



**“EFEKTIFITAS KOMUNIKASI UNTUK MENARIK MINAT
KONSUMEN MENGUNJUGI KFC GRAND INDONESIA
JAKARTA PUSAT”**

SKRIPSI

**Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations Fakultas
Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

DINI ANDREINA

44208010014

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2012



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Strata 1(S1)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Efektifitas Komunikasi Untuk Menarik Minat Konsumen
Mengunjungi KFC Grand Indonesia Jakarta Pusat

Nama : Dini Andreina

N I M : 44208010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Juli 2012

Disetujui Dan Diterima Oleh :

Pembimbing :

(Juwono Tri Atmodjo.,S. Sos., M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Strata 1(S1)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Efektifitas Komunikasi Untuk Menarik Minat Konsumen
Mengunjungi KFC Grand Indonesia

Nama : Dini Andreina

N I M : 44208010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Juli 2012

1. Ketua Sidang

Drs. A. Rachman, MM., M.Si


(.....)

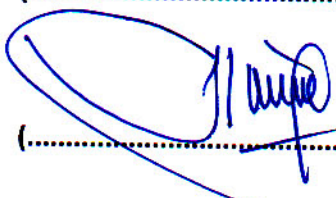
2. Penguji Ahli

Irmulan Sati Tomohardjo, SH. M.Si


(.....)

3. Pembimbing

Juwono Tri Atmodjo., S. Sos., M.Si


(.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Strata 1(S1)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Efektifitas Komunikasi Untuk Menarik Minat Konsumen
Mengunjungi KFC Grand Indonesia

Nama : Dini Andreina

N I M : 44208010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Juli 2012

Disetujui Dan Diterima Oleh :

Pembimbing :

(Juwono Tri Atmodjo.,S. Sos., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Juwono Tri Atmodjo,S. Sos, M.Si)

Kata pengantar

Alhamdulillahirobbil'alamin puji dan syukur kepada Allah SWT. Serta Nabi Muhammad Saw yang telah membimbing penulis pada tahap akhir semester 7. Penulis menyusun skripsi ini dengan judul “EFEKTIFITAS KOMUNIKASI UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN MENGUNJUGI KFC GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT”. Untuk diajukan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana S1 , Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Public Relation. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Namun penulis tetap berusaha untuk memperbaiki dengan belajar lagi, agar memiliki syarat sebagai karya Ilmiah mahasiswa.

Penulis juga menyadari dalam penyusunan dan penulisan ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang memiliki peran penting. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis. Penulis mengucapkan terima kasih Kepada.

1. Bpk. Juwono Tri Atmodjo.,S. Sos., M.Si selaku Pembimbing, Kaprodi Public Relation, sekaligus motivator bagi Penulis dalam memberikan saran yang membangun, hingga Skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bpk A. Rahman H.I., M,Si selaku ketua sidang yang banyak memberikan masukan dan saran yang berharga untuk Penulis.
3. Ibu Irmulan Sati, SH., M.Si selaku penguji ahli sidang penulis, Terima kasih atas kritik dan saran yang sangat membangun untuk Penulis.
4. Keluarga tercinta yaitu, Bpk. Legiono dan Ibu Rosita, si Bontot Anggi. Terima kasih untuk doa dan dukungannya. Kalian adalah orang terpenting dan motivator terbaik untuk penulis.
5. Kawan terdekat Penulis, dan seluruh PR angkatan 2008
6. Kepada para Staff PT. Fast Food Indonesia, Bpk. Maman Sudarisman sebagai PR, Dan para staff dan Karyawan PT. Fast Food Indonesia, Tbk.

7. Manager KFC Grand Indonesia Bpk. Mulyadi, dan Staff – staff KFC Grand Indonesia Jakarta Pusat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah di izinkan untuk meneliti disana dan member data maupun informasi yang valid untuk kelancaran riset ini.
8. Untuk semua Dosen Public Relations yang telah memberikan ilmu yang dapat, penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini. Dan memacu semangat penulis. Dan semua Staff TU Fikom, terutama Mas Mawi yang berjasa menolong setiap prosedur Universitas untuk kelengkapan skripsi Penulis.
9. Dan kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini dan untuk kesekian kalinya penulis memohon maaf kepada semua pihak yang terlibat atas kesalahan dari penulis, baik disengaja maupun tidak.

Demikianlah, dan mudah – mudahan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam belajar tentang ke PR-an, dan dapat berguna untuk kebutuhan mata kuliah dalam bidang PR. Akhir kata Penulis mengucapkan terima kasih, wassalamualaikum, Wr. Wb

Jakarta, 24 Juli 2012

Penulis

Dini Andreina

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi	10
2.2. Public Relations	12
2.2.1. Pengertian PR.....	12
2.2.2. Peran Fungsi PR.....	13
2.2.3. Khalayak PR	15
2.3. Marketing PR	16
2.4. Efektifitas Komunikasi.	20
2.4.1. Komunikasi Verbal	23
2.4.2. Komunikasi Non Verbal	25
2.5. Konsumen.....	28
2.5.1. Pengertian Konsumen	28
2.5.2. Variabel – Variabel dalam perilaku Konsumen	29
2.5.3. Tipe – Tipe Konsumen	30

2.6. Minat Konsumen.....	31
--------------------------	----

BAB III METODOLOGI

3.1. Tipe Penelitian	33
3.2. Metode Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.3.1. Populasi	34
3.3.2. Sampel	34
3.4. Teknik Penarikan Sampel	35
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	36
3.5.1. Definisi Konsep	36
3.5.2. Operasionalisasi Konsep	39
3.6. Teknik Pengumpulan Data	42
3.6.1. Data Primer	42
3.6.2. Data Sekunder	43
3.7. Teknik Analisis	43
3.7.1. Tehnik Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	46
4.2. Sejarah Perusahaan	46
4.3. Visi Dan Misi Perusahaan	49
4.3.1. Visi Perusahaan	49
4.3.2. Misi Perusahaan	49
4.4. Public Relations PT. Fast Food Indonesia, Tbk	50
4.5. Struktur Organisasi PT. Fast Food Indonesia, Tbk	51
4.6. Analisa Data Penelitian	52
4.6.1. Demografi Identitas Responden	52
4.6.2.Efektifitas Komunikasi Untuk Menarik Minat Konsumen Mengunjungi KFC Grand Indonesia	58
4.6.3. Dimensi – Dimensi Keefektifitasan Komunikasi KFC GI.....	87

a. Source	87
b. Message	89
c. Channel	91
d. Audience	93
4.7. Hasil Rekapitulasi Efektifitas Komunikasi	95
4.8. Pembahasan	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran	105
5.2.1. Saran Akademis	106
5.2.2. Saran Praktis.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

BIODATA DIRI