

**OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL
SEBAGAI MEDIA IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR
UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI**

PROYEK AKHIR



Oleh:

ANGGA PRATAMA WIDYANTORO

NIT 30623003

**PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 MANAJEMEN TRANSPORTASI UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA**

2026

**OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL
SEBAGAI MEDIA IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR
UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Menempuh Mata Kuliah Proyek Akhir/ Tugas Akhir pada Program Studi Diploma 3 Manajemen Transportasi Udara



Oleh:

ANGGA PRATAMA WIDYANTORO

NIT 30623003

**PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 MANAJEMEN TRANSPORTASI UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA
IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI

Oleh:

ANGGA PRATAMA WIDYANTORO
NIT 30623003

Disetujui untuk diujikan pada:
Surabaya, 12 Juni 2026

Pembimbing 1 : AHMAD BAHRAWI, S.E., M.T.
NIP 19800517 200012 1 003

Pembimbing 2 : Dr. SRI RAHAYU SURTININGTYAS
NIP 19750524 199602 2 003

Two handwritten signatures in blue ink. The top signature is a stylized, cursive signature. The bottom signature is a more formal, blocky signature.

HALAMAN PENGESAHAN

OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA
IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI

Oleh:

ANGGA PRATAMA WIDYANTORO

NIT 30623003

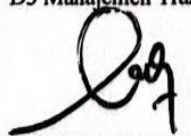
Telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada Ujian Proyek Akhir
Pendidikan Diploma 3 Manajemen Transportasi Udara
Politeknik Penerbangan Surabaya
pada tanggal : 12 Juni 2026

Panitia Penguji:

1. Ketua : ABDUL MU'TI SAZALI, M.B.A, Ph.D.
NIP 19860729 201902 1 002
2. Sekretaris : RANATIKA PURWAYUDHANINGSARI, S.T, M.T
NIP 19860707 201012 2 004
3. Anggota : Dr. SRI RAHAYU SURTININGTYAS
NIP 19750524 199602 2 003



Ketua Program Studi
D3 Manajemen Transportasi Udara



LADY SILK MOONLIGHT, S.Kom., M.T.
NIP. 19871109 200912 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN DAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angga Pratama Widyantoro
NIT : 30623003
Program Studi : D3 Manajemen Transportasi Udara
Judul Proyek Akhir : OPTIMALISASI AREA CHECK-IN
INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA IKLAN
VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI
NGURAH RAI BALI

Dengan ini menyatakan bahwa:

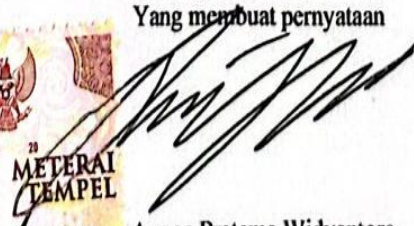
1. Proyek Akhir ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Politeknik Penerbangan Surabaya maupun di Perguruan Tinggi lain, serta dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
2. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Politeknik Penerbangan Surabaya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Politeknik Penerbangan Surabaya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Proyek Akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Penerbangan Surabaya.

Surabaya, 9 Juni 2026

Yang membuat pernyataan




Angga Pratama Widyantoro
NIT. 30623003

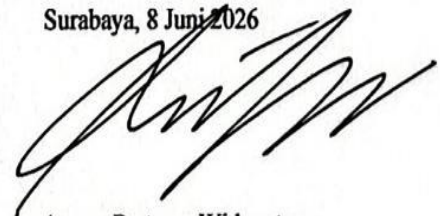
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang senantiasa diberikan kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI. Proses penyusunan Proyek Akhir ini banyak menerima bantuan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa diucapkan terima kasih kepada ;

1. Orang tua, Bapak Ibnu Widyantoro dan Ibu Dwi Sulistyowati yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan kepada penulis;
2. Bapak Ahmad Bahrawi, S.T., M.T. selaku Direktur Politeknik Penerbangan Surabaya dan dosen pembimbing 1;
3. Ibu Lady Silk Moonlight, S.Kom., M.T., selaku Kepala Program Studi Manajemen Transportasi Udara;
4. Ibu Dr. Sri Rahayu Surtiningtyas selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini;
5. Para dosen penguji, instruktur dan pengasuh Politeknik Penerbangan Surabaya yang telah memberikan kritik dan saran serta motivasi untuk kelancaran Proyek Akhir;
6. Rekan-rekan D-3 Manajemen Transportasi Udara 9 yang memberi motivasi dan semangat
7. Niken Rakhma Fauzia selaku penyemangat dan memotivasi dalam proses penyusunan proyek akhir.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan terima kasih sebanyak-banyaknya.

Surabaya, 8 Juni 2026



Angga Pratama Widyantoro
NIT 30623003

ABSTRAK

OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI

Oleh :

ANGGA PRATAMA WIDYANTORO

NIT 30623003

Area check-in internasional belum dimanfaatkan secara optimal sebagai media periklanan. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi optimalisasi ruang bandara, khususnya dalam meningkatkan pendapatan non-aeronautika melalui pemanfaatan media periklanan di area check-in internasional. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi dalam mengoptimalkan pemanfaatan area check-in internasional sebagai media iklan videotron guna meningkatkan pendapatan non-aeronautika.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan pihak yang berkaitan dengan pengelolaan dan pemanfaatan area check-in internasional sebagai media iklan videotron di Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Analisis data menggunakan teknik analisis data yang bersumber dari model analisis menurut Miles dan Huberman terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, analisis SWOT dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa area check-in internasional Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai media iklan videotron karena memiliki tingkat mobilitas penumpang dan visibilitas yang tinggi. Namun, pemanfaatan area tersebut masih didominasi oleh fungsi operasional sehingga belum terdapat media videotron yang dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan periklanan. Faktor yang memengaruhi optimalisasi media videotron meliputi faktor internal berupa lokasi strategis, jumlah penumpang yang tinggi, dan daya tarik visual videotron, serta faktor eksternal berupa peluang peningkatan pendapatan non-aeronautika, perkembangan teknologi digital, dan kerja sama dengan pengiklan. Strategi optimalisasi yang direkomendasikan adalah penempatan videotron pada titik-titik strategis yang tidak mengganggu operasional terminal serta integrasi media videotron dengan konsep smart airport sebagai sarana informasi dan promosi digital.

