ada (Nugroho, 2021). Di sisi lain, dari empat variabel yang dianalisis di sana, kerugian yang dialami oleh masyarakat yang terdampak pada pembangunan Bandara NYIA lebih mengarah kepada dampak sosial ekonomi, sehingga berpengaruh terhadap kesejahteraan rakyat.

Berbeda halnya dengan penelitian yang dijabarkan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Untuk kasus di PT Angkasa Pura II (Persero), *public relations* telah melakukan tahap *pre-crisis*, tahap *warning*, tahap *acute crisis*, tahap *clean-up*, dan tahap *post-crisis*. *Public relations* juga melakukan tindakan berupa identifikasi krisis, analisia krisis, isolasi krisis, pemilihan strategi, dan melakukan program pengendalian, dimana tindakan-tindakan ini menunjukkan bahwa PT. Angkasa Pura II (Persero) telah bertanggungjawab terhadap *stakeholder* dan menjaga nama baik perusahaan di depan masyarakat (Jessica & Ilfandi, 2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan teori *Situational Theory of the Publics*, terdapat empat variabel yang dianalisis pada PT. Angkasa Pura I (Persero) terkait pendirian Bandara NYIA di Kabupaten Kulonprogo. Variabel terebut adalah *problem recognition, constraint recognition, level of involvement,* dan *referent creation.* Empat variabel tersebut menunjukkan bahwa masyarakat mengalami kerugian dalam persoalan tanah, keterikatan dalam bidang usaha masyarakat, dan mata pencaharian masyarakat. Selain itu, hasil analisis pada jurnal ini memperlihatkan bahwa *public relations* dari PT. Angkasa Pura I (Persero) menunjukkan bahwa kurangnya klarifikasi

serta tindakan yang dilakukan untuk mencegah dampak-dampak negatif dari segi sosial ekonomi pada masyarakat yang terkena dampak dari pendirian Bandara NYIA tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, T. O. (2016). *Resolusi Konflik (Studi Kasus: Relokasi Pembangunan Bandara Internasional di Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo DIY)* [Thesis Undergraduate]. Universitas Gadjah Mada.

Arifin, K. A., & Basuki, U. (2018). MEDIA DAN NYIA: (Analisis Wacana Kritis Pembangunan Bandara Baru New Yogyakarta International Airport dalam Pemberitaan Media Lokal di Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi*, *13*(1), 69–80.

Azizah, N. (2017). Dampak Sosial Ekonomi Pembebasan Lahan Pembangunan Bandar Udara New Yogyakarta International Airport (Studi Kasus Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, DIY). *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, *8*(2), 76–91

Grunig, J. E., & Repper, F. C. (2008). *Strategic management, public, and issues: Excellence in Public Relations and Communication Management*. Routledge: Taylor and Francis Group.
Heath, R. L. (2005). *Encyclopedia of public relations*. Sage Publication Inc.

Humas. (2021, March 14). *Ditargetkan Beroperasi Tahun Ini, Progres Pembangunan KA Bandara Internasional Yogyakarta Capai 83,6 Persen*. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. https://setkab.go.id/ditargetkan-beroperasi-tahun-ini-progres-pembangunan-ka-bandara-internasional-yogyakarta-capai-836-persen/

Ivan. (2021, November 5). *Angkasa Pura I Izinkan Masyarakat Akses Area "Check In" YIA*. Krjogja.Com. https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/251118/angkasa-pura-i-izinkan-masyarakat-akses-area-check-in-yia

Jessica, S., & Ilfandi, A. (2018). Aktivitas Public Relations Angkasa Pura II Dalam Menangani Pemberitaan Negatif Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta. *PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, *2*(2), 119–135.

Kamaludin, N. K. (2019). Dampak Proses Pembangunan Bandara di Kulonprogo. *Proceedings of Sixth International Congress on Information and Communication Technology*, *3*, 1–27.

Kartiningrum, E. D. (2015). *Panduan Penyusunan Studi Literatur*. LPPM Politeknik Kesehatan Majapahit.

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia Group.

Kustiningsih, W. (2017). Kelompok Rentan dalam Pembangunan Kawasan Kota Bandara di Kulon Progo: Studi Kasus New Yogyakarta International Aiport (NYIA). *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, *4*(1), 91–105.

Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenadamedia Group.

Muliawanti, L., & Sulhan, M. (2017). *Fungsi Kehumasan Dan Pengembangan Fasilitas Publik (Studi Kasus Implementasi Fungsi Kehumasan terhadap Masyarakat Terdampak pada Pembangunan New Yogyakarta International Airports di Kulon Progo tahun 2016-2017)* [Thesis Graduate]. Universitas Gadjah Mada.

Mulyani, S., Kusumawanto, A., & Deendarlianto, D. (2016). *Dampak Ekologi Bandar Udara Kulon Progo Yogyakarta: Kajian Kebutuhan Energi* [Graduate Thesis]. Universitas Gadjah Mada.

Nugroho, R. A. (2021). Strategi Manajemen Isu Humas PT. Angkasa Pura I dalam Menangani Pemberitaan Negatif. *IKON: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *XXVI*(1), 32–46.

Nurkholidah, A. F., & Pratiwi, P. H. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Bandara International Yogyakarta Bagi Masyarakat Purworejo. *DimensiaI: Jurnal Kajian Sosiologi*, *9*(1), 46–58.

Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *EJournal Komunikasi*, *12*(1), 85–90.