



**Strategi *Marketing Public Relations* BX Rink dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dan Citra Perusahaan**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNGKI TAZKIA
44222110082**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2026**



**Strategi *Marketing Public Relations* BX Rink dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dan Citra Perusahaan**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNGKI TAZKIA

44222110082

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ungki Tazkia
NIM : 44222110082
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Strategi *Marketing Public Relations* Bx Rink dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dan Citra Perusahaan.”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 Agustus 2026



Ungki Tazkia

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ungki Tazkia
NIM : 44222110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul "Strategi Marketing Public Relations BX Rink dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan dan Citra Perusahaan", telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 12 September 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 15%

Jakarta, 12 September 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, M.I.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ungki Tazkia
NIM : 44222110082
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Marketing Public Relations BX Rink dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dan Citra Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 5 September 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

Disahkan oleh:
Pembimbing



Dr Dian Agustine Nuriman. M.IKom, IAPR

NIDN/NUPTK: 0323088105

Jakarta, 09 September 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Ardiansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana yang telah *memberikan* kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah *memberikan* arahan dan dukungan selama peneliti menjalani proses pendidikan.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah *memberikan* arahan dan dukungan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
4. Dr. Dian Agustine Nuriman, M.IKom., IAPR selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, serta *memberikan* masukan kepada peneliti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Dewan Penguji yang telah *memberikan* kritik, saran, dan masukan yang berharga bagi peneliti dalam memperbaiki dan menyempurnakan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh *key informan* dan informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu, *memberikan* informasi, serta membantu peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah *memberikan* ilmu, pengalaman, bimbingan, serta membantu peneliti selama menjalani proses perkuliahan

hingga penyelesaian Tugas Akhir.

8. Dengan penuh rasa cinta, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Mamah Saya Tercinta, kakak tercinta Atikah Puspita Sari, dan keponakan tersayang Alisha Nazwa Kirani yang selalu *memberikan* doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan kepada peneliti. Terima kasih telah menjadi tempat peneliti kembali ketika merasa lelah dan menjadi alasan untuk terus berjuang. Setiap pengorbanan dan doa yang diberikan mungkin tidak akan pernah mampu peneliti balas sepenuhnya, tetapi akan selalu peneliti bawa dalam setiap langkah kehidupan.
9. Terima kasih kepada Keluarga Besar Arman Aweh yang selalu *memberikan* doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan selama perjalanan pendidikan peneliti. Terima kasih telah menjadi bagian dari kehidupan peneliti dan selalu mengingatkan bahwa dalam setiap perjalanan, peneliti tidak pernah benar-benar sendiri.
10. Dengan penuh cinta dan kerinduan, peneliti mengucapkan Terima Kasih kepada almarhum Kakek Aweh bin Bonteng, almarhumah Nenek Nasiah binti Kicut, Mama Omsiah binti Aweh dan Bpk Mustofa Bin Ihi. Ada rasa sedih karena Kakek & Nenek serta Mama dan Bapak tidak dapat melihat secara langsung hari ketika peneliti menyelesaikan pendidikan ini. Namun, kasih sayang, doa, dan kenangan tentang kalian akan selalu hidup dalam hati peneliti. Semoga Allah SWT *memberikan* tempat terbaik di sisi-Nya. Pencapaian ini peneliti persembahkan sebagai bentuk cinta dan rindu yang tidak pernah benar-benar hilang.
11. Terima kasih kepada alm.Bapak Mustawa Noor dan Ibu Nur Aisyiyah, Kakak Amel dan Angga, Rizka dan Remon, Jihan dan Ismail, serta keponakan tersayang Mikaila dan Maka yang telah *memberikan* doa, perhatian, kasih sayang, dan dukungan kepada peneliti. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini dan *memberikan* kehangatan melalui kebersamaan keluarga.
12. Terima kasih yang tulus kepada Jihad Nurur Ramadhan yang telah menemani peneliti melewati proses panjang dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi tempat bercerita, mendengarkan

keluh kesah, *memberikan* semangat ketika peneliti mulai lelah dan ragu, serta tetap hadir dalam berbagai keadaan. Terima kasih atas kesabaran, perhatian, doa, dan dukungan yang telah diberikan. Kehadiranmu menjadi salah satu bagian berharga dari perjalanan ini.

