

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI | i |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 7 |
| 1.3. Identifikasi Masalah | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1 Manfaat Akademis | 8 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| 2.2 Komunikasi | 13 |
| 2.2.1. Pengertian Komunikasi | 13 |
| 2.2.2. Unsur-Unsur Komunikasi | 15 |
| 2.2.3. Model Komunikasi..... | 16 |
| 2.2.4. Proses Komunikasi..... | 16 |
| 2.2.5. Fungsi dan Tujuan Komunikasi | 18 |
| 2.3 Public Relations..... | 22 |
| 2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i> | 22 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2.3.2 | Proses Manajemen <i>Public Relations</i> | 26 |
| 2.3.3 | Perencanaan Program-Program <i>Public Relations</i> | 28 |
| 2.4 | Customer Relations | 30 |
| 2.4.1 | Pengertian <i>Customer Relations</i> | 30 |
| 2.4.2. | Aktifitas <i>Customer Relations</i> | 31 |
| 2.4.3 | Fungsi <i>Customer Relations</i> | 32 |
| 2.4.4 | Hubungan antara <i>Customer Relations</i> dengan <i>Public Relations</i> | 33 |
| 2.5. | Pelanggan (Customer) | 34 |
| 2.5.1 | Pengertian Pelanggan | 34 |
| 2.5.2 | Jenis - Jenis Pelanggan..... | 34 |
| 2.6 | Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)..... | 35 |
| 2.6.1 | Pengertian Kepuasan Pelanggan | 35 |
| 2.6.2. | Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan | 37 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN | 39 |
| 3.1. | Paradigma Penelitian..... | 39 |
| 3.2. | Tipe Penelitian..... | 40 |
| 3.3. | Metode Penelitian..... | 41 |
| 3.4. | Subyek Penelitian | 42 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data..... | 44 |
| 3.5.1. | Data Primer | 45 |
| 3.5.2. | Data Sekunder | 45 |
| 3.6. | Teknik Analisis Data..... | 46 |
| 3.7. | Teknik Keabsahan Data..... | 47 |
| BAB IV | PEMBAHASAN..... | 48 |
| 4.1 | Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 48 |
| 4.1.1 | Sejarah Perusahaan..... | 48 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi | 49 |
| 4.1.3 | Logo dan Makna Logo | 52 |
| 4.1.4 | Struktur Organisasi..... | 52 |
| 4.2 | Hasil Penelitian | 59 |
| 4.2.1 | Mendefinisikan Masalah atau Pengumpulan Data (Fact Finding)... | 61 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.2 Perencanaan Dan Pemrograman | 62 |
| 4.3 Pembahasan..... | 72 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 79 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 79 |
| 5.2 Saran..... | 80 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 80 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| LAMPIRAN..... | 84 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA