

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
INTISARI.....	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penulisan	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Tinjauan Pustaka	7
1.7. Landasan Teori	9
1.7.1 Fungsi <i>Corporate Communication</i>	9
1.7.2. Fungsi Internal dan Eksternal <i>corporate communication</i>	12
1.7.3. Kendala <i>Corporate Communication</i>	14
1.7.4. Strategi Komunikasi	14
1.7.5. Citra.....	17
1.8. Metode Penelitian.....	19
1.8.1. Jenis Penelitian.....	19
1.8.2. Waktu & Tempat	20
1.8.3. Alat Penelitian	20
1.8.4. Metode Pengumpulan Data	20
1.8.5. Jenis Data	22
1.8.6. Teknik Analisis Data	23

BAB II GAMBARAN UMUM.....	24
2.1. Lokasi Penelitian	24
2.1.1 Kantor Pusat PT Angkasa Pura II (Persero)	24
2.2. Profil PT. Angkasa Pura II (Persero)	25
2.2.1 Sejarah Angkasa Pura II (Persero).....	25
2.2.2. Filosofi <i>Brand Driver</i> PT Angkasa Pura II (Persero).....	27
2.2.3. Makna Logo PT Angkasa Pura II	28
2.2.4. Struktur Organisasi	30
2.2.5. Visi, Misi dan Tata Nilai PT Angkasa Pura II (Persero)	31
2.3. Profil Bandara Soekarno Hatta	33
2.3.1. Sejarah Bandara Soekarno Hatta.....	33
2.3.2. Penghargaan Bandara Soekarno Hatta	35
2.3.4 Logo Bandara Soekarno Hatta	37
2.3.5 Fasilitas Penunjang Bandara Soekarno Hatta	37
BAB III PEMBAHASAN	40
3.1 Fungsi Divisi <i>Corporate Communication</i> PT Angkasa Pura II (Persero) dalam Pembentukan Citra	40
3.2. Kendala Divisi Corporate Communication dalam Pembentukan Citra Bandara Soekarno Hatta.....	46
3.3. Strategi Komunikasi dari <i>Corporate Communication</i> PT. Angkasa Pura II (Persero) untuk Bandara Soekarno Hatta.....	48
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	71
4.1. Kesimpulan.....	71
4.2. Saran	73
LAMPIRAN	78