13. Terima kasih kepada sahabat-sahabat tersayang Hikmah, Noprifa, Gita, Hasna, Rizki, Eghy, Dafa, Anjeli, dan Mega yang telah menemani perjalanan perkuliahan peneliti. Terima kasih atas setiap cerita, tawa, bantuan, doa, dan semangat yang diberikan, terutama ketika peneliti merasa lelah dan hampir menyerah. Mungkin perjalanan ini akan berakhir, tetapi kenangan dan kebersamaan yang telah dilalui bersama akan selalu menjadi bagian yang peneliti syukuri.
14. Terakhir, terima kasih kepada diri peneliti sendiri, Ungki Tazkia, yang telah bertahan dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena tetap berusaha *meskipun* perjalanan tidak selalu mudah, tumbuh tanpa sosok seorang ayah di sisi, dan berusaha membiayai pendidikan dengan kemampuan sendiri. Ada banyak rasa lelah, takut, ragu, dan air mata yang mungkin tidak diketahui oleh siapa pun, tetapi semua itu akhirnya berhasil dilewati.

Jakarta, 26 Agustus 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ungki Tazkia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ungki Tazkia

NIM : 44222110082

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Bx Rink dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dan Citra Perusahaan

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini *memberikan* izin dan menyetujui untuk *memberikan* kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/forman-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2026

Ungki Tazkia



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* BX RINK DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN CITRA
PERUSAHAAN
UNGKI TAZKIA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi *Marketing Public Relations* (MPR) yang dilakukan BX Rink dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun citra perusahaan. *Marketing Public Relations* merupakan kegiatan komunikasi yang memadukan fungsi pemasaran dan hubungan masyarakat untuk membangun hubungan positif dengan pelanggan melalui penyampaian informasi, promosi, kegiatan, pengalaman, dan komunikasi yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan konsep *Marketing Public Relations* Thomas L. Harris melalui strategi *Pull*, *Push*, dan *Pass*, serta *Relationship Management Theory* dari Hon dan Grunig melalui dimensi trust, commitment, satisfaction, dan control mutuality untuk menganalisis hubungan perusahaan dengan pelanggan. Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dimaknai sebagai keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali, tetap menggunakan layanan, serta merekomendasikan BX Rink kepada orang lain, sedangkan citra perusahaan merupakan persepsi dan penilaian pelanggan terhadap BX Rink yang terbentuk melalui pengalaman dan komunikasi perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Informan penelitian berjumlah 5 orang dengan teknik pengambilan informan menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi MPR BX Rink dilakukan melalui komunikasi dengan pelanggan, penyampaian informasi mengenai layanan dan kegiatan, penyelenggaraan *event* dan *experience*, pemanfaatan media *digital*, serta upaya menjaga kualitas hubungan dengan pelanggan. Strategi tersebut tidak hanya berorientasi pada promosi, tetapi juga menciptakan pengalaman positif dan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, strategi MPR BX Rink berperan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun citra perusahaan melalui komunikasi yang konsisten, pengalaman pelanggan yang positif, serta hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Dengan demikian, penerapan *Marketing Public Relations* menjadi bagian penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan sekaligus mendukung terbentuknya citra positif BX Rink.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations*, Loyalitas Pelanggan, Citra Perusahaan, Strategi Komunikasi

***BX RINK'S PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY FOR
MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY AND CORPORATE IMAGE.***

UNGKI TAZKIA

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the Marketing Public Relations (MPR) strategy implemented by BX Rink in maintaining customer loyalty and building the company's image. Marketing Public Relations refers to communication activities that integrate marketing and public relations functions to establish positive relationships with customers through information, promotions, events, experiences, and continuous communication. This study employs Thomas L. Harris's Marketing Public Relations concept through the Pull, Push, and Pass strategies, as well as Hon and Grunig's Relationship Management Theory through the dimensions of trust, commitment, satisfaction, and control mutuality to analyze the relationship between the company and its customers. Customer loyalty in this study is defined as customers' intention to revisit, continue using BX Rink's services, and recommend BX Rink to others, while corporate image refers to customers' perceptions and evaluations of BX Rink formed through their experiences and the company's communication. This study uses a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm. The research involved five informants selected using purposive sampling. Data were collected through in depth interviews, observation, and documentation. Data analysis employed the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, consisting of data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The results show that BX Rink's MPR strategy is implemented through customer communication, information delivery regarding services and activities, event and experience activities, digital media utilization, and efforts to maintain good relationships with customers. The strategy is not solely focused on promotion but also aims to create positive customer experiences and sustainable relationships. The findings indicate that BX Rink's MPR strategy contributes to maintaining customer loyalty and building the company's image through consistent communication, positive customer experiences, and good relationships between the company and its customers. Therefore, the implementation of Marketing Public Relations plays an important role in maintaining long-term customer relationships while supporting the formation of a positive image of BX Rink.

