



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN PUBLIC RELATIONS**

**ABSTRAK**

Widia Oktarina (44205110051)  
Strategi Komunikasi PT. Bhakti Idola Tama Dalam Membina Hubungan Baik  
Dengan Pelanggan  
Bibliografi V Bab, 81 Halaman, 28 Buku, Lampiran

PT. Bhakti Idola Tama merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang distribusi dan pemasaran produk peralatan rumah tangga dan barang-barang elektronik.

Salah satu publik eksternal perusahaan adalah pelanggan (customer). Pelanggan merupakan salah satu asset perusahaan yang paling berharga. Melakukan hubungan dengan pelanggan biasa dilakukan dengan kegiatan *Customer Relations*. *Customer Relations* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pelanggan.

Usaha untuk menjadikan sebuah *complaint* menjadi *compliment* bagi pelanggan menjadi bagian strategi komunikasi yang perusahaan lakukan, karena dengan ini diharapkan dapat memulihkan kekecewaan pelanggan sehingga menjadi satu kepuasan.

Penulis melakukan penelitian menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap Marketing Manager dan Staff Marketing PT. Bhakti Idola Tama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membina hubungan baik dengan pelanggan di PT. Bhakti Idola Tama merupakan tanggung jawab divisi *marketing*. Dalam menjalankan program kegiatan, perusahaan melakukan tahapan-tahapan strategis yang meliputi analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi dan kontrol, untuk mencapai tujuan perusahaan.