

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM 1 (SATU).....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL DALAM 2 (DUA).....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Rumusan Masalah	I-14
I.3 Tujuan Penelitian	I-14
I.4 Manfaat Penelitian	I-14
I.5 Tinjauan Pustaka	I-15
I.5.1 Aktivitas Komunikasi Publik dalam Perusahaan	I-14
I.5.2 Analisis Publik pada Perusahaan Bandar Udara	I-18
I.5.2.1 Karakteristik Publik	I-20
I.5.2.1 Kategorisasi Publik	I-20
I.5.3 Kampanye Komunikasi Publik pada Perusahaan Bandar Udara.....	I-23
I.5.3.1 Strategi Kampanye Komunikasi Publik	I-26
I.6 Metodologi Penelitian	I-35
I.6.1 Metode Penelitian	I-35
I.6.2 Tipe Penelitian	I-36
I.6.3 Objek Penelitian	I-37
I.6.4 Unit Analisis Penelitian	I-37
I.6.5 Lokasi Penelitian	I-37
I.6.6 Teknik Pengumpulan Data	I-38
I.6.7 Teknik Analisis Data	I-41
BAB II GAMBARAN UMUM.....	II-1
II.1 Kebijakan <i>Silent Airport</i> di Indonesia	II-1
II.2 Sekilas tentang angkasapura Airports.....	II-3

II.2.1	angkasapura Airports sebagai sebuah BUMN	II-3
II.2.2	Profil Angkasa Pura Airports	II-5
II.2.3	Transformasi angkasapura Airports	II-8
II.3	Bandara Juanda Surabaya sebagai Pelopor Kebijakan <i>Silent Airport</i>	II-12
II.3.1	Profil Bandara Juanda Surabaya	II-12
II.3.2	Divisi <i>Communication & Legal</i> Bandara Juanda Surabaya.....	II-14
II.3.3	Divisi <i>Customer Service</i> Bandara Juanda Surabaya	II-16
II.3.4	<i>Silent Airport</i> di Bandara Juanda Surabaya.....	II-16
BAB III	TEMUAN DAN ANALISIS DATA	III-1
III.1	<i>Citizen Participation</i> sebagai Pendekatan Kampanye Komunikasi Publik	III-2
III.2	<i>Key Public</i> sebagai Agen Edukasi Kebijakan <i>Silent Airport</i>	III-9
III.3	Strategi ‘Offense’ dan ‘Defense’ dalam Kampanye <i>Silent Airport</i>	III-16
III.3.1	Strategi Kampanye Divisi <i>Communication & Legal</i>	III-20
III.3.2	Strategi Kampanye Divisi <i>Customer Service</i>	III-37
BAB IV	PENUTUP	IV-1
IV.1	Kesimpulan.....	IV-1
IV.2	Saran.....	IV-3
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 Keluhan Pelanggan terhadap kebijakan <i>silent airport</i>	I-7
Gambar I.1.2 Komentar <i>netizen</i> menyikapi kebijakan <i>silent airport</i> di Bandara Juanda	I-8
Gambar II.2.3.1 Logo Angkasa Pura Airports	II-10
Gambar II.3.1.1 Struktur Organisasi Bandara Juanda Surabaya.....	II-14
Gambar III.1.1 <i>The Arnstein's Ladder of Participation</i>	III-8
Gambar III.3.1 Suasana Rapat Koordinasi dengan <i>Airlines & Ground Handling</i>	III-17
Gambar III.3.1.1 <i>Press Conference</i> 18 Mei 2014 di Kantor Bandara Juanda Surabaya	III-25
Gambar III.3.1.2 <i>Press Conference</i> 1 Juni 2014 di Terminal 2 Bandara Juanda Surabaya	III-25
Gambar III.3.1.3 <i>Tweet</i> dari akun @sub_ap1 tentang tayangan TOS SBO.....	III-28
Gambar III.3.1.4 Kliping Berita di Harian Surya, 22 Mei 2014	III-31
Gambar III.3.2.1 <i>Banner</i> sebagai medium kampanye kebijakan <i>silent airport</i>	III-40
Gambar III.3.2.2 Petugas <i>greeting service</i> membawa papan informasi tentang <i>silent airport</i> di area terminal 1	III-41
Gambar III.3.2.3 <i>Sign board</i> dalam Bahasa Inggris dibawa oleh <i>Greeting Service</i>	III-43
Gambar III.3.2.4 <i>Sign board</i> dalam Bahasa Indonesia dibawa oleh <i>Greeting</i> <i>Service</i>	III-44
Gambar III.3.2.5 Kotak Saran di Area Terminal Bandara Juanda Surabaya ...	III-47
Gambar III.3.2.6 Laman Suara Konsumen Bandara Juanda Surabaya	III-48

DAFTAR TABEL

Tabel I.1.1 Perbedaan pola <i>announcement</i> di Bandara Juanda	I-3
Tabel I.1.2 PM Perhubungan Republik Indonesia tentang standar pelayanan penumpang angkutan udara.....	I-5
Tabel III.1.1 Teknik <i>Citizen Participation</i> : Keterlibatan Pasif hingga Aktif	III-6
Tabel III.3.1 Perbedaan Strategi Divisi <i>Communication & Legal</i> dengan Divisi <i>Customer Service</i> dalam mengkampanyekan <i>Silent Airport</i>	III-14



DAFTAR BAGAN

Bagan III.3.1 <i>Timeline</i> Pelaksanaan Kampanye <i>Silent Airport</i>	III-16
Bagan III.3.2.1 Hubungan antara tujuan, isi pesan, dan hasil kampanye	III-37

