

Persepsi dan preferensi media publik terhadap jasa usaha kebandarudaraan di Tangerang: studi pada PT Angkasa Pura II (Persero) = Perceptions and media preferences of public to the airport services in Tangerang: study at PT Angkasa Pura II (Persero)

Hauri Saras Anjani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446151&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas hasil penelitian berupa survey persepsi dan pola konsumsi media yang dilakukan di PT Angkasa Pura II Persero terhadap publik eksternal, yaitu masyarakat sekitar Bandara Soekarno-Hatta dan penumpang pesawat udara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi stakeholders terhadap perusahaan serta pola konsumsi media untuk membuat strategi komunikasi yang efektif. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah audit komunikasi, efektivitas komunikasi dan persepsi. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap publik memiliki karakteristik, kebutuhan dan harapan terhadap perusahaan yang berbeda. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil survey mengenai karakteristik responden, persepsi serta pola konsumsi media. Sehingga untuk merencanakan program strategi komunikasi public relations yang efektif akan berbeda pengaplikasiannya terhadap beragam stakeholders sesuai dengan tingkat kebutuhan dan kepentingan.

.....This thesis discusses the research result through stakeholder perception survey and media habit conducted at PT Angkasa Pura II Persero to the external public, which are community around the Soekarno Hatta Airport and airplane's passengers. This research aims to determine the perceptions of stakeholders and media habit to create an effective communication strategy plan. The main theories used in this research are communication audit, the effectiveness of communication and perception. This research uses a positivistic paradigm with descriptive quantitative approach through survey method. The results showed that each public has different characteristics, needs and expectations to the company. It can be shown from the survey result on the characteristic of the respondent, perceptions and media habit. To establish public relations strategy communication program will develop its application to a variety of different stakeholders in accordance to their needs and interests.