

ABSTRAK

Naila Istiqomah, B06211023, 2015. Program *Juanda Corner* Sebagai Strategi *Public Relations* PT. Angkasa Pura I (Persero). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Program *Juanda Corner*, Strategi *Public Relations*,

Ada satu persoalan yang hendak dikaji dalam dua rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana Bentuk Strategi *Public Relations Officer* dalam Program *Juanda Corner* (2) Bagaimana Langkah *Public Relation Officer* Dalam Mengevaluasi Program *Juanda Corner* Melalui Tanggapan Pengguna Jasa Bandara Juanda.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai program *Juanda Corner* sebagai strategi *Public Relations* Humas PT. Angkasa Pura I (Persero), kemudian data tersebut dianalisis dengan teori Penyusunan tindakan dan Teori Behaviorisme Sosial.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Perencanaan, Publikasi Dan Evaluasi Sebagai Kunci Penting Strategi *Public Relations Officer* Dalam Pelaksanaan Program *Juanda Corner*. (2) Langkah Evaluatif melalui tanggapan pengguna jasa sebagai cara *Public Relation Officer* menyempurnakan Program *Juanda Corner*.

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peningkatan kualitas Program *Juanda Corner* sebagai Strategi *Public Relations* Humas PT. Angkasa Pura I (Persero) adalah (1) untuk Bandara Juanda, melakukan program pemberdayaan yang lebih intens, memperluas jaringan stakeholders yang dapat berkontribusi dalam program *Juanda Corner*. (2) untuk masyarakat luas dan komunitas seni, meningkatkan kualitas seni dan budaya indonesia dengan mengikuti inovasi-inovasi yang telah diberikan oleh Humas Bandara Juanda.