



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS*
TB.GRAMEDIA LIPPO SUPERMALL KARAWACI
DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA (*IMAGE*) POSITIF**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

**BAMBANG PERMADI
0420311-067**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Fakultas Komunikasi
Jurusan Public Relations**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATIONS
JAKARTA
2006**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Bambang Permadi
NIM : 0420311 – 067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : “Strategi *Customer Relations* TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci Dalam Mempertahankan Citra (*Image*) Positif”

Mengetahui,

Pembimbing

(Nurprapti W, S.Sos, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Bambang Permadi
NIM : 0420311 – 067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : “Strategi *Customer Relations* TB. Gr2media Lippo Supermall Karawaci Dalam Mempertahankan Citra (*Image*) Positif”

Disetujui dan diterima oleh :

Jakarta, 23 September 2006

Pembimbing :

(Nurprapti W, S.Sos, M.Si)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Irmulan Sati T, S.H. M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

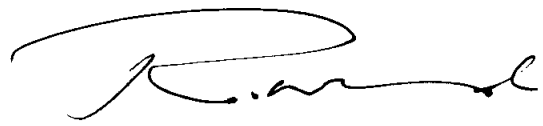
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Bambang Permadi
NIM : 0420311 – 067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : “Strategi *Customer Relations* TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci Dalam Mempertahankan Citra (Image) Positif”

Jakarta, 23 September 2006

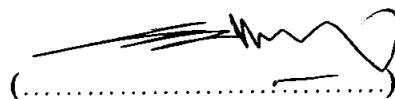
Ketua Sidang

Nama : Drs. Riswandi, M.Si.


(.....)

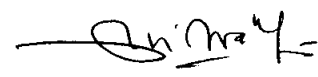
Penguji Ahli

Nama : Irmulan Sati T, S.H. M.Si.


(.....)

Pembimbing

Nama : Nurprapti W, S.Sos, M.Si.


(.....)

KATA PENGANTAR

Kalimat syukur terpanjat ke Rabb pencipta manusia di muka bumi. Berkat limpahan rahmat – Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi mengenai, “*Strategi Customer Relations TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci Dalam Mempertahankan Citra (Image) Positif.*”

Penelitian karya ilmiah yang tertuang dalam bentuk skripsi ini, ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Strata 1 (S-1) Jurusan *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi - Universitas Mercu Buana (FIKOM – UMB) Jakarta.

Untaian kata terima kasih yang terdalam saya persembahkan untuk Dosen pembimbing, Ibu Nurprapti W, S.Sos, M.Si yang telah memberikan sumbangan tenaga serta pikiran saat penulis mendapatkan kesulitan dalam proses penulisan, maupun dalam penuangan ide-ide.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Dekan FIKOM UMB, Dra. Diah Wardhani, MSi, serta Ibu Ketua Jurusan *Public Relations*, Irmulan Sati T.,SH,MSi.

Tidak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Albert Adimuntja selaku kepala toko TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci sekaligus menjadi *informan* bagi penulis, serta Ibu. R. Lely Kuncorowati selaku *supervisor*

penjualan dan Ibu Atik Nuraini selaku *customer service officer* (CSO) yang keduanya sekaligus menjadi *key informan* bagi penulis.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman-temanku yang selalu memberikan dukungannya, Ade Butet Parinduri, Anggracni, Agus Susanto, Andrayana, Deti Komalasari, Clara Ardhana Damayanti, Nurfizri Retna Wianni, serta seluruh teman-teman jurusan *Public Relations* angkatan III.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi seluruh civitas akademika UMB Jakarta pada khususnya, dan para pembaca pada umumnya. Semoga ALLAH SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Jakarta, 31 juli 2006

Penulis

(Bambang Permadi)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Signifikansi Penelitian	7
a. Signifikansi Akademis	7
b. Signifikansi Praktis	7
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	 9
2.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	9
2.1.1. Bentuk dan Kegiatan <i>Public Relations</i>	12
2.1.2. Pekerjaan <i>Public Relations</i>	15
2.2. Pengertian <i>Customer Relations</i>	18
2.3. Pengertian Strategi	21
2.4. Strategi <i>Customer Relations</i>	25
2.5. Pengertian <i>Opini Public</i>	32
2.6. Pengertian Citra	35
2.7. Definisi Konsep	38
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 40
3.1. Pendekatan Penelitian	40

3.2. Tipe Penelitian	41
3.3. Metode Penelitian	42
3.4. Fokus Penelitian	43
3.4.1. Strategi <i>Customer Relations</i>	44
3.4.2. Citra.....	44
3.5. Nara Sumber	44
3.6. Teknik Pengumpulan Data	46
3.7. Teknik Analisis Data	47
3.8. Validitas dan Realibilitas Data	48
 BAB IV HASIL DAN ANALISA PENELITIAN	 51
4.1. Profil Subjek Penelitian	51
4.1.1. Sejarah Singkat Kelompok Kompas Gramedia	51
4.1.2. Struktur Organisasi dan <i>Job Descriptions</i>	53
4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. Dasar Penentuan Strategi Bisnis dan <i>Customer Relations</i> TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci	58
4.2.2. Tujuan Strategi <i>Customer Relations</i> TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci	62
4.2.3. Strategi <i>Customer Relations</i> TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci	64
4.2.4. Citra (<i>Image</i>) Positif yang Diraih TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci Akibat dari Pelaksanaan Strategi <i>Customer Relations</i>	68
4.3. Hasil Analisa Data	72
4.3.1. Analisa Dasar Penentuan Strategi Bisnis dan <i>Customer</i> <i>Relations</i> TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci..	72

4.3.2. Analisa Tujuan Strategi <i>Customer Relations</i> TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci	75
4.3.3. Analisa Strategi <i>Customer Relations</i> TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci	79
4.3.4. Analisa Citra (<i>Image</i>) Positif yang Diraih TB. Gramedia Lippo Supermall Karawaci Akibat dari Pelaksanaan Strategi <i>Customer Relations</i>	81
BAB V PENUTUP	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN