

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktik	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.1.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Organisasi	10
2.2.1 Jaringan Organisasi	10
2.2.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi.....	14
2.3 Motivasi Kerja	19
2.4 Strategi Komunikasi	27
2.5 Karyawan	32
2.6 Definisi Konseptual	33
2.7 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	38
3.3 Key Informan dan Informan	38
3.3.1 Key Informan	38
3.3.2 Informan	38

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Keabsahan Data.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
DAFTAR PUSTAKA	44

Tabel

Tabel 1.2

NO	JENIS KELUHAN	JUMLAH			KETERANGAN
		2017	2018	2019	
1	Toilet kotor	152	176	133	
2	Kebocoran AC	16	15	11	
3	AC unit tidak dingin	13	9	17	
4	Munculnya hama (kecoa)	2	5	3	
5	Penerbitan sertifikat strata title	13	18	21	
6	Lain - lain	10	21	45	
Jumlah		206	244	230	

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Iis ariska, 2018.	STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA SURABAYA DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN	Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan PDAM Kota Surabaya untuk pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan adalah melalui SPEKTRA atau pencatatan menggunakan teknologi yang modern, menyediakan pengaduan pelanggan berbasis online, empati, self presentation serta pendekatan diri melalui interaksi dan mendengarkan pelanggan.

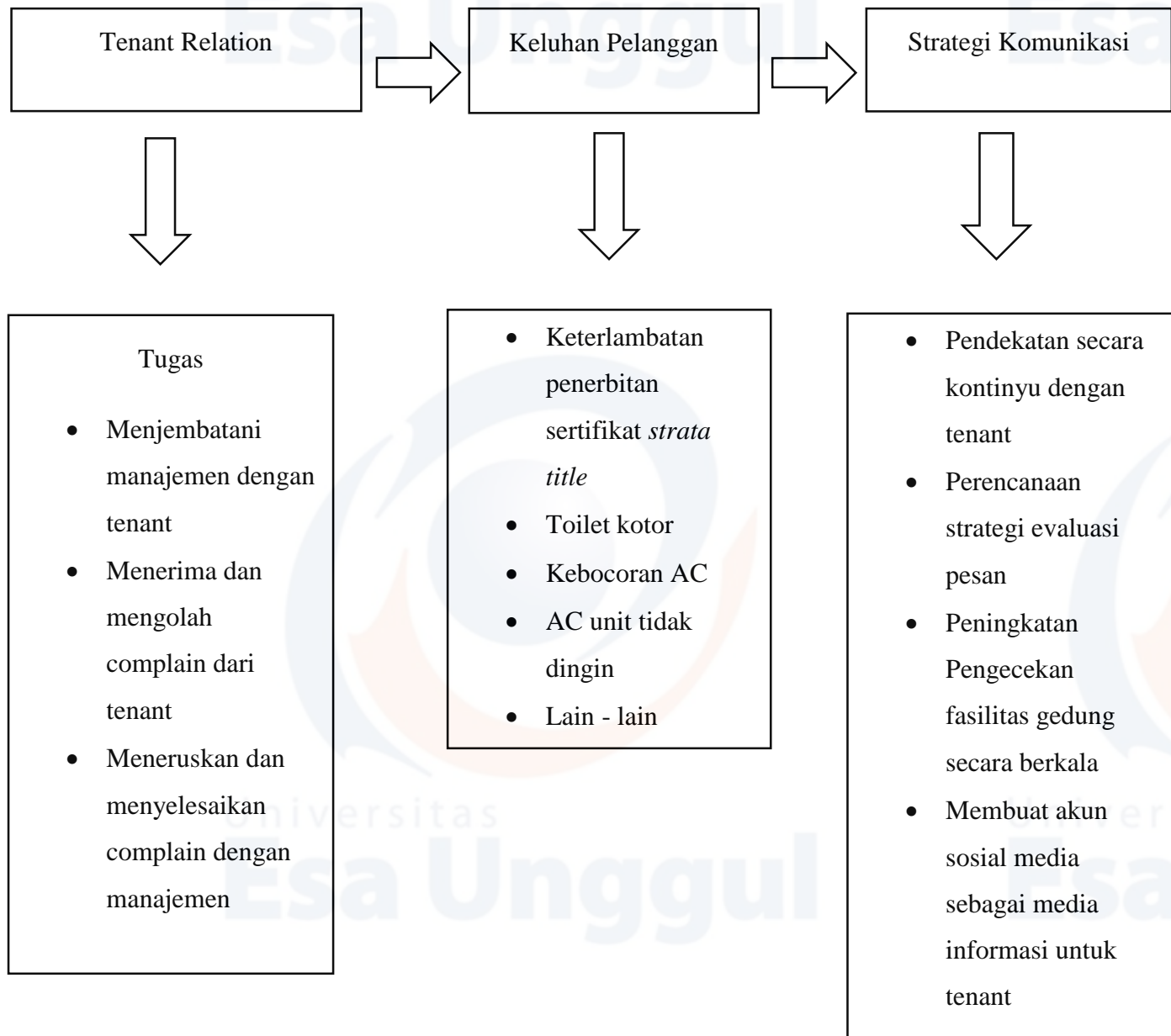
perbedaan : pada skripsi ini tidak jauh berbeda dengan skripsi penulis hanya saja pada skripsi ini menggunakan paradigma Konstruktivisme dan berkomitmen untuk melayani pelanggan dengan berbasis online.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Sri Rahayu Dianahsari, 2016	STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DAN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME DI PT TELKOM DIVISI REGIONAL IV JATENG- DIY	Strategi komunikasi penanganan keluhan yang dilakukan oleh Humas PT. Telkom Divisi Regional IV Jateng-DIY adalah dengan penemuan Fakta (<i>fact finding</i>), Perencanaan (<i>planning</i>), aksi dan Komunikasi (<i>action and communication</i>) dan Evaluasi (<i>evaluation</i>).
perbedaan : pada bab 2 skripsi ini lebih berfokus terhadap <i>record</i> kasus PT TELKOM sedangkan skripsi penulis mengutip teori yang relevan terkait dengan kasus keluhan pelanggan.		