Kata kunci : Optimalisasi Area Check-in, Media Iklan Videotron, Pendapatan Non-Aeronautika, Smart Airport

ABSTRACT

OPTIMIZATION OF THE INTERNATIONAL CHECK-IN AREA AS A VIDEOTRON ADVERTISING MEDIA AT I GUSTI NGURAH RAI BALI AIRPORT

By :
ANGGA PRATAMA WIDYANTORO
NIT 30623003

The international check-in area has not been optimally utilized as an advertising medium. Therefore, a study is needed that contributes to the development of airport space optimization strategies, particularly in increasing non-aeronautical revenue through the use of advertising media in the international check-in area. This study aims to provide strategic recommendations for optimizing the use of the international check-in area as a videotron advertising medium to increase non-aeronautical revenue.

This study used a qualitative, descriptive approach through observation, documentation, and interviews with parties involved in the management and utilization of the international check-in area as a videotron advertising medium at I Gusti Ngurah Rai International Airport. Data analysis used data analysis techniques derived from the Miles and Huberman analysis model, consisting of data collection, data reduction, data presentation, SWOT analysis, and drawing conclusions.

The results indicate that the international check-in area at I Gusti Ngurah Rai Airport, Bali, has significant potential for development as a videotron advertising medium due to its high passenger mobility and high visibility. However, the area is still predominantly used for operational purposes, resulting in the lack of optimal use of videotron media for advertising. Factors influencing videotron optimization include internal factors such as strategic location, high passenger numbers, and the visual appeal of videotrons, as well as external factors such as opportunities to increase non-aeronautical revenue, digital technology developments, and collaborations with advertisers. Recommended optimization strategies include placing videotrons at strategic points that do not disrupt terminal operations and integrating videotrons with the smart airport concept as a digital information and promotional tool.

Keywords: Check-in Area Optimization, videotron Advertising Media, Non-Aeronautical Revenue, Smart Airport

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN DAN HAK CIPTA	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Optimalisasi Pemanfaatan Ruang	Error! Bookmark not defined.
2.2 Bandar Udara	Error! Bookmark not defined.
2.3 Periklanan	Error! Bookmark not defined.
2.4 Media Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.5 Area check-in Internasional	Error! Bookmark not defined.
2.6 Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.
2.7 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	41
3.4 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	15

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Perkembangan Transportasi Nasional pada Bulan Mei 2025 Error! Bookmark not defined.	
Gambar 1.2 Area check-in Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali..... Error! Bookmark not defined.	
Gambar 1.3 Denah Area check-in Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 1.4 <i>Spot</i> Area Potensial Penempatan Iklan pada Area Ruang Tunggu Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.1 Alur Penelitian..... Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.1 <i>Flight Information Display System</i> (FIDS)	53
Gambar 4.2 Area di atas konter check-in	63
Gambar 4.3 Area Ruang Tunggu.....	63
Gambar 4.4 Area Pintu Masuk <i>chek-in</i>	63
Gambar 4.5 Area Pembatas	64
Gambar 4.6 Area Yang Dinilai Memiliki Potensi Untuk Penempatan Media Videotron 1	65
Gambar 4.7 Area Yang Dinilai Memiliki Potensi Untuk Penempatan Media Videotron 2	65

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Penumpang Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.....	Error!
Bookmark not defined.		
Tabel 1.2	Perbandingan Pemanfaatan Area Check-in Antar Bandara.....	Error!
Bookmark not defined.		
Tabel 2.1	Matrik SWOT.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2	Matriks Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Pedoman Observasi	44
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Pedoman Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1	Responden Penelitian	50
Tabel 4.2	Jawaban 1 terkait Kondisi Area check-in.....	51
Tabel 4.3	Jawaban 2 Terkait Kondisi area check-in.....	52
Tabel 4.4	Jawaban 3 Terkait Kondisi area check-in.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5	Jawaban Terkait Karakteristik dan Pengaruh Media Videotron di Area Check-in Internasional	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6	Hasil Wawancara terkait Pemanfaatan Media Videotron	Error!
Bookmark not defined.		
Tabel 4.7	Matriks Strategi IFAS.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8	Matriks Strategi EFAS	70
Tabel 4.9	Perhitungan Strategi	71
Tabel 4.10	Matriks Strategi SWOT.....	72
Tabel 4.11	Hasil Wawancara terkait Strategi Optimalisasi	77

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., Saofi, N. M., Elfi, A., & Adiliawijaya, R. (2025). Garbarata sebagai Media Iklan Strategis: Studi Peningkatan Minat Perusahaan di Bandar Udara Internasional Minangkabau Padang. *Venus: Jurnal Publikasi Rumpun Ilmu Teknik*, 3(4), 74–80. <https://doi.org/10.61132/venus.v3i4.1010>
- Akib, R. M. I., Fachri, M., & Kalbuana, N. (2024). Optimalisasi Pendapatan Non-Aeronautika Bandar Udara: Strategi Bisnis Iklan dan Pengembangan Fasilitas Lounge. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(3c), 1358–1366. <https://doi.org/10.32672/MISTER.V1I3C.1914>
- Akib, R. M. I., Pamuraharjo, H., & Machmiyana, I. (2025). Strategi Pemanfaatan Media Iklan sebagai Upaya Tambahan Meningkatkan Pendapatan Non -Aeronautikadi Bandara Internasional Kualanam. *SKY EAST: Education of Aviation Science and Technology*, 3(2). <https://doi.org/10.61510/skyeast.v3i2.53>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Perkembangan Transportasi Nasional Mei 2025*.
- Bandarian, F.& Kordani, A. A.2022 *Evaluation Of Passenger Behavior in the Baggage Claim Area of the Airport Passenger Terminal*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/1200990>
- Batouei, A., Iranmanesh, M., Mustafa, H., Nikbin, D., & Ping, T. A. (2020). Components of airport experience and their roles in eliciting passengers' satisfaction and behavioural intentions. *Research in Transportation Business & Management*, 37, 100585. <https://doi.org/10.1016/J.RTBM.2020.100585>
- Candra, D. A., & Afriyanto, D. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Non Aeronautical Di Bandara: Lokasi Strategis, Volume Lalu Lintas, Ruang Komersial, Strategi Pemasaran Dan Kerjasama Bisnis. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 1(4). <https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i4.858>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Darmawati, D., & Febriyanti, A. (2025). Pengaruh Iklan Digital Terhadap Minat Beli Konsumen di Angkringan Sedulur, Pekanbaru. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1444>
- Denzin, N.K. (2009). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- Edo, A. Z., & Fasa, M. I. (2025). Pengaruh Regulasi Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Platform E-Business di Negara Berkembang. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*,

2(4).

