

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Akademis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi	18
2.2.1 Pengertian Komunikasi	18
2.2.2 Fungsi Komunikasi	19
2.2.3 Tujuan Komunikasi.....	20
2.3 Komunikasi Organisasi	22
2.4 Komunikasi Antar Pribadi.....	25
2.5 Komunikasi Persuasif.....	28
2.5.1 Tujuan Komunikasi Persuasif.....	30
2.5.2 Prinsip – Prinsip Komunikasi Persuasif.....	31
2.5.3 Komunikasi Interpersonal	33
2.6 Customer Relations	35

2.7	<i>Public Relations</i>	37
2.8	Pelanggan	40
2.8.1	Keluhan Pelanggan.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Paradigma Penelitian.....	45
3.2	Tipe Penelitian.....	46
3.3	Metode Penelitian.....	47
3.4	Subyek Penelitian	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1	Data Primer	49
3.5.2	Data Sekunder	50
3.6	Teknik Analisis Data	50
3.7	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	52
4.1.2	Logo Perusahaan	53
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.4	Struktur Organisasi	55
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Dinamika Kosami Sejahtera Utama (KSU)	56
4.2.2	Menyampaikan Informasi (<i>to inform</i>).....	57
4.2.3	Mendidik (<i>to educate</i>)	60
4.2.4	Menghibur (<i>to entertain</i>)	63
4.2.5	Mempengaruhi (<i>to influence</i>).....	65
4.3	Pembahasan	71
4.3.1	Menyampaikan informasi (<i>to inform</i>)	72
4.3.2	Mempengaruhi (<i>to influence</i>).....	73
4.3.3	Mendidik (<i>to educate</i>)	75
4.3.4	Menghibur (<i>to entertain</i>).....	76

BAB V	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84
CURRICULUM VITAE	105



UNIVERSITAS
MERCU BUANA