



**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN
PEMAHAMAN PELANGGAN TENTANG PRODUK PT.
MULTIGRAHA REALTINDO (MULTIPLUS) JAKARTA
CABANG TANJUNG DUREN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

Muhammad Taufik
44209120016

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2012**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Taufik
NIM : 44209120016
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi dalam meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus) Jakarta cabang Tanjung Duren

Jakarta, Juli 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos, M.A)

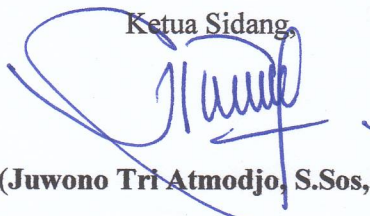


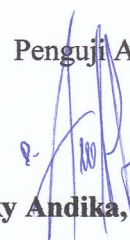
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

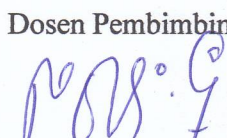
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Muhammad Taufik
NIM : 44209120016
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi dalam meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus) Jakarta cabang Tanjung Duren

Jakarta, 7 Juli 2012

Ketua Sidang,

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

Penguji Ahli,

(Dicky Andika, S.Sos, M.si)

Dosen Pembimbing,

(Novi Erlita, S.Sos, M.A)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Taufik
NIM : 44209120016
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi dalam meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus) Jakarta cabang Tanjung Duren

Jakarta, Juli 2012

Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing

Novi Erlita, S.Sos, M.A

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Diah Wardhani, M.Si.

Ketua Sidang

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, serta segala kemudahan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi outline yang berjudul “Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Pemahaman Pelanggan Produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus) Jakarta Cabang Tanjung Duren”.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Public Relations* di Universitas Mercubuana.

Adapun selama proses tugas dan penyusunan ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan nasihat, dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Novi Erlita, S.Sos, M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat dan arahan kepada peneliti.
2. Bpk Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si selaku Kabid Humas.
3. Perpustakaan Mercubuana, terima kasih atas pinjaman bukunya.
4. Semua teman-teman FIKOM angkatan 2010 Lukas, Ivana, Novrika, Meitha, Risma Wulandari yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi outline masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan laporan dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan yang lainnya.

Jakarta, April 2012

Peneliti

Daftar Isi	
Lembar Persetujuan Skripsi.....	i
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 Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Akademis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Komunikasi.....	9
2.1.1. Proses Komunikasi.....	9
2.2. Definisi <i>Public Relations</i>	13
2.2.1. Fungsi dan Peranan Humas.....	14
2.2.2. Tugas Humas.....	17
2.3. Definisi Strategi.....	18
2.3.1. Definisi Strategi Komunikasi.....	19
2.3.2. Komponen dalam Strategi Komunikasi.....	20
2.4. Definisi Pemahaman.....	24
2.4.1. Definisi Sikap.....	25
2.4.2. Komponen Sikap.....	25
2.5. Definisi Pelanggan.....	26
2.5.1. Jenis Pelanggan	26
2.6. Definisi Produk.....	26
2.6.1. Jenis Produk PT. Multigraya Reatindo (Multiplus)	28
2.8. Aksi dan Sasaran Komunikasi.....	30

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian.....	32
3.2. Metode Penelitian.....	32
3.3. Konsep Penelitian.....	33
3.4. Fokus Penelitian.....	34
3.5. Narasumber.....	34
3.6. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6.1. Data Primer.....	35
3.6.2. Data Sekunder.....	35

3.7	Teknis Analisis Data.....	36
3.8	Keabsahan Data.....	37

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Pembahasan.....	38
4.2	Visi dan Misi	40
4.3	Struktur Organisasi	41
4.4	Produk dan Jasa PT. Multigraha Realtindo(Multiplus).....	45
4.5	Hasil Penelitian.....	48
4.6	Pembahasan.....	52
4.7	Analisa Data.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN