

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, kelancaran dan kemudahan sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Komunikasi Antar Pribadi *Medical Representative* dengan *Customer*”

Dalam penulisan skripsi ini, pada mulanya penulis merasakan kesulitan, namun berkat peran serta dukungan, bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Dengan tulus hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., ph.D selaku Rektor Universitas Telkom periode 2013-2017
2. Bapak Ir. Husni Amani, M.M., M.Sc. selaku Dekan Telkom Economic and Business School
3. Ibu Siska Noviaris Tanti S.Si., MT. selaku Ketua Program Studi Sekolah Komunikasi Multimedia, Telkom Economic and Business School Universitas Telkom.

4. Bapak Hadi Purnama M., Drs. M.Si. selaku pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kemudahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sujudku untuk Ibunda Tercinta Moulida Dewi, terima kasih banyak atas doa, semangat, waktu ,keringat dan rasa cintamu yang kuat yang telah membimbingku hingga aku dapat melangkahakan kaki sejauh ini, demi menggapai cita-citaku.
6. Kepada Ayahanda Ir. Hermanto B. Soemodipuro, terima kasih atas kerja keras, canda tawa dan semangat yang ayah berikan, yang membuat ananda selalu bangkit dari keterpurukan yang kerap ananda alami dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teruntuk adik-adikku tersayang, Thia Chairunnisa Poetri dan Mia Isrannia Poetri yang selalu membagi keceriaan dan dukungannya agar lekas menyelesaikan kuliah.
8. Bapak Otong Hidayat terima kasih atas informasi mengenai *Medical Representative* di PT. Novartis Indonesia serta waktu dan tenaganya dalam memberikan dukungan dalam bentuk bantuan kemudahan memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan.
9. Untuk Ny. Susi Mastura yang telah banyak memberikan dukungan serta selalu memberikan masukan dan saran yang sangat berguna.
10. Untuk Hasya yang banyak membantu memberikan semangat serta dukungan, yang berguna dalam pengumpulan data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
11. Sahabat-sahabatku Ginda Ginanti, Peteri Mardiani, Vicky Zarzino, Sendy Nurulita, Radhitya Rizaldi, Rizka Tania, Rahmat

Rabbani dan teman-teman yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, kalian adalah teman seperjuanganku, pemanis masa mudaku, terima kasih atas semua kebahagiaan dan kesusahan yang selalu terbagi bersama, selalu mau mendengarkan keluh kesahku, dan semoga persahabatan kita tidak akan pernah berakhir.

12. Rekan-rekan seperjuangan *Marketing Communication* 2008 yang selalu berada dalam setiap hari-hariku.

Akhir kata, semoga Allah SWT melimpahkan balasan pahala kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan mendukung penulis. Terlepas dari kekurangan yang ada, semoga skripsi ini bermanfaat bagi perusahaan, penelitian selanjutnya dan perkembangan Ilmu komunikasi. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bandung, 8 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

KATA PENGANTAR

HALAMAN ABSTRAK

Daftar Isi i

Daftar Gambar v

Daftar Tabel..... vii

Daftar Lampiranviii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 3

1.3 Tujuan Penelitian..... 4

1.4 Manfaat Penelitian
..... 4

1.5 Tahapan Penelitian
..... 5

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian....
..... 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teori	23
2.2.1 Teori Komunikasi	23
2.2.1.1 Definisi Komunikasi.....	24
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	25
2.2.1.3 Proses Komunikasi.....	27
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	30
2.2.3 <i>Personal selling</i>	39
2.2.4 Komunikasi Antar Pribadi.....	48
2.2.5 Komunikasi verbal dan Non Verbal	50
2.3 Kerangka Pemikiran.....	63

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	65
3.2 Metode Penelitian..	68
3.3 Objek Penelitian	70
3.3.1 Profil Perusahaan	70
3.3.2 Visi Perusahaan	71
3.3.3 Logo Perusahaan	72

3.3.4 Manajemen Perusahaan	72
3.3.5 Struktur Organisasi	73
3.4 Definisi Konsep.....	74
3.5 Unit Analisis	75
3.6 Pengumpulan Data	75
3.7 Teknik Keabsahan Data	78
3.8 Teknik Analisis Data	83

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan	84
4.2 Hasil Penelitian	96
4.2.1 Reduksi Tahap I (<i>Horizonation</i>).....	96
4.2.1.1 Konstruksi Makna dalam Kom. Antar pribadi	96
4.2.1.2 Proses Komunikasi Antar Pribadi	109
4.2.2 Reduksi Tahap I (<i>cluster of meaning</i>)	130
4.2.2.1 Pengelompokan data kedalam unit-unit bermakna...	131
4.2.2.2 Pengelompokan Data dan Analisa mengenai Konstruksi Makna Kom. Verbal	132
4.2.2.3 Menentukan Jenis Pelatihan	157
4.3 Pengalaman KAP	159

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Komunikasi Lengkap	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	65
Gambar 3.1 Logo Perusahaan PT. Novartis Indonesia	72
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Novartis Indonesia <i>Divisi Sales General Medicine</i>	74
Gambar 3.3 Teknik Pengumpulan Data	76
Gambar 4.1 Foto Informan Pertama Antonius S Winarno	87
Gambar 4.2 Foto Informan Kedua Otong Hidayat	89
Gambar 4.3 Foto Informan Ketiga Hadi Risnangar	91
Gambar 4.4 Foto Informan Kedua Edi Nurwanto	93
Gambar 4.5 Gambar Model Konstruksi Komunikasi Antar Pribadi <i>Medical Representative</i> dengan <i>Customer</i>	181

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (<i>Recent Research</i>)	10
Tabel 2.2 Karakteristik Sikap Terbuka dan Tertutup.....	71
Tabel 4.1 Data Diri Informan Penelitian	84
Tabel 4.2 Proses Wawancara dan Observasi.....	95
Tabel 4.3 Pernyataan Penting Informan mengenai Konstruksi Makna Kom. Verbal	149
Tabel 4.4 Konstruksi Makna kom. Verbal	151
Tabel 4.5 Kesamaan Makna dari Kom. Verbal	152
Tabel 4.6 Pernyataan Penting Informan Mengenai Konstruksi Makna Kom. Non Verbal	153
Tabel 4.7 Kesamaan Makna Komunikasi Non Verbal	155
Tabel 4.8 Pernyataan Penting Informan Mengenai KAP	156
Tabel 4.9 Penilaian Informan mengenai Pengalaman KAP	157
Tabel 4.10 Kesamaan Penilaian terhadap Pengalaman Informan.....	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara

Lampiran 2 Naskah Pengantar Wawancara (*Indepth Interview Guide*)

Lampiran 3 Penilaian Informan (Penampilan, Gesture, Gaya Bicara)

Lampiran 4 Kumpulan Foto – Foto seminar, wawancara, serta observasi lapangan