

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Terdahulu	10
2.2. Komunikasi	21
2.2.1. Pengertian Komunikasi	21
2.2.2. Fungsi Komunikasi	22
2.2.3. Tujuan Komunikasi	23
2.2.4. Kompetensi Komunikasi	23
2.3. Komunikasi Pemasaran	25
2.3.1. Definisi Komunikasi Pemasaran	25
2.3.2. Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran	28

2.3.3. Tujuan Komunikasi Pemasaran	29
2.4. <i>Public Relations</i>	29
2.4.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	29
2.4.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	30
2.4.3. Peran <i>Public Relations</i>	32
2.4.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	33
2.5. <i>Customer Relations</i>	35
2.5.1. Definisi <i>Customer Relations</i>	35
2.5.2. Tujuan <i>Customer Relations</i>	38
2.5.3. Strategi <i>Customer Relations</i>	38
2.5.4. Klasifikasi <i>Customer Relations</i>	38
2.6. Citra	40
2.6.1. Definisi Citra	40
2.6.2. Jenis-jenis Citra	42
2.7. Kerangka Pemikiran	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	45
3.2. Metode Penelitian	47
3.3. Subyek Penelitian	48
3.4. Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1. Data Primer	49
3.4.2. Data Sekunder	50
3.5. Teknik Analisis Data	51
3.6. Teknik Keabsahan Data	51

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
---	----

4.1.1. Profil PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967	53
4.1.2. Visi Misi Perusahaan	54
4.1.3. Logo Perusahaan	54
4.1.4. Struktur Organisasi	54
4.2. Hasil Penelitian	55
4.2.1. Peran Yang Diberikan <i>Customer Relations</i>	55
4.2.2. Peran <i>Customer Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra	56
4.2.3. Prosedur (SOP) Yang Diterapkan Asuransi Bumiputera Muda 1967	57
4.2.4. Konsep Yang diterapkan Asuransi Bumiputera Muda	57
4.2.5. Macam-macam Keluhan Nasabah	58
4.2.6. Strategi <i>Customer Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra	58
4.2.7. Strategi <i>Customer Relations</i> Dalam Mempertahankan Nasabah	59
4.2.8. Jenis Penanganan Yang Diberikan <i>Customer Relations</i>	59
4.2.9. Strategi <i>Customer Relations</i> Untuk Memenuhi Target Produksi	63
4.2.10. Produk Yang Dimiliki Asuransi Bumiputera Muda	63
4.2.11. Tanggapan Nasabah dan Human Resource Dept Mengenai Layanan <i>Customer Relations</i>	64
4.2.12. Alasan Menggunakan Asuransi Bumiputera Muda	65
4.2.13. Perbedaan Asuransi Bumiputera Muda Dengan Lainnya	65
4.2.14. Pengakuan Sertifikasi dari Instansi Tinggi	66
4.2.15. Citra PT. Asuransi Bumiputera Muda 1967, Cabang Kelapa Gading - Jakarta Utara	66
4.3. Pembahasan	67
4.3.1. Peran Yang Diberikan <i>Customer Relations</i>	67

4.3.2. Peran <i>Customer Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra	69
4.3.3. Prosedur (SOP) Yang Diterapkan Asuransi Bumiputera Muda 1967	69
4.3.4. Konsep Yang diterapkan Asuransi Bumiputera Muda	70
4.3.5. Macam-macam Keluhan Nasabah	71
4.3.6. Strategi <i>Customer Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra	71
4.3.7. Strategi <i>Customer Relations</i> Dalam Mempertahankan Nasabah	71
4.3.8. Jenis Penanganan Yang Diberikan <i>Customer Relations</i>	72
4.3.9. Strategi <i>Customer Relations</i> Untuk Memenuhi Target Produksi	72
4.3.10. Produk Yang Dimiliki Asuransi Bumiputera Muda	73
4.3.11. Tanggapan Nasabah dan Human Resource Dept Mengenai Layanan <i>Customer Relations</i>	74
4.3.12. Alasan Menggunakan Asuransi Bumiputera Muda	75
4.3.13. Perbedaan Asuransi Bumiputera Muda Dengan Lainnya	75
4.3.14. Pengakuan Sertifikasi dari Instansi Tinggi	75
4.3.15. Citra PT. Asuransi Bumiputera Muda 1967, Cabang Kelapa Gading - Jakarta Utara	76

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	78
5.2.1. Saran Akademis	78
5.2.2. Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80