



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION*
PERUSAHAAN JASA KONSULTAN ARSITEKTUR DAN
KONTRAKTOR PT IMAJI CIPTA TRIDHISTANA
DALAM RANGKA MEMBANGUN LOYALITAS KLIEN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

WIRA FIRSTYANANDA

44210110092

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Wira Firstyananda
NIM : 44210110092
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : **STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION*
PERUSAHAAN JASA KONSULTAN ARSITEKTUR
DAN KONTRAKTOR PT IMAJI CIPTA
TRIDHISTANA DALAM RANGKA MEMBANGUN
LOYALITAS KLIEN**

Jakarta, September 2012

Menyetujui,

**Dra Agustina Zubair, M.Si
(Pembimbing)**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Wira Firstyananda
NIM : 44210110092
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : **STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION*
PERUSAHAAN JASA KONSULTAN ARSITEKTUR
DAN KONTRAKTOR PT IMAJI CIPTA
TRIDHISTANA DALAM RANGKA MEMBANGUN
LOYALITAS KLIEN**

Jakarta, 22 September 2012

Ketua Sidang

Suryaning Hayati, MM

Penguji Ahli

Rahmadya Putra Nugraha, M.Si

Pembimbing

Dra. Agustina Zubair, M.Si

()
()
()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Wira Firstyananda
NIM : 44210110092
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : **STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION*
PERUSAHAAN JASA KONSULTAN ARSITEKTUR
DAN KONTRAKTOR PT IMAJI CIPTA
TRIDHISTANA DALAM RANGKA MEMBANGUN
LOYALITAS KLIEN**

Jakarta, September 2012

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

Dra. Agustina Zubair, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra Diah Wardhani M.Si

Ketua Bidang Studi Humas

Juwono Tri Atmojo, S Sos, M. Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1), Jurusan Hubungan Masyarakat pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Agustina Zubair M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing skripsi saya ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Drs. Hardiyanto Djamiko, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.
4. Bapak Juwono Tri Atmojo, S. Sos, M. Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah mengajarkan banyak ilmu pengetahuan terhadap penulis.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas segala bantuan administratif kepada penulis.

7. Bapak Teguh Aryanto, ST selaku Direktur Utama PT Imaji Cipta Tridhistana, atas segala waktu, bantuan dan izin serta kerjasama yang besar kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Freddy Tjan, ST, Bapak Dherta Y.Mintarrendra, ST, dan Bapak Ario Damar, ST, atas segala kerjasama dan pengertian terhadap penulis.
9. Bapak Untung Supaat, Bapak Andri B. Dan Bapak Rohmad H. Atas kesediaan waktu dan kerjasama dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis.
10. Kedua orang tua H. Sriyono, MM dan Hj. Martutik, MM dan adik yang telah memberikan bantuan dukungan materil dan moral; serta doa kepada penulis. *It's proved!*
11. Mas Gigo, *and this is the answer, "just I'll share my whole life with you". Thanks more and more beb.*
12. Lavinda dan Lusyanathika, *catch me beybih!*
13. Sahabat-sahabat dan rekan penulis Mercu Buana angkatan 17. Geng Bangkok, *see ya guys in another khaosan road!*
14. Juga untuk semua nama yang tidak tercantum, namun selalu menjadi semangat saya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pada khususnya penulis dan pengembangan ilmu pada umumnya.

Jakarta, 29 September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2 Proses Komunikasi.....	8
2.2 <i>Public Relations</i>	9
2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	9
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	10
2.3 <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	12
2.3.1 Definisi <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	12
2.3.2 Peranan <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	14
2.3.3 Tujuan <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	16
2.3.4 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	17
2.4 Loyalitas Klien.....	20

2.4.1 Pengertian Loyalitas Klien.....	20
2.4.2 Membangun Loyalitas Klien.....	23
2.5 Perusahaan Jasa.....	25
2.6 <i>Customer</i> atau Klien.....	26
2.6.1 Pengertian <i>Customer</i> atau Klien.....	26
2.6.2 <i>Customer Relations</i>	28
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Tipe Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Narasumber atau Informan.....	31
3.4 Definisi Konsep	32
3.5 Fokus Penelitian	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6.1 Data Primer	35
3.6.2 Data Sekunder.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	36
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Umum Obyek Penelitian	38
4.1.2 Visi dan Misi Obyek Penelitian	39
4.1.3 Struktur Organisasi	40
4.1.4 Lingkup Bisnis Obyek Penelitian	40
4.1.5 Logo Perusahaan	40
4.1.5 Susunan Direksi Organisasi	42
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Pelaksanaan Strategi Program PR	44
4.2.1.1 Mendefinisikan Problem.....	44
4.2.1.2 Perencanaan dan Pemrograman	49
4.2.1.2.1 Internal	50
4.2.1.2.2 Eksternal	55

4.2.1.3 Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi	56
4.2.1.4 Mengevaluasi Program	58
4.2.2 Program & Strategi Pemasaran	60
4.2.2.1 Penentuan Pasar Sasaran dan Segmentasi Pasar	60
4.2.2.2 Kebutuhan dan Keinginan	62
4.2.2.3 Permintaan Produk dan Penawaran	64
4.2.2.4 Nilai dan Kepuasan	65
4.2.2.5 Pertukaran dan Transaksi	67
4.2.2.6 Hubungan dan Jaringan	69
4.2.2.7 Saluran Pemasaran	70
4.2.2.8 Rantai Penjualan	71
4.2.2.9 Iklim Pasar	71
4.2.2.10 Persaingan	72
4.2.2.11 Penentuan Strategi Bauran Pemasaran	73
4.3 Pembahasan	73
BAB V : SARAN DAN KESIMPULAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran Akademis	85
5.2.2 Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Grafik Pemasukan dan Jumlah Klien Pertama.....	5
4.1 Gambar Struktur Organisasi.....	40
4.2 Gambar Logo Perusahaan.....	40

DAFTAR TABEL

2.1 Ruang Lingkup Pekerjaan MPR dan CPR	15
2.2 Tahap Pencapaian Tujuan Komunikasi dan Strategi Komunikasi	17