

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul STRATEGI CUSTOMER RELATIONS PT. BROADBAND MULTIMEDIA Tbk. (KABEL VISION), yang merupakan persyaratan untuk meraih gelar strata 1 (S1) Jurusan Humas Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna baik dari segi penulisan maupun isinya. Berangkat dari kesadaran dan keterbatasan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat adanya bantuan dorongan semangat dan partisipasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ibu Tercinta, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan semangat kepada penulis, agar skripsi ini cepat selesai.
2. Kakak kakakku yang juga selalu memberikan support untuk penulis.
3. Ibu Dra. Agustina Zubair, M.Si., selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan dan meluangkan waktunya bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Irmulan Sati T., SH., M.Si, selaku Kepala Bidang Humas Fakultas Ilmu Komunikasi.

5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Para Pengajar dan segenap karyawan Tata Usaha Fikom Universitas Mercu Buana
7. Pihak perpustakaan Universitas Mercu Buana dan Universitas Indonesia.
8. Seluruh nara sumber penulis, Customer Service Departemen PT. BROADBAND MULTYMEDIA Tbk., terutama Ibu Adelia Prasetyo selaku Customer Service Division Head, Bapak Andi Sumantri selaku Customer Service Supervisor, Bapak Joko Paryitno Customer Service Team Leader. Terima kasih semuanya atas waktu dan kesediaannya untuk diwawancarai dalam memberikan data dan informasi kepada penulis.
9. Teman - teman di Mynet Team , Pak Joko, Febry, Eny, Lea, Indra, Adit, terima kasih banyak yah dah selalu ganggu waktu untuk tuker - tuker jadwal.
10. Diajeng Ari, dukungan, kasih sayang dan pengorbanan waktumu tidak akan pernah terlupakan.
11. PKSM angkatan 7 Meruya, kita team yang solid yah. Tiada lain harapan penulis, semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah dengan ikhlas membantu baik tenaga, waktu, bimbingan, dorongan, semangat, dan lain -lain untuk membantu penulis selama penyusunan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini akan bermanfaat bagi semua yang menggunakannya.

Wassalamualaikum, Wr, Wb.

Jakarta, Maret 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR LULUS SIDANG.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAKSI	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pokok Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Signifikansi Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi.....	9
2.2. Public Relations.....	12
2.3. Eksternal Relations.....	25
2.4. Manajemen PR.....	29
2.5. Customer Relations.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Sifat Penelitian.....	56
3.2. Metode Penelitian.....	57

3.3 Nara Sumber.....	57
3.4. Fokus Penelitian.....	58
3.5. Pengolahan dan Analisa Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum PT. Broadband Multimedia Tbk (Kabelvision).....	63
4.1.1 Struktur Organisasi.	67
4.1.2 Gambaran Umum Kegiatan PR PT. Broadband Multimedia Tbk	69
4.2. Hasil Penelitian	75
4.2.1 Analisis Lingkungan	76
4.2.2 Perumusan Strategi	81
4.2.3 Implementasi Strategi.	84
4.2.4 Evaluasi dan Kontrol	89
4.3. Pembahasan	91
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN / PORTO POLIO.....	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
MODEL UNSUR-UNSURMANAJEMEN STRATEGIS	34
PROSES MANAJEMEN STRA TEGIS	36

UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT
RAKAT 2007

ABSTRAKSI

NAWA P

ALFUNGKAS

44205110007

STRATEGI CUSTOMER RELATIONS PT BROADBAND MULTIMEDIA Tbk.
(Kabelvision)

Bibliografi: 5 bab; 100 halaman; 2 gambar; 30 lampiran

Konsumen atau pelanggan merupakan publik eksternal perusahaan yang memiliki kedudukan penting bagi kelangsungan usaha suatu perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap publiknya khususnya publik eksternal yaitu pelanggan dapat dijadikan indikator keberhasilan perusahaan. Berkaitan menghadapi persaingan dan tuntutan pelanggan akan pelayanan yang lebih baik dan perhatian yang lebih besar akan kebutuhan individual pelanggan ini, PT. Broadband Multimedia Tbk. perlu melaksanakan program kegiatan yang bersifat *customer oriented*.

PT. Broadband Multimedia Tbk. sampai saat ini belum mempunyai departemen PR sendiri karena dirasakan tugas-tugas PR masih bisa dilaksanakan departemen Customer Service dengan dukungan departemen lainnya. Walaupun tidak ada lembaga PR dalam perusahaan ini tetapi *customer relations* yang merupakan salah satu aktivitas PR rutin dilakukan. Berawal dari pemikiran tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi *customer relations* yang dilaksanakan di perusahaan tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *customer relations* yang dilaksanakan PT. Broadband Multimedia Tbk. Penulis melakukan penelitian dengan metode penelitian studi kasus dan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap Customer Service Dept PT. Broadband Multimedia Tbk. Penulis menyajikan gambaran maupun uraian mengenai pelaksanaan strategi *customer relations* sebagaimana adanya yang didapatkan dari lokasi penelitian.

Pada penelitian ini kerangka pemikiran yang dijadikan dasar bagi penulis adalah *public relations*, *eksternal relations*, hubungan harmonis dengan pelanggan, *customer relations* strategi manajemen PR Hasil penelitian ini membahas strategi *customer relations* PT. Broadband Multimedia Tbk. Guna mewujudkan hubungan

yang harmonis dengan pelanggan maka Customer Service Dept. PT. Broadband Multimedia Tbk. melakukan strategi *customer relations* antara lain memenuhi keinginan pelanggan; mengefektifkan dan meningkatkan berbagai saluran informasi dan komunikasi dengan pelanggan; serta meningkatkan hubungan dan pelayanan pada pelanggan.