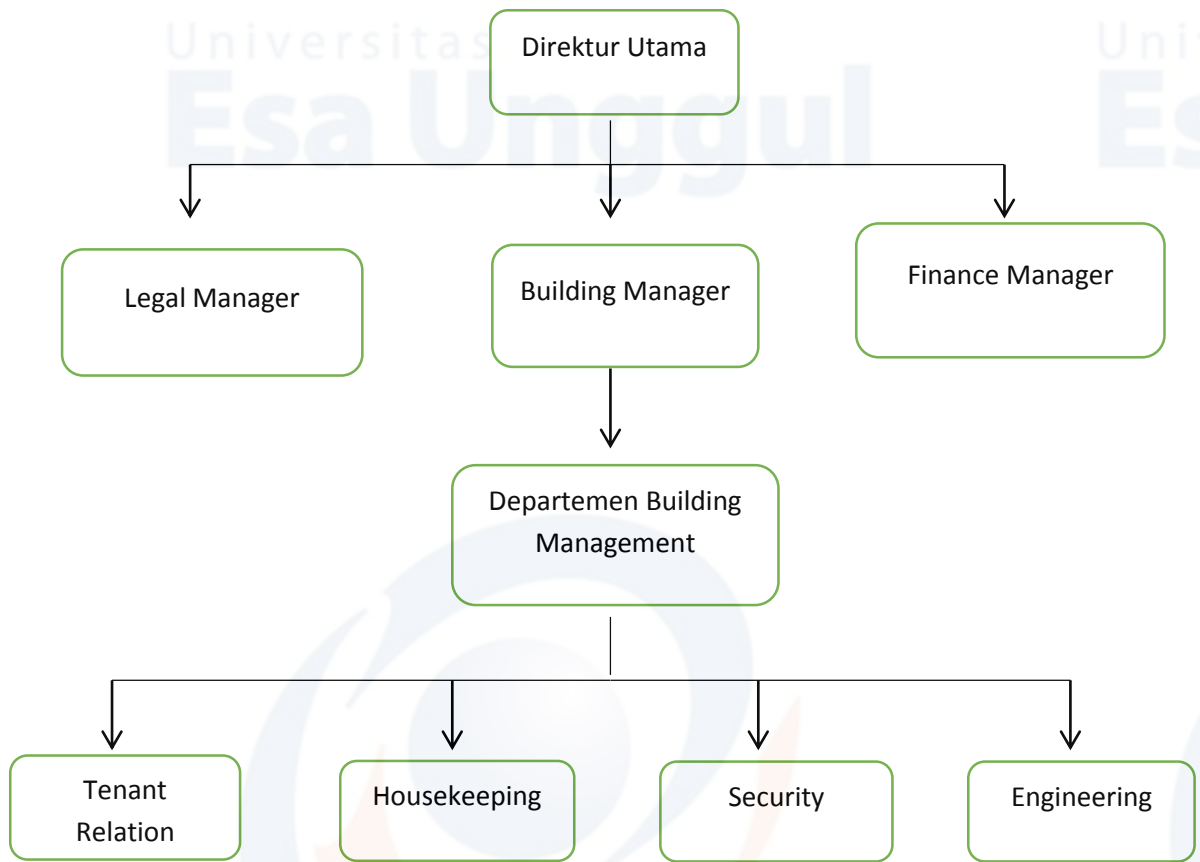
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Shabrina Ayulia Rusyan, 2013	STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN DI PT. NASMOCO BAHTERA MOTOR	perusahaan dapat melakukan handling customer complaint secara sistematis dan mengkoordinasikan setiap penanganan pada bagian yang terkait. Strategi komunikasi continuous improvement follow up memiliki ketujuh nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam melakukan strategi ini yaitu challenge, kaizen, genchi genbutsu, respect, teamwork, excellent service, dicipline and integration.
perbedaan : penelitian yang dilakukan oleh Shabrina Ayulia Rusyan membahas mengenai keluhan pelanggan dalam transaksi pembelian sedangkan penulis membahas mengenai keluhan pelanggan perihal keterlambatan penerbitan sertifikat <i>strata title</i> .		