Keywords: Marketing Public Relations, Customer Loyalty, Corporate Image, Communication Strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	24
2.2.1 Pengertian <i>Marketing Public Relations</i> Thomas L. Harris.....	24
2.2.2 <i>Relationship Management Theory</i>	25
2.2.3 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2.4 Pengertian Citra Perusahaan.....	30
2.3 Hubungan Antarkonsep dan Kerangka Berpikir.....	31
 BAB III METODOLOGI.....	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Subjek Penelitian	36
3.3.1 <i>Key Informan</i>	37
3.3.2 Informan	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	42
3.6.1 Triangulasi Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum BX Rink.....	44
4.1.1 Logo BX Rink	45
4.1.2 Visi dan Misi BX Rink	46
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Perencanaan Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> BX Rink.....	49
4.2.2 Aktivitas Media Digital BX Rink.....	50
4.2.3 Program Promosi dan Aktivasi Pelanggan	52
4.2.4 <i>Event</i> , Kompetisi, dan <i>Community Relations</i>	52
4.2.5 <i>Partnership</i> , <i>Collaboration</i> , dan <i>Media Relations</i>	54
4.2.6 Pelayanan, <i>Safety</i> , dan Pengalaman Pelanggan	54
4.2.7 Pengelolaan Keluhan dan <i>Google Review</i>	56
4.2.8 Data Loyalitas Pelanggan	56
4.2.9 Data Persepsi Pelanggan terhadap Citra BX Rink	57
4.2.10 Hambatan dan Kendala Pelaksanaan MPR	58
4.3 Pembahasan	59
4.3.1 Posisi <i>Marketing Public Relations</i> BX Rink dalam Mempertahankan Loyalitas dan Citra	59
4.3.2 <i>Pull Strategy</i> : Mengubah Kehadiran Digital Menjadi Ketertarikan ..	60
4.3.3 <i>Pass Strategy</i> : Memperluas Pengaruh melalui Pihak Eksternal dan Komunitas	61
4.3.4 MPR terhadap Loyalitas Pelanggan	63
4.3.5 MPR terhadap Citra Perusahaan.....	63
4.3.6 MPR dan <i>Relationship Management: Trust, Satisfaction, Commitment, Control Mutuality</i>	64
4.3.7 Hambatan MPR dan Dampaknya terhadap Loyalitas serta Citra	65
4.3.8 Apakah Strategi MPR BX Rink Sudah Bekerja?	66
4.3.9 Karakter Strategi MPR yang Seharusnya Dikembangkan BX Rink ..	67
4.3.10 Sintesis Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	71
5.2.1 Saran Praktis	71
5.2.2 Saran Empiris.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Visitor BX Rink Tahun 2019–2026.....	3
Tabel 1.2 Data Member Aktif BX Rink Tahun 2026.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Kontribusi Informan	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 BX Rink.....	1
Gambar 1.2 <i>Google Review</i> BX Rink	5
Gambar 1.3 <i>Google Review</i> BX Rink	6
Gambar 1.4 <i>Google Review</i> BX Rink	6
Gambar 3.1 Model Interaktif Analisis Datal Kualitatif.....	41
Gambar 4.1 Logo BX Rink	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BX Rink.....	47
Gambar 4.3 <i>Show Ice Skating</i> BX Rink	50
Gambar 4.4 Media Sosial Instagram dan Tiktok BX Rink	51
Gambar 4.5 Event Tahunan IISO 2026.....	53
Gambar 4.6 Kolaborasi dengan JKTGO dan JKTD	54
Gambar 4.7 <i>Google Review</i> BX Rink	55
Gambar 4.8 <i>Google Review</i> BX Rink	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Gloria	75
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Alvi.....	87
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Fahri	94
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Aulia	97
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Dinda.....	100
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara	103

