

DAFTAR ISI

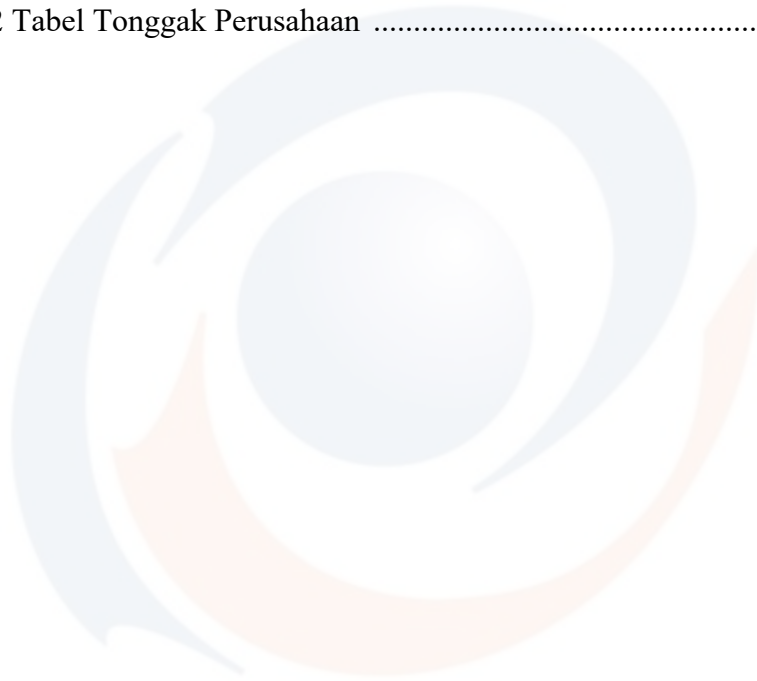
TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Secara Teoretis	4
1.5.2 Secara Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teoretis	5
2.2.2 Teori <i>Two Ways Symmetric Communication</i>	5
2.2 Landasan Konseptual	6
2.2.1 Hubungan Masyarakat (Humas)	6
2.2.1.1 Pengertian Hubungan Masyarakat	6
2.2.1.2 Fungsi Hubungan Masyarakat	7

2.2.1.3 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat	8
2.2.1.4 Tujuan Kegiatan Hubungan Masyarakat	9
2.2.1.5 Tugas Hubungan Masyarakat	10
2.2.1.6 Peran Hubungan Masyarakat	13
2.2.1.7 Media Hubungan Masyarakat	14
2.2.2 <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.2.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.2.2.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	16
2.2.3 Strategi Komunikasi	17
2.2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi	17
2.2.3.2 Fungsi Strategi Komunikasi	18
2.2.3.3 Faktor dalam Strategi Komunikasi	19
2.2.3.4 Langkah Langkah Strategi Komunikasi	20
2.2.4 <i>Customer Service</i>	23
2.2.4.1 Pengertian <i>Customer Service</i>	23
2.2.4.2 Fungsi <i>Customer Service</i>	24
2.2.4.3 Tugas <i>Customer Service</i>	25
2.2.5 Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	23
2.2.5.1 Pengertian Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	23
2.2.5.2 Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	26
2.2.5.3 Ciri Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	27
2.2.5.4 Faktor Hambatan Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	29
2.3 Kerangka Pemikiran Peneliti	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Unit Analisis.....	34
3.3 Sumber Data	35
3.3.1 <i>Key Informant</i>	35
3.3.2 <i>Informant Tambahan</i>	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Uji Keabsahan Data	37

3.6 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	39
4.1 Sejarah Perusahaan	39
4.1.1 Profil Perusahaan	39
4.1.2 Visi, Misi dan Budaya Perusahaan.....	40
4.1.3 Makna Logo Perusahaan	41
4.1.4 Produk dan Jasa.....	41
4.1.5 Struktur Perusahaan	46
4.1.6 Wilayah Operasional dan Perkembangan Jaringan Usaha	48
4.1.7 Tonggak Perusahaan	48
4.1.8 <i>Job Description Customer Service</i>	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Strategi Komunikasi	51
4.2.2 Kendala Komunikasi	56
4.2.3 Respon Nasabah Terhadap Pelayanan	57
BAB V PEMBAHASAN	59
5.1 Strategi Komunikasi	59
5.1.1 Menentukan Sasaran Komunikasi	60
5.1.2 Pengkajian Pesan Komunikasi	61
5.1.3 Metode Komunikasi	62
5.1.4 Media Komunikasi	63
5.2 Kendala Komunikasi	64
5.3 Peran <i>customer service</i>	66
BAB VI PENUTUP	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tipe Dasar Desain Studi Kasus	38
Tabel 4.1 Tabel Detail Wilayan Operasional dan Perkembangan Jaringan Usaha	41
Tabel 4.2 Tabel Tonggak Perusahaan	42



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	39
Bagan 4.2 Sktruktur Group	40
Bagan 4.3 Struktur Kantor Bank Mega Syariah KCP Kebon Jeruk	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Bank Mega Syariah	34
Gambar 4.2 Contoh <i>script handling greeting</i> pembukaan rekening tabungan utama ib.....	46
Gambar 4.3 Contoh 2 <i>script handling greeting</i> pembukaan rekening tabungan utama ib.....	47
Gambar 4.4 Contoh 3 <i>script handling greeting</i> pembukaan rekening tabungan utama ib.....	48
Gambar 4.5 Contoh 4 <i>script handling greeting</i> pembukaan rekening tabungan utama ib.....	49