

ABSTRACT

The tradition of releasing air balloons is one of the traditions interpreted as a moment of victory for Muslims on Eid Al-Fitr in several areas at Central Java, such as Pekalongan and Wonosobo. During the 2017 Eid Al-Fitr transport period, pilot reports on air balloon disruptions rose by 450% from 14 reports in 2016 to 63 reports in 2017, of which 44% of the reports stated that pilots visually saw the presence of unmanned air balloons at altitude >25.000 feet which is the height of en route (cruising range) of aircraft including international routes and this is very dangerous for flight safety. This study aims to determine the LPPNPI Public Corporation's Public Relations strategy of (AirNav Indonesia) in reducing the negative impact of air balloon. The theory used in this research is the communication theory by Cutlip, Center, and Broom. The paradigm used in this research is constructivist paradigm with case study method. Research shows that LPPNPI Public Corporation's strategy to reduce the negative impact of air balloons through a series of activities, including direct socialization, talk shows, media publications, CSR activities, and the implementation of Java Balloon Festival event in Pekalongan and Wonosobo through the stages of the public relations process, namely 1) defining the problem, 2) making plans and programs, 3) acting and communicating, 4) evaluating programs. The strategy carried out by LPPNPI Public Corporation's Public Relations is an educative-informative strategy by conveying news and informations to the hot air balloon community also the Pekalongan and Wonosobo society in accordance with the available facts. Communication conducted by LPPNPI Public Corporation's Public Relations is a form of two-way communication by holding the principle of openness and providing knowledge and understanding of air balloon rules and regulations to reduce the negative impact of air balloons.

Keyword: *Public Relations Strategy, Public Relations, Socialization, Air Balloon*

ABSTRAK

Tradisi pelepasan balon udara merupakan salah satu tradisi yang dimaknai sebagai momen kemenangan bagi umat muslim pada Hari Raya Idul Fitri di beberapa daerah di Jawa Tengah, yaitu Pekalongan dan Wonosobo. Pada periode angkutan Hari Raya Idul Fitri Tahun 2017, laporan pilot mengenai gangguan balon udara naik hingga 450%, dari 14 laporan pada tahun 2016 menjadi 63 laporan pada tahun 2017, diantaranya 44% laporan menyatakan pilot secara visual melihat keberadaan balon udara tanpa awak pada ketinggian >25.000 kaki yang merupakan ketinggian *en route* (daya jelajah) pesawat udara termasuk pula di dalamnya rute internasional dan hal ini sangat berbahaya bagi keselamatan penerbangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas Perum LPPNPI (AirNav Indonesia) dalam mengurangi dampak negatif balon udara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi oleh Cutlip, Center dan Broom. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis dengan metode studi kasus. Penelitian menunjukkan bahwa strategi Perum LPPNPI untuk mengurangi dampak negatif balon udara melalui serangkaian kegiatan, meliputi sosialisasi secara langsung, *talk show*, publikasi media, kegiatan CSR dan pelaksanaan *event Java Balloon Festival* di Pekalongan dan Wonosobo melalui tahapan proses humas yaitu 1) mendefinisikan masalah, 2) membuat rencana dan program, 3) bertindak dan berkomunikasi, 4) mengevaluasi program. Strategi yang dilakukan oleh Humas Perum LPPNPI adalah strategi edukatif-informatif dengan menyampaikan berita dan informasi kepada komunitas balon udara serta masyarakat Pekalongan dan Wonosobo sesuai dengan fakta yang ada. Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Perum LPPNPI adalah bentuk komunikasi dua arah dengan memegang prinsip keterbukaan serta memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang aturan dan regulasi penerbangan balon udara untuk mengurangi dampak negatif balon udara.

Kata kunci: Strategi Humas, *Public Relations*, Sosialisasi, Balon Udara