



**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM  
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PADA  
PELANGGAN DI MEIKARTA**

**SKRIPSI**

(Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana  
dalam bidang Ilmu Komunikasi)

OLEH :  
KESTI SUCI LUMENTA (41182037170083)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN  
BAHASA UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI**

**TAHUN 2024 M / 1445 H**

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam penulisan seminar proposal ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituli sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian adanya plagiat skripsi ini.

Bekasi. 09 Juli 2024



Kesti Suci Lumenta 41182037170083

## ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa  
2024

Kesti Suci Lumenta (41182037170083)

“Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Pelanggan Di Meikarta”

Dibawah ini bimbingan ibu Winda Primasari, S.Hum, M.Si

Apartemen Meikarta merupakan salah satu Apartemen di Cikarang selatan. Hal ini melatarbelakangi penulis untuk meneliti sebesar apa strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan di Meikarta dengan memberikan informasi menggunakan pelayanan . Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Dengan penelitian ini hasilnya menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi kepercayaan pelanggan dengan memberikan informasi yang dimana setiap penghuni merasakan puas dan nyaman dalam menyelenggarakan acara kegiatan – kegiatan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini Humas Apartement Meikarta menggunakan teori Kriyantono yang menerapkan Model Press Agency/Publisitas, Model Public Information, Model Two-Way Asymmetric, dan Model Two-Way Symmetric.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi, Humas, Pelanggan

## **ABSTRACT**

Islamic University 45 Bekasi  
Communication Science Study Program  
Faculty of Communication, Literature and Discuss  
2024

Kesti Suci Lumenta (41182037170083)

"Public Relations Communication Strategy in Increasing Customer Trust in Meikarta"

Below is the guidance of Mrs. Winda Primasari, S.Hum, M.Si

The Meikarta Apartment is one of the apartments in South Cikarang. This is the background for the author to research the extent of PR communication strategies in increasing customer trust in Meikarta by providing information using services. The method used is a qualitative method. With this research, the results show that to influence customer trust by providing information so that each resident feels satisfied and comfortable in holding activities. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and documentation. The results of this research are Meikarta Apartment Public Relations using Kriyantono's theory which applies the Press Agency/Publicity Model, Public Information Model, Two-Way Asymmetric Model, and Two-Way Symmetric Model.

**Keywords :** Communication Strategy, Public Relations, Customers

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Pelanggan Di Meikarta.”

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 12 Juli 2024

Waktu : 17.00

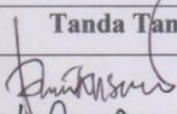
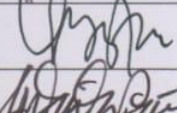

### Oleh

Nama : Kesti Suci Lumenta

NPM : 41182037170083

Program Studi : Ilmu Komunikasi

### Dewan Penguji

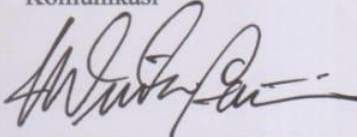
Jabatan	Nama Penguji	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Yudha Asmara D.A, M.I.Kom.	
Penguji 1	Tin Hartini, S.Ag. M.Si	
Penguji 2	Winda Primasari, M.Si	

Bekasi, 29 Juli 2024

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Komunikasi,  
Sastra dan Bahasa.

  
**Dr. Nurvadi, M.Hum**  
NRP. 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
**Winda Primasari, M.Si**  
NRP. 45.1.01.02.2016.016

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Pelanggan Di Meikarta  
Diajukan Oleh : Kesti Suci Lumenta  
NPM : 41182037170083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relation  
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang praktik profesi sebagai bagian persyaratan diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa.

Bekasi, 05 Juli 2024

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Winda Primasari, M.Hum., M.Si**

**NRP: 45.1.01.02.2012.2016**

**Menyetujui**

**Dosen Pembimbing**



**Winda Primasari, M.Hum., M.Si**

**NRP: 45.1.01.02.2012.2016**

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berupa kesehatan, dan kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan laporan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Pelanggan Di Meikarta”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak akan dapat menyelesaikan dengan tepat waktu apabila tanpa arahan dan bimbingan dari pihak- pihak tertentu dan penyusunan laporan skripsi ini penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada

Kepada Allah SWT yang memberikan kesehatan dan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.

1. Bapak Dr. Nuryadi S.Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa di Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Winda Primasari, M.S.hum, M,Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Winda Primasari, M.S.hum, M,Si, Menjadi Dosen Pembimbing penulis yang selalu memberikan dukungan, masukan yang baik kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Keluarga yang selalu memberikan doa, dan dukungannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan baik.Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis hingga akhirnya dapat terselesaikan laporan skripsi ini dengan baik.
5. Kepada calon suami Agum Mahrur Robby yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS.....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>4</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>5</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>6</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>8</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1. STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI PERGURUAN TINGGI (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS NURUL JADID, PAITON, PROBOLINGGO.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.2. STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRAHOTEL HORISON BEKASI.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.3. STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. NUTRIFOOD INDONESIA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4. STARTEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN REPUTASI UNIVERSITAS MUHAMADIYAH MALANG.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.5. STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAHAN DI KOTA MALANG.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.6. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Komunikasi.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1. Pengertian Komunikasi .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.2. Unsur – unsur Komunikasi.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.3. Prinsip-prinsip Komunikasi .....</b>	<b>16</b>



2.2.4.	Strategi dalam Komunikasi .....	16
2.2.5	Komunikasi Interpersonal .....	19
2.2.6	Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal.....	20
2.2.7	Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal .....	21
2.3	Strategi Komunikasi .....	22
2.3.1.	Pengertian Strategi Komunikasi.....	22
2.4	Humas Dan Kepercayaan.....	24
2.4.1	Pengertian Humas.....	24
2.4.2	Fungsi Humas.....	26
2.4.3	Tujuan Humas .....	27
2.4.4	Peran Humas .....	27
2.4.5	Strategi Humas.....	28
2.4.6	Teori Humas .....	29
2.4.7	Kepercayaan Pelanggan .....	30
2.4.8	Manfaat Kepercayaan .....	31
2.5	Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III.....</b>		<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
3.2.1	Key Informan .....	33
Key Informan I .....		34
Key Informan II.....		34
3.2.2	Informan .....	34
Informan I .....		35
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.4	Definisi Konseptual .....	37
3.3	Teknis Analisi Data .....	38
3.4	Keabsahan Data .....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	32
-------------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Perbedaan dan Persamaan .....	12
---	----

