



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Hubungan Masyarakat
Ella Betzaida
44214120098
2019

Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Midi Utama Indonesia, Tbk Dalam Membangun *Customer Relations* Melalui Aplikasi *Over The Top* (Studi Kasus Pada Media Sosial Alfamidi)

Jumlah Halaman :

Bibliografi : i - 150

ABSTRAK

Setiap organisasi mengharapkan terbentuknya citra positif dalam organisasi. Salah satu cara adalah dengan membangun *customer relations* dengan *stakeholdernya*. Perkembangan teknologi menciptakan cara yang efektif dalam berkomunikasi. Media sosial dianggap sebagai media efektif untuk berkomunikasi karena menawarkan komunikasi dua arah dan menjangkau sasaran yang luas. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui komunikasi yang terjalin antara perusahaan dengan konsumen dalam aplikasi *over the top* dan mendeskripsikan strategi komunikasi *public relations* PT. Midi Utama Indonesia, Tbk dalam membangun *customer relations*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi 7-Cs *Public Relations Communications* yang diungkapkan oleh Cutlip, Center dan Broom.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan metode pendekatan kualitatif deskriptif penelitian studi kasus. Subjek penelitian ini adalah karyawan yang aktif bekerja minimal lima tahun dan member minimal enam bulan dan aktif berbelanja di PT. Midi Utama Indonesia, Tbk. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