

ABSTRAKSI

WIDYA INDRIANI KURNIATY (04201-147)

Efektifitas kegiatan *community relations* pada *Community Center* PT (Persero) Angkasa Pura II Jakarta untuk mendapatkan dukungan komunitas

viii + 86 Halaman dan lampiran; Bibliografi : 25 (1976-2006)

Community relations merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membina hubungan baik dengan komunitas di sekitar perusahaan. Hubungan yang terjalin antara komunitas dengan perusahaan merupakan hubungan yang berorientasi aksi dan bersifat partisipasi, dengan tujuan komunitas dapat menerima keberadaan perusahaan. Oleh karena itu PT (Persero) Angkasa Pura II Jakarta mengadakan kegiatan *community relations*. Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah seberapa jauhkah efektifitas kegiatan *community relations* PT (Persero) Angkasa Pura II untuk mendapatkan dukungan komunitas. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan seberapa efektifitas kegiatan *community relations* PT (Persero) Angkasa Pura II untuk mendapatkan dukungan komunitas.

Adapun kerangka pemikiran yang mendekati dalam penelitian ini adalah pengertian Humas, pengertian *community relations*, efek komunikasi pada kegiatan Humas, pengertian efektifitas dan komunitas.

Penelitian ini dilakukan dengan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode survey dengan mencari data melalui kuesioner serta mencari data sekunder yaitu data-data yang ada pada perusahaan seperti *company profile* dan data-data pendukung lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Bojong Renged, Kecamatan Teluk Naga. Penentuan sampel yang digunakan adalah 10% dari jumlah populasi yaitu 80 orang, dengan menggunakan tehnik penarikan sampel "*simple random sampling*" yaitu pengambilan sampel dengan cara acak sederhana.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kegiatan *community relations* yang dilakukan PT. (Persero) Angkasa Pura II efektif, hal tersebut dapat dilihat dari hasil skor yang didapat yaitu 78 % yang berarti efektif. *Community relations* dapat dikatakan efektif apabila efek kegiatan tersebut sudah bisa dirasakan komunitas, dan juga terjadi perubahan seperti yang diharapkan perusahaan baik pada aspek pengetahuan, sikap dan perilaku komunitas sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Penulis menyarankan untuk kedepannya PT (Persero) Angkasa Pura II dapat melihat dan meneliti lebih dalam lagi faktor-faktor lain yang dapat dijadikan patokan dalam pemenuhan kebutuhan sosial. Masyarakat sendiri masih perlu dibimbing dengan cara merangkul mereka untuk bekerja sama/ berpartisipasi aktif dalam pencapaian tujuan bersama.