



**OPTIMALISASI FUNGSI PUBLIC RELATIONS PADA
CUSTOMER RELATIONS PT ADVANCE TIRTA KOMPUTER
DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN
PELANGGAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**Disusun Oleh :
SUTINAH
44208110114**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : OPTIMALISASI FUNGSI PUBLIC RELATIONS PADA
CUSTOMER RELATIONS PT ADVANCE TIRTA KOMPUTER
DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN
PELANGGAN

Nama : Sutinah

NIM : 44208110114

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Maret 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. EM Chamdan, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : OPTIMALISASI FUNGSI PUBLIC RELATIONS PADA
CUSTOMER RELATIONS PT ADVANCE TIRTA KOMPUTER
DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN
PELANGGAN

Nama : Sutinah

NIM : 44208110114

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Mengetahui
Jakarta, Maret 2013

1. Ketua Sidang
Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli
Drs. Ponco Mulyono, M.Si

(.....)

3. Pembimbing
Drs. EM Chamdan, M.Si

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : OPTIMALISASI FUNGSI PUBLIC RELATIONS PADA
CUSTOMER RELATIONS PT ADVANCE TIRTA KOMPUTER
DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN
PELANGGAN

Nama : Sutinah

NIM : 44208110114

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Maret 2013

Disetujui dan diterima oleh :

(Drs. EM Chandan, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

Ketua Bidang Studi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Suryaning Hayati SE, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan anugerahNYA, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **Optimalisasi Fungsi *Public Relations* pada *Customer Relations* PT Advance Tirta Komputer dalam Membina hubungan baik dengan Pelanggan.**

Dengan segala kekurangan dan keterbatasan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang membantu dan mendukung baik secara moril dan materil, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Suryaning Hayati SE, MM, selaku ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Drs. EM Chamdan, M.Si, selaku pembimbing yang telah sangat membantu peneliti dalam menyusun, membimbing dan mengoreksi penelitian ini ditengah kesibukan Beliau.
4. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membina dan memberikan ilmu pengetahuan selama pendidikan berlangsung.
5. Seluruh tim PT Advance Tirta Komputer yang telah membantu dan memudahkan kelancaran penelitian ini, serta menyempatkan waktunya di tengah kesibukan yang dijalani.

6. Drs. Eddy Yehuda, M.S, yang telah membantu dan memudahkan penelitian ini dalam memberikan buku-buku ilmu komunikasi.
7. Kedua orang tuaku atas semua dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Dr. Billy Naftali, yang telah memberikan dukungan, semangat dan perhatiannya pada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata peneliti berdoa kiranya kasih dan berkat Tuhan yang melimpah senantiasa menyertai mereka semua tersebut diatas.

Semoga penelitian ini dapat berguna bagi semua yang membaca penelitian ini.

Jakarta, Maret 2013

Sutinah

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	8
2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	9
2.1.4 Proses Komunikasi.....	11
2.1.5 Komunikasi Organisasi.....	13
2.2 <i>Public Relations</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	15
2.2.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	17

2.2.3 Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i>	19
2.2.4 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	23
2.2.5 Strategi <i>Public Relations</i>	25
2.3 Pelanggan.....	26
2.4 Optimalisasi.....	27
2.5 <i>Customer Relations</i>	27
2.5.1 Pengertian <i>Customer Relations</i>	27
2.5.2 Kegiatan <i>Customer Relations</i>	29
2.5.3 Landasan <i>Customer Relations Yang Baik</i>	31
2.5.4 Tujuan Program <i>Customer Relations</i>	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subyek Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	39
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	41
3.5 Definisi Konsep.....	42
3.6 Fokus Penelitian.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	47
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3 Logo Perusahaan.....	49
4.1.4 Struktur Organisasi.....	50
4.1.5 Struktur Divisi <i>Marketing Communications</i>	50
4.1.6 Produk Dan Jasa	51
4.2 Hasil Penelitian	53

4.2.1 Fungsi <i>public relations</i> dalam menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama	55
4.2.2 Fungsi <i>public relations</i> dalam membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran	60
4.2.3 Fungsi <i>public relations</i> dalam mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang di wakilinya, atau Sebaliknya	71
4.2.4 Fungsi <i>public relations</i> dalam melayani keinginan publik dan Memberikan sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.....	77
4.2.5 Fungsi <i>public relations</i> dalam menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.....	80
4.3 Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Logo PT Advance Tirta Komputer.....	49
4.2 Struktur Organisasi PT Advance Tirta Komputer.....	50
4.3 <i>Gala dinner</i> di Putri Duyung Ancol, Maret 2012.....	58
4.4 Buka puasa bersama di Raja Kuring, Maret 2012.....	59
4.5 <i>Dealer Gathering</i> 2011.....	61
4.6 Pameran <i>Indocomtech</i> 2012.....	65
4.7 <i>Roadshow</i> di Bina Nusantara, 2012.....	67
4.8 <i>Roadshow</i> di Sudirman Plaza 2012.....	68
4.9 <i>Launching</i> Nvidia GT680 2012.....	70
4.10 Keluhan pelanggan diforum chip, 2012.....	73
4.11 Keluhan pelanggan diforum chip, 2011.....	74
4.12 Keluhan pelanggan diwebsite poskota, 2012.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Ijin Penelitian.....	93
2. Surat Keterangan Penelitian.....	94
3. Hasil Wawancara.....	95
4. Hasil Observasi <i>Indocomtech</i> 2012.....	108
5. Daftar Riwayat Hidup	109