



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

## **ABSTRAKSI**

**Dini Andreina**  
**44208010014**

### **Efektifitas Komunikasi Untuk Menarik Minat Konsumen Mengunjungi KFC Grand Indonesia Jakarta Pusat**

V Bab + 107 Halaman + 48 Tabel + 27 Referensi + 34 Lampiran + Biodata Diri Penulis

Komunikasi adalah hal yang dilakukan oleh makhluk hidup bahkan menjadi kegiatan utama sebagai makhluk sosial. Pada dasarnya komunikasi adalah proses dimana seseorang dengan lainnya menyampaikan pesan yang. Komunikasi dapat dikatakan sebagai penghubung antara satu individu dengan lainnya. Sama dengan komunikasi yang dilakukan oleh PT. Fast Food Indonesia kepada para konsumen, yang tujuannya menarik lebih banyak konsumen datang ke KFC. KFC mengajak konsumen berpikir bersama sebagai mitra kerja mengenai apa yang ingin dicapai, karena semakin dekatnya perusahaan dan konsumen maka semakin loyal pula konsumen terhadap perusahaan.

Yang digunakan dalam teori teori adalah pengertian komunikasi secara umum, pengertian dan fungsi peran PR, teori efektifitas komunikasi yang dikemukakan oleh Jerry A. Hendrix, pengertian konsumen, tipe – tipe konsumen, dan minat konsumen.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatif, dan metode survey, Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1500 orang, dan sampel yang didapatkan 94 orang. Data primer didapatkan dari kuesioner, data sekunder diperoleh dengan observasi, dan kepustakaan.

Data dihitung berdasarkan keempat dimensi yang ada pada Operasionalisasi konsep, yaitu Source, Message, Channel, dan Audience Participant, Yang sesuai dengan program PR PT. Fast Food Indonesia, dan kesemua penilaiannya bernilai sangat efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan dimensi yang digunakan adalah 5 dimensi, dimana secara keseluruhan menunjukkan bahwa efektifitas komunikasi PT. Fast Food Indonesia sudah sangat efektif, tetapi masih ada responden yang menyatakan ragu – ragu, dan tidak setuju. Pernyataan ini dapat menjadi acuan saran untuk perusahaan untuk lebih meningkatkan pelayanan.