2.8 Kerangka Pemikiran

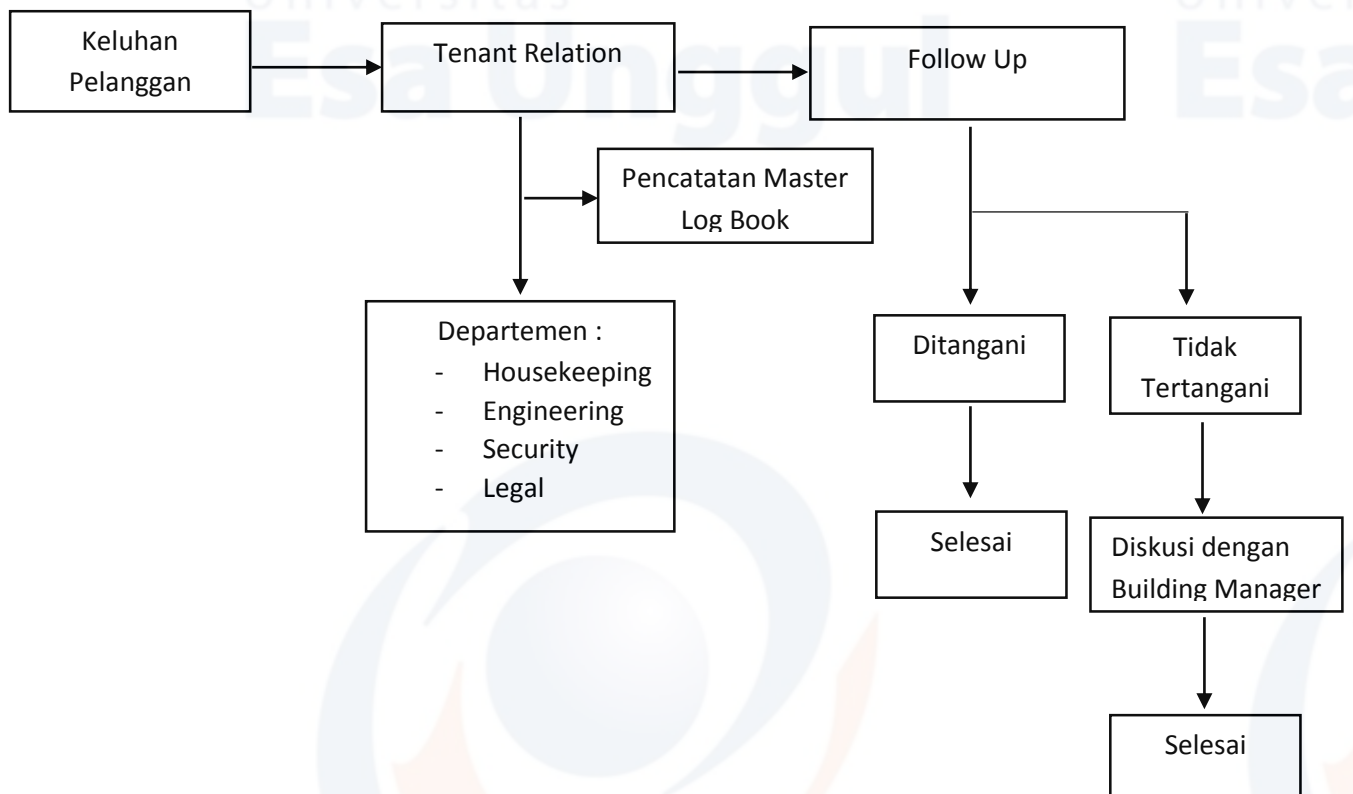
Tabel 2.2



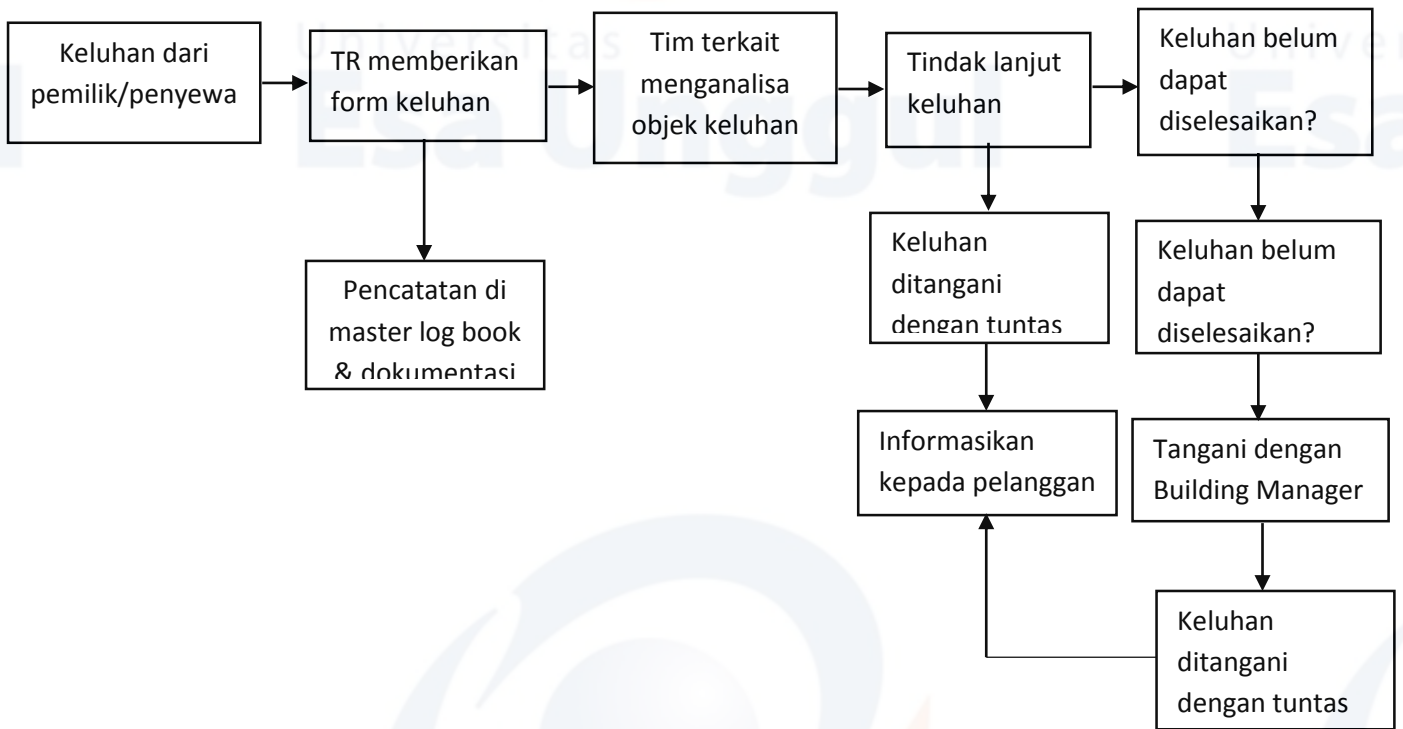
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Srihapan Mega Persada



Gambar 4.2.1 Regulasi Penanganan Keluhan PT Srihapan Mega Persada



Gambar 4.2.2 Langkah Kerja Penyelesaian Keluhan



4.1.3 Logo Srihapan Mega Persada



5.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 5.1

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	TAHUN	KETERANGAN
1	Okky Zuwifri Tarigan	Strategi Komunikasi Customer Care Officer Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di PT Honda Arista Ringroad Medan	2018	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif Kualitatif</p> <p>Teknik Pengumpulan Data : Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi</p> <p>Hasil : Strategi komunikasi yang digunakan dalam menangani keluhan pelanggan dimulai dengan mengenal dan memahami karakter pelanggan yang menyampaikan keluhan, lalu menyusun pesan yang akan disampaikan terkait dengan masalah ataupun keluhan pelanggan</p>