- Erick, Y. P., Ma'sum, R. D., Palilati, M. P., & Entengo, S. (2024). Optimalisasi Creative Placemaking Ruang Terbuka Publik Taman Air Mancur Limboto. *JAMBURA Journal of Architecture*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.37905/JJOA.V6I1.25316>
- Fakhrurozi, R. N., Andriani, W., Indah, N., Dewi, K., Wiguna, U., Saputra, E., & Adiningrat, G. P. (2024). Service Quality Assessment of Ngurah Rai International Airport Using Fuzzy Servqual and Importance Performance Analysis Methods. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 20(3), 163–173. <https://doi.org/10.31940/JBK.V20I3.163-173>
- Fasone, V., Kofler, L., & Scuderi, R. (2020). Business performance of airports: Non-aviation revenues and their determinants. *Journal of Air Transport Management*, 53, 35–45. <https://doi.org/10.1016/J.JAIRTRAMAN.2015.12.012>
- Freddy Rangkuti. (2020). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. https://opacperpustakaan.jogjakota.go.id/inlislite3/opac/detail-opac?id=52392&utm_source=chatgpt.com
- Gusti, Kurniasih, R., Rohman, N., & Suprayitno, H. (2025). Kajian Awal Pengelolaan Aset Tetap pada Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai, Bali. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 3, 27–38. <https://journal.its.ac.id/index.php/jmaif/article/view/5485>
- Silawati. (2025). *Bandara I Gusti Ngurah Rai Layani 2,3 Juta Penumpang Pada Agustus 2025, Naik 2,5 Persen Dari Tahun Lalu*. <https://swa.co.id/read/463580/bandara-i-gusti-ngurah-rai-layani-23-juta-penumpang-pada-agustus-2025>.
- Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan*.
- Irianto, G. R. (2025). Analisis Peran Petugas Terminal Service Officer (TSO) Terhadap Kelancaran Operasional di Area Check In Terminal Internasional Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3>.
- Kurniawan, A., & Tamami, A. Z. (2025). Estetika Visual dan Pengaruhnya terhadap Kenyamanan Psikologis dalam Ruang. *Imajinasi : Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/imajinasi.v2i2.620>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (Cetakan ke). Pearson.
- Manap, A. (2024). *Buku Ajar Seminar Manajemen Pemasaran*. Universitas Jayabaya.
- Menteri Perhubungan RI. (2019). *Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 39 Tahun 2019*.

- Nugroho, M. W., Ubaedillah, & Sadiatmi, R. (2025). Pengoptimalan Iklan dan Pengembangan Lounge terhadap Peningkatan Pendapatan Non Aeronautical Bandar Udara Fatmawati Soekarno Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2295>
- Permatasari, D., Kantor, L., Bpn, W., & Utara, P. S. (2021). Kesesuaian Penggunaan Tanah Berbasis Bidang Tanah Terhadap Kajian Rencana Detail Tata Ruang. *Tunas Agraria*, 4(2), 213–228. <https://doi.org/10.31292/JTA.V4I2.141>
- Pratama, Y. A., & Djabbar, H. (2025). Bagaimana Pandangan Penumpang Terhadap Iklan Komersial di Dalam Penerbangan? *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32897/jemper.v7i2.4619>
- Safrin. (2025). *Buku Ajar Manajemen Periklanan* (Cetakan I). PT Media Penerbit Indonesia.
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *PRAGMATIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1).
- Septian, A. D. (2022). Analisis Pengaruh Pendapatan Pelayanan Jasa Penumpang Pesawat Udara (PJP2U) Pada Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Operasional Bandar Udara Kalimantan Berau. *Jurnal Ground Handling Dirgantara*, 4(2).
- Setiadinata, M., Athala, F., & Setyaningsih, E. (2024). Pengaruh Polusi Cahaya yang Dihasilkan Videotron Terhadap Kenyamanan Pengendara Sepeda Motor. *Jurnal Serina Sains Teknik dan Kedokteran*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.24912/jsstk.v2i1.31646>
- Silva, J., Kalakou, S., & Andrade, A. R. (2023). Maximizing non-aeronautical revenues in airport terminals using gate assignment and passenger behaviour modelling. *Journal of Air Transport Management*, 112, 102452. <https://doi.org/10.1016/J.JAIRTRAMAN.2023.102452>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (ke-27). ALFABETA.
- Tan, J. H., & Masood, T. (2021). *Adoption of Industry 4.0 technologies in airports -- A systematic literature review*. 1–25. <https://arxiv.org/pdf/2112.14333>
- Ulfa, H. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cendekia Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=ecYOEAAAQBAJ>
- Wiguna, D. P., Endrawijaya, I., & Sundoro. (2020). Kajian Kegiatan di Area Gudang Kargo pada Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. *Jurnal Ilmiah Aviasi Langit Biru*, 13(1).
- Wu, Y., Morlotti, C., & Mantin, B. (2024). Shopping or dining? On passenger dwell time and non-aeronautical revenues. *Journal of Air Transport Management*, 118, 102620. <https://doi.org/10.1016/J.JAIRTRAMAN.2024.102620>

Kossovsky, Yuval (2023). *Airport Revenue Streams: Non-Aeronautical Revenue Guide* | *Mappedin*. <https://www.mappedin.com/resources/blog/increase-non-aeronautical-revenue/>

Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan, dan Pengajaran*, 32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fjppp.v3i2.11758>



LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil validasi

FORMULIR VALIDASI PERTANYAAN WAWANCARA (EXPERT JUDGMENT)
OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA
IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI

Formulir ini digunakan untuk menilai kelayakan butir pertanyaan wawancara berdasarkan aspek substansi, konstruksi, dan bahasa. Validator memberikan skor 1 sampai 4 serta saran perbaikan pada setiap item pertanyaan.

Nama Validator	: AHMAD MUSADEK, S.T., M.T	SKALA	KETERANGAN
NIP/NIDN/No. Identitas	: 19800522000121001	4	Sangat baik / sangat sesuai / sangat jelas
Instansi	: Politeknik Penerbangan Surabaya	3	Baik / sesuai / jelas
Bidang Keahlian	: Materi	2	Cukup / perlu revisi
Jabatan	: Dosen	1	Kurang / tidak sesuai / tidak jelas
Tanggal Penilaian	: 13 Mei 2026	Aspek penilaian: Substansi, Konstruksi, dan Bahasa	

LEMBAR PENILAIAN BUTIR PERTANYAAN WAWANCARA

No.	Butir Pertanyaan Wawancara	Indikator	Rumusan Masalah Ke-	Substansi (1-4)	Konstruksi (1-4)	Bahasa (1-4)	Jumlah	Rata-rata	Saran Perbaikan
1	Bagaimana kondisi area check-in internasional saat ini?	Kondisi area check-in internasional	1	4	3	4	11	3,67	-
2	Apakah area check-in telah dimanfaatkan secara optimal sebagai area komersial?	Pemanfaatan ruang terminal	1	4	4	4	12	4	-
3	Apakah saat ini terdapat media videotron di area check-in internasional?	Ketersediaan media videotron	1	4	4	4	12	4	-
4	Bagaimana penentuan lokasi penempatan videotron di area terminal?	Penempatan media	1	4	3	4	11	3,67	-
5	Apa fungsi utama videotron yang digunakan di area terminal?	Fungsi media videotron	1	4	3	4	11	3,67	-
6	Apakah media videotron mudah terlihat oleh penumpang?	Tingkat visibilitas media	2	4	3	4	11	3,67	-
7	Apakah informasi atau iklan pada videotron mudah dipahami?	Efektivitas penyampaian informasi	2	4	4	4	12	4	-
8	Apakah tampilan videotron cukup menarik perhatian penumpang?	Daya tarik media	2	4	3	4	11	3,67	-
9	Apakah keberadaan videotron mengganggu kenyamanan penumpang?	Kenyamanan	2	4	3	4	11	3,67	-

Formulir validasi pertanyaan wawancara - Expert Judgment

		visual							
10	Apakah media videotron memengaruhi arus pergerakan penumpang?	Kelancaran arus penumpang	2	4	3	4	11	3,67	-
11	Area mana yang dinilai paling potensial untuk penempatan videotron?	Potensi area strategis	2	4	4	4	12	4	-
12	Bagaimana peluang pengembangan media iklan digital di area check-in internasional?	Pemanfaatan ruang	2	4	3	4	11	3,67	-
13	Faktor apa saja yang menjadi kekuatan atau pendukung dalam optimalisasi media videotron di area check-in internasional?	Faktor pendukung optimalisasi (Kekuatan)	2	4	4	4	12	4	-
14	Apa saja kelemahan atau kendala internal dalam pengembangan media videotron di area check-in?	Kendala internal (Kelemahan)	2	4	3	4	11	3,67	-
15	Peluang apa saja yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan media videotron di bandar udara?	Peluang pengembangan media digital (Peluang)	2 dan 3	4	3	4	11	3,67	-
16	Ancaman atau hambatan eksternal apa saja yang dapat memengaruhi optimalisasi media videotron?	Hambatan eksternal (Ancaman)	2 dan 3	4	3	4	11	3,67	-
17	Strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan area check-in sebagai media iklan videotron?	Strategi pengembangan	3	4	3	4	11	3,67	-
18	Bagaimana integrasi media videotron dengan konsep smart airport?	Integrasi smart airport	3	4	3	4	11	3,67	-

REKAPITULASI PENILAIAN

Aspek	Total Skor	Skor Maksimum	Persentase	Keterangan
Substansi	72	72	100%	Sangat Layak
Konstruksi	59	72	81,94%	Sangat Layak
Bahasa	72	72	100%	Sangat Layak
Total Keseluruhan	203	216	93,98%	Sangat Layak

KRITERIA KELAYAKAN INSTRUMEN

Rentang Rata-rata Skor	Kategori	Keputusan
3,26 - 4,00	Sangat Layak	Dapat digunakan tanpa revisi atau revisi sangat kecil
2,51 - 3,25	Layak	Dapat digunakan dengan revisi kecil
1,76 - 2,50	Cukup Layak	Perlu revisi sedang
1,00 - 1,75	Kurang Layak	Perlu revisi besar / belum layak digunakan

Formulir validasi pertanyaan wawancara - Expert Judgment

KESIMPULAN VALIDATOR

Berdasarkan hasil penilaian, instrumen pertanyaan wawancara ini dinyatakan:

(v) Sangat layak digunakan [] Layak digunakan dengan revisi kecil
 [] Cukup layak digunakan dengan revisi sedang [] Belum layak digunakan dan perlu revisi besar

Catatan umum validator:

Penggunaan kata Baku untuk diperbaiki sesuai standar yang berpedoman dengan peraturan.

Tempat, tanggal: Surabaya, 13 Mei 2026

Validator,

(AHMAD MUSADEK, S.T., M.T)

FORMULIR VALIDASI PERTANYAAN WAWANCARA (EXPERT JUDGMENT)
OPTIMALISASI AREA CHECK-IN INTERNASIONAL SEBAGAI MEDIA
IKLAN VIDEOTRON DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI BALI

Formulir ini digunakan untuk menilai kelayakan butir pertanyaan wawancara berdasarkan aspek substansi, konstruksi, dan bahasa. Validator memberikan skor 1 sampai 4 serta saran perbaikan pada setiap item pertanyaan.

Nama Validator	: Dr. SRI RAHAYU SURTININGTYAS	SKALA	KETERANGAN
NIP	: 197505241996022003	4	Sangat baik / sangat sesuai / sangat jelas
Instansi	: Politeknik Penerbangan Surabaya	3	Baik / sesuai / jelas
Bidang Keahlian	: Bahasa	2	Cukup / perlu revisi
Jabatan	: Dosen	1	Kurang / tidak sesuai / tidak jelas
Tanggal Penilaian	: 13 Mei 2026	Aspek penilaian: Substansi, Konstruksi, dan Bahasa	

LEMBAR PENILAIAN BUTIR PERTANYAAN WAWANCARA

No.	Butir Pertanyaan Wawancara	Indikator	Rumusan Masalah Ke-	Substansi (1-4)	Konstruksi (1-4)	Bahasa (1-4)	Jumlah	Rata-rata	Saran Perbaikan
1	Bagaimana kondisi area check-in internasional saat ini?	Kondisi area check-in internasional	1	4	4	4	12	4	-
2	Apakah area check-in telah dimanfaatkan secara optimal sebagai area komersial?	Pemanfaatan ruang terminal	1	4	4	3	11	3,67	-
3	Apakah saat ini terdapat media videotron di area check-in internasional?	Ketersediaan media videotron	1	4	4	3	11	3,67	-
4	Bagaimana penentuan lokasi penempatan videotron di area terminal?	Penempatan media	1	4	4	4	12	4	-
5	Apa fungsi utama videotron yang digunakan di area terminal?	Fungsi media videotron	1	4	4	4	12	4	-
6	Apakah media videotron mudah terlihat oleh penumpang?	Tingkat visibilitas media	2	4	4	4	12	4	-
7	Apakah informasi atau iklan pada videotron mudah dipahami?	Efektivitas penyampaian informasi	2	4	4	4	12	4	-
8	Apakah tampilan videotron cukup menarik perhatian penumpang?	Daya tarik media	2	4	4	4	12	4	-
9	Apakah keberadaan videotron mengganggu kenyamanan penumpang?	Kenyamanan	2	4	4	4	12	4	-

Formulir validasi pertanyaan wawancara - Expert Judgment

10	Apakah media videotron memengaruhi arus pergerakan penumpang?	visual	2	4	4	3	11	3,67	-
11	Area mana yang dinilai paling potensial untuk penempatan videotron?	Kelancaran arus penumpang	2	4	4	4	12	4	-
12	Bagaimana peluang pengembangan media iklan digital di area check-in internasional?	Potensi area strategis	2	4	4	4	12	4	-
13	Faktor apa saja yang menjadi kekuatan atau pendukung dalam optimalisasi media videotron di area check-in internasional?	Pemanfaatan ruang	2	4	4	3	11	3,67	-
14	Apa saja kelenahan atau kendala internal dalam pengembangan media videotron di area check-in?	Faktor pendukung optimalisasi (Kekuatan)	2	4	4	3	11	3,67	-
15	Peluang apa saja yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan media videotron di bandar udara?	Kendala internal (Keklemahan)	2 dan 3	4	4	3	11	3,67	-
16	Ancaman atau hambatan eksternal apa saja yang dapat memengaruhi optimalisasi media videotron?	Peluang pengembangan media digital (Peluang)	2 dan 3	4	4	3	11	3,67	-
17	Strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan area check-in sebagai media iklan videotron?	Hambatan eksternal (Ancaman)	3	4	4	3	11	3,67	-
18	Bagaimana integrasi media videotron dengan konsep smart airport?	Strategi pengembangan	3	4	4	4	12	4	-

REKAPITULASI PENILAIAN

Aspek	Total Skor	Skor Maksimum	Persentase	Keterangan
Substansi	72	72	100%	Sangat Layak
Konstruksi	72	72	100%	Sangat Layak
Bahasa	64	72	88,89%	Sangat Layak
Total Keseluruhan	208	216	96,30%	Sangat Layak

KRITERIA KELAYAKAN INSTRUMEN

Rentang Rata-rata Skor	Kategori	Keputusan
3,26 - 4,00	Sangat Layak	Dapat digunakan tanpa revisi atau revisi sangat kecil
2,51 - 3,25	Layak	Dapat digunakan dengan revisi kecil
1,76 - 2,50	Cukup Layak	Perlu revisi sedang
1,00 - 1,75	Kurang Layak	Perlu revisi besar / belum layak digunakan

Formulir validasi pertanyaan wawancara - Expert Judgment

KESIMPULAN VALIDATOR

Berdasarkan hasil penilaian, instrumen pertanyaan wawancara ini dinyatakan:
☒ Sangat layak digunakan ☐ Layak digunakan dengan revisi kecil
☐ Cukup layak digunakan dengan revisi sedang ☐ Belum layak digunakan dan perlu revisi besar

Catatan umum validator:

Penggunaan kata Baku untuk diperbaiki sesuai standar yang berpedoman dengan peraturan.

Tempat, tanggal: Surabaya, 13 Mei 2026

Validator,



(Dr. SRI RAHAYU SURTININGTYAS)

