



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Nama : Muhammad Taufik
Judul : Strategi Komunikasi dalam meningkatkan pemahaman pelanggan
tentang difersifikasi produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus)
Jakarta
Bibliografi (1993-2011) : viii + 66 halaman + 11 lampiran

ABSTRAKSI

Komunikasi merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk menjalin dengan pelanggannya serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya komunikasi yang baik akan terbangun dukungan dan kepercayaan terhadap perusahaan. Persaingan bisnis serta meningkatnya persaingan produk dan jasa dipasaran merupakan suatu bukti bahwa hanya produk dan jasa yang aspiratif terhadap kepentingan pelanggan pada akhirnya bisa bertahan.

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi dalam meningkatkan pemahaman pelanggan tentang difersifikasi produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus) Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi dalam meningkatkan pemahaman pelanggan tentang difersifikasi produk PT. Multigraha Realtindo (Multiplus) Jakarta.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Onong Uchana Effendy mengenai rumusan strategi komunikasi. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data primer dengan teknik wawancara mendalam dengan beberapa narasumber utama dan data sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data melalui riset perpustakaan untuk kemudian keabsahan data diuji melalui teknis triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan cukup berhasil dalam memberikan pemahaman kepada pelanggan dan *Store Manager* harus dapat memastikan karyawan harus mengerti semua produk *Knowledge* PT. Multigraha Realtindo (Multiplus).