Lampiran 2 hasil Observasi dan Wawancara

No	Aspek yang Diamati	Indikator Observasi	Keterangan Hasil Observasi
1	Kondisi Area Check-in Internasional	Tata letak area check-in internasional	Tata letak area check-in tersusun dengan baik dan didominasi oleh konter check-in, area antrean, serta jalur sirkulasi penumpang.
		Kondisi fasilitas area Check-in	Fasilitas pendukung seperti konter, signage, dan display informasi tersedia dalam kondisi baik dan berfungsi dengan baik.
		Tingkat kepadatan penumpang	Area check-in internasional memiliki tingkat kepadatan yang cukup tinggi terutama pada jam sibuk dan musim liburan.
2	Pemanfaatan Media Videotron	Ketersediaan media videotron	Tidak ditemukan media videotron yang digunakan sebagai sarana iklan di area check-in internasional.
		Lokasi penempatan videotron	Belum terdapat lokasi khusus yang dimanfaatkan untuk pemasangan videotron komersial.
		Ukuran dan tampilan videotron	Tidak terdapat videotron pada area observasi.
		Jenis konten yang ditampilkan	Informasi yang tersedia masih didominasi oleh signage dan display informasi penerbangan.
3	Tingkat Visibilitas Media	Media terlihat jelas oleh penumpang	Beberapa area memiliki visibilitas yang tinggi dan mudah dilihat oleh penumpang.
		Sudut pandang penumpang terhadap media	Area pintu masuk, area antrean, dan sekitar konter check-in memiliki sudut pandang yang baik untuk penempatan media.
		Intensitas pencahayaan media	Pencahayaan terminal cukup baik sehingga mendukung keterlihatan media digital apabila dipasang.
4	Arus Pergerakan Penumpang	Kelancaran antrean check-in	Antrean penumpang berjalan relatif lancar sesuai kapasitas pelayanan yang tersedia.
		Kelancaran jalur sirkulasi penumpang	Jalur sirkulasi penumpang cukup tertata dan tidak mengalami hambatan yang berarti.
		Pengaruh media terhadap mobilitas penumpang	Karena belum terdapat videotron, tidak ditemukan pengaruh terhadap mobilitas penumpang.
5	Kenyamanan Pengguna Jasa	Media tidak mengganggu	Kondisi terminal terlihat rapi dan tidak terdapat media yang

		kenyamanan visual	mengganggu pandangan penumpang.
		Media tidak mengganggu aktivitas pelayanan	Aktivitas pelayanan check-in berlangsung dengan baik tanpa hambatan dari media komersial.
		Kesesuaian media dengan estetika terminal	Area terminal memiliki desain modern sehingga memungkinkan integrasi media digital yang sesuai dengan estetika bangunan.
6	Potensi Area Strategis	Area dengan mobilitas penumpang tinggi	Area pintu masuk check-in, area antrean, dan sekitar konter check-in memiliki mobilitas penumpang yang tinggi.
		Area dengan durasi tunggu penumpang tinggi	Area antrean check-in dan area tunggu sebelum pemeriksaan keamanan memiliki durasi tunggu yang cukup lama.
		Area potensial untuk penempatan videotron tambahan	Area pilar terminal, area di atas konter check-in, dan area pintu masuk terminal dinilai potensial untuk pemasangan videotron.
7	Integrasi dengan Konsep Smart Airport	Penggunaan teknologi digital pada terminal	Bandara telah memanfaatkan berbagai teknologi digital dalam pelayanan penumpang.
		Integrasi media informasi dan promosi	Pemanfaatan media digital masih lebih banyak digunakan untuk informasi dibandingkan promosi komersial.
		Dukungan media terhadap citra bandara modern	Pengembangan videotron berpotensi mendukung citra Bandara I Gusti Ngurah Rai sebagai bandara modern dan berbasis teknologi.

HASIL WAWANCARA

Nama : Anak Agung Gede Putra Dwiantara

Jabatan : Advertising & Landside Service Officer

No.	Pertanyaan	Pihak Pengelola Bandar Udara
1	Kondisi area check-in internasional saat ini	Area check-in ramai dan menjadi titik utama pelayanan keberangkatan internasional.
2	Pemanfaatan area check-in sebagai area komersial	Belum optimal karena lebih difokuskan pada pelayanan operasional.
3	Ketersediaan videotron di area check-in	Belum tersedia videotron iklan, hanya media informasi penerbangan.
4	Penentuan lokasi videotron	Harus sesuai regulasi, keselamatan, dan estetika terminal.
5	Fungsi utama videotron	Media informasi dan promosi.
6	Kemudahan terlihat oleh penumpang	Mudah terlihat jika ditempatkan pada titik strategis.
7	Kemudahan memahami informasi/iklan	Informasi digital lebih mudah dipahami.
8	Daya tarik videotron	Cukup menarik karena bersifat dinamis.
9	Dampak terhadap kenyamanan penumpang	Tidak mengganggu jika dirancang dengan baik.
10	Pengaruh terhadap arus penumpang	Tidak berpengaruh signifikan.
11	Area paling potensial untuk videotron	Area pintu masuk dan jalur utama check-in.
12	Peluang pengembangan iklan digital	Cukup besar untuk meningkatkan pendapatan non-aeronautika.
13	Faktor pendukung optimalisasi	Tingginya jumlah penumpang dan ruang strategis.
14	Kendala internal	Keterbatasan ruang dan estetika terminal.
15	Peluang pengembangan	Kerja sama dengan vendor dan tenant bandara.
16	Ancaman atau hambatan eksternal	Regulasi, perubahan tata ruang, dan persaingan media lain.
17	Strategi optimalisasi	Menyusun kebijakan dan menyediakan titik iklan strategis.
18	Integrasi dengan smart airport	Mendukung digitalisasi layanan bandara.

Nama : Yvonne Tirtoprojo

Jabatan: General Manager at PT Pixel

No.	Pertanyaan	Pengelola/Vendor Media Videotron
1	Kondisi area check-in internasional saat ini	Area Check-in memiliki potensi audiens yang besar, tetapi belum banyak dimanfaatkan untuk iklan.
2	Pemanfaatan area check-in sebagai area komersial	Potensi komersial ada, namun minat pengiklan masih terbatas.
3	Ketersediaan videotron di area check-in	Belum terdapat videotron komersial yang aktif.
4	Penentuan lokasi videotron	Dipilih berdasarkan visibilitas dan jumlah audiens.
5	Fungsi utama videotron	Media iklan digital dan branding.
6	Kemudahan terlihat oleh penumpang	Sangat efektif untuk menarik perhatian penumpang.
7	Kemudahan memahami informasi/iklan	Konten visual dan video lebih komunikatif.
8	Daya tarik videotron	Lebih menarik dibanding media statis.
9	Dampak terhadap kenyamanan penumpang	Tidak mengganggu selama ukuran dan pencahayaan sesuai.
10	Pengaruh terhadap arus penumpang	Tidak memengaruhi sirkulasi jika ditempatkan dengan tepat.
11	Area paling potensial untuk videotron	Area dengan visibilitas tinggi dan waktu tunggu lama.
12	Peluang pengembangan iklan digital	Berpotensi menarik pengiklan nasional maupun internasional.
13	Faktor pendukung optimalisasi	Daya tarik visual dan jangkauan audiens yang luas.
14	Kendala internal	Kurangnya minat pengiklan dan biaya investasi.
15	Peluang pengembangan	Pengembangan media digital dan smart airport.
16	Ancaman atau hambatan eksternal	Persaingan media sosial dan digital marketing.
17	Strategi optimalisasi	Kerja sama dengan pengiklan dan sistem bundling area iklan.
18	Integrasi dengan smart airport	Mendukung media informasi dan iklan berbasis teknologi digital.

Nama lengkap : Made Agus Satya Laksamana Putra

jabatan : Terminal Service Support Officer

No.	Pertanyaan	Petugas Operasional Terminal Internasional
1	Kondisi area check-in internasional saat ini	Aktivitas penumpang cukup tinggi, terutama pada jam sibuk dan musim liburan.
2	Pemanfaatan area check-in sebagai area komersial	Area lebih banyak digunakan untuk proses Check-in dan antrean penumpang.
3	Ketersediaan videotron di area check-in	Hanya terdapat layar informasi penerbangan (FIDS).
4	Penentuan lokasi videotron	Tidak boleh mengganggu alur penumpang dan operasional.
5	Fungsi utama videotron	Menyampaikan informasi operasional dan layanan bandara.
6	Kemudahan terlihat oleh penumpang	Mudah terlihat terutama pada area dengan arus penumpang tinggi.
7	Kemudahan memahami informasi/iklan	Penumpang lebih cepat menangkap informasi visual.
8	Daya tarik videotron	Penumpang cenderung memperhatikan media bergerak.
9	Dampak terhadap kenyamanan penumpang	Tidak mengganggu selama tidak menghambat aktivitas penumpang.
10	Pengaruh terhadap arus penumpang	Tidak mengganggu alur pergerakan penumpang.
11	Area paling potensial untuk videotron	Area pembatas check-in dan boarding serta area antrean.
12	Peluang pengembangan iklan digital	Dapat dimanfaatkan sebagai sarana informasi dan promosi.
13	Faktor pendukung optimalisasi	Tingginya mobilitas penumpang.
14	Kendala internal	Prioritas tetap pada pelayanan operasional.
15	Peluang pengembangan	Penyampaian informasi layanan secara digital.
16	Ancaman atau hambatan eksternal	Potensi gangguan terhadap kenyamanan penumpang jika tidak dikelola baik.
17	Strategi optimalisasi	Menempatkan videotron tanpa mengganggu operasional terminal.
18	Integrasi dengan smart airport	Membantu penyampaian informasi secara real-time kepada penumpang.

POT 2

jabatan : Terminal Service Support Officer

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Kondisi area check-in internasional saat ini	Area check-in internasional cukup padat, terutama pada jam keberangkatan penerbangan internasional dan musim liburan.
2	Pemanfaatan area check-in sebagai area komersial	Saat ini area check-in masih difokuskan untuk pelayanan penumpang dan aktivitas operasional keberangkatan.
3	Ketersediaan videotron di area check-in	Belum terdapat videotron khusus untuk media iklan, yang tersedia hanya media informasi penerbangan dan informasi operasional.
4	Penentuan lokasi videotron	Lokasi pemasangan harus mempertimbangkan keselamatan, kelancaran arus penumpang, dan tidak mengganggu operasional terminal.
5	Fungsi utama videotron	Sebagai media penyampaian informasi, pengumuman, dan promosi yang dapat dilihat oleh penumpang secara cepat.
6	Kemudahan terlihat oleh penumpang	Media digital umumnya mudah terlihat apabila ditempatkan pada titik dengan visibilitas tinggi.
7	Kemudahan memahami informasi/iklan	Informasi yang disajikan dalam bentuk visual dan video lebih mudah dipahami dibandingkan media statis.
8	Daya tarik videotron	videotron lebih menarik perhatian karena menampilkan gambar bergerak dan konten yang dinamis.
9	Dampak terhadap kenyamanan penumpang	Tidak mengganggu apabila ukuran, pencahayaan, dan lokasi pemasangannya dirancang dengan baik.
10	Pengaruh terhadap arus penumpang	Tidak berpengaruh terhadap arus penumpang selama tidak ditempatkan pada jalur sirkulasi utama.
11	Area paling potensial untuk videotron	Area antrean check-in, area dekat pintu masuk terminal, dan area transisi menuju pemeriksaan keamanan.
12	Peluang pengembangan iklan digital	Peluangnya cukup besar karena jumlah penumpang internasional yang tinggi dan beragam.
13	Faktor pendukung optimalisasi	Tingginya aktivitas penumpang, lokasi strategis, dan perkembangan teknologi digital di bandar udara.
14	Kendala internal	Keterbatasan ruang pemasangan serta kebutuhan menjaga fungsi utama area check-in sebagai area pelayanan.
15	Peluang pengembangan	Dapat dimanfaatkan sebagai media promosi tenant bandara, pariwisata, dan informasi layanan bandar udara.
16	Ancaman atau hambatan eksternal	Persaingan dengan media digital lainnya serta kemungkinan keluhan penumpang apabila konten atau lokasi tidak sesuai.
17	Strategi optimalisasi	Menempatkan videotron pada area yang memiliki tingkat keterlihatan tinggi namun tidak mengganggu operas

POT 3

jabatan : Terminal Service Support Officer

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Kondisi area check-in internasional saat ini	Area check-in internasional cukup ramai karena menjadi titik awal proses keberangkatan penumpang menuju penerbangan internasional.
2	Pemanfaatan area check-in sebagai area komersial	Pemanfaatan area komersial masih terbatas karena sebagian besar ruang digunakan untuk kebutuhan pelayanan dan operasional penumpang.
3	Ketersediaan videotron di area check-in	Saat ini belum terdapat videotron yang digunakan khusus untuk media iklan di area check-in internasional.
4	Penentuan lokasi videotron	Lokasi harus mempertimbangkan keamanan, kenyamanan, visibilitas, dan tidak mengganggu aktivitas pelayanan penumpang.
5	Fungsi utama videotron	Videotron dapat digunakan untuk menyampaikan informasi bandara, promosi, serta iklan kepada penumpang.
6	Kemudahan terlihat oleh penumpang	Sangat mudah terlihat apabila ditempatkan pada area yang sering dilalui atau menjadi pusat perhatian penumpang.
7	Kemudahan memahami informasi/iklan	Informasi dalam bentuk video dan animasi lebih mudah dipahami karena bersifat visual dan menarik.
8	Daya tarik videotron	Media videotron memiliki daya tarik yang tinggi karena kontennya bergerak dan dapat menampilkan berbagai informasi secara bergantian.
9	Dampak terhadap kenyamanan penumpang	Tidak mengganggu selama tingkat pencahayaan dan volume suara diatur dengan baik.
10	Pengaruh terhadap arus penumpang	Tidak memberikan dampak signifikan terhadap arus penumpang jika penempatannya sesuai dengan tata ruang terminal.
11	Area paling potensial untuk videotron	Area dekat antrian check-in, area tengah terminal, dan area menuju pemeriksaan keamanan dinilai cukup strategis.
12	Peluang pengembangan iklan digital	Peluangnya cukup besar karena jumlah penumpang internasional terus meningkat dan membutuhkan media informasi yang modern.
13	Faktor pendukung optimalisasi	Tingginya jumlah penumpang, lokasi yang strategis, serta perkembangan teknologi digital menjadi faktor pendukung utama.
14	Kendala internal	Keterbatasan ruang pemasangan dan kebutuhan menjaga estetika terminal menjadi kendala utama.
15	Peluang pengembangan	Media videotron dapat dimanfaatkan untuk promosi pariwisata Bali, tenant bandara, dan berbagai layanan bandara.
16	Ancaman atau hambatan eksternal	Persaingan dengan media promosi digital lainnya dan perubahan regulasi dapat menjadi hambatan dalam pengembangannya.
17	Strategi optimalisasi	Menempatkan videotron pada titik dengan visibilitas tinggi serta mengombinasikan fungsi iklan dan informasi layanan bandara.
18	Integrasi dengan smart airport	Videotron dapat menjadi bagian dari sistem informasi digital yang mendukung pelayanan penumpang secara real-time dan konsep smart airport.

DATA MENTAH PEMBOBOTAN SWOT

Data Mentah Pembobotan Faktor Internal (IFAS)

Faktor Internal	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5	Total	Rata-rata
Tingginya jumlah penumpang internasional	5	5	4	5	5	24	4,8
Area Check-in merupakan titik utama pelayanan keberangkatan internasional	4	4	5	4	4	21	4,2
Memiliki visibilitas tinggi pada jalur pergerakan penumpang	4	5	4	4	5	22	4,4
Daya tarik visual videotron lebih efektif dibanding media statis	4	4	4	3	4	19	3,8
Belum terdapat videotron komersial di area Check-in internasional	3	3	4	3	3	16	3,2
Pengelolaan area masih berfokus pada fungsi operasional	3	3	3	4	3	16	3,2
Pertimbangan estetika terminal yang harus tetap dijaga	3	4	3	3	3	16	3,2
Membutuhkan biaya investasi dan pemeliharaan yang cukup tinggi	4	4	3	4	4	19	3,8

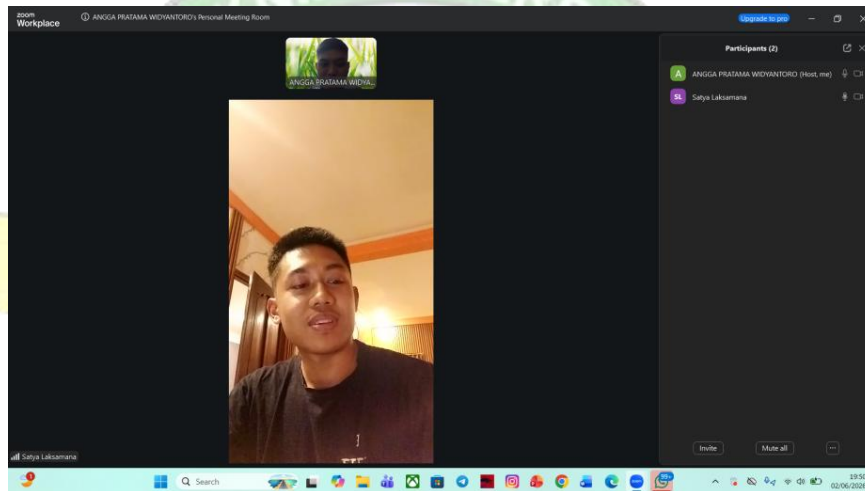
Data Mentah Pembobotan Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor Eksternal	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5	Total	Rata-rata
Potensi peningkatan pendapatan non-aeronautika	5	5	5	4	5	24	4,8
Pertumbuhan wisatawan dan penumpang internasional	4	4	5	4	4	21	4,2
Perkembangan teknologi digital signage dan smart airport	4	4	4	5	4	21	4,2
Potensi menarik pengiklan nasional maupun internasional	4	3	4	4	4	19	3,8
Regulasi dan kebijakan tata ruang bandar udara	4	4	3	4	4	19	3,8
Persaingan dengan media digital dan media sosial	3	4	4	3	4	18	3,6
Persaingan dengan media iklan lain di bandara	3	3	4	3	3	16	3,2
Potensi gangguan terhadap kenyamanan penumpang	3	3	3	2	3	14	2,8

DOKUMENTASI



Dokumentasi Wawancara Dengan Pengelola Bandar Udara



Dokumentasi Wawancara Dengan Petugas Operasional Terminal 1



Dokumentasi Wawancara Dengan Pengelola/Vendor Media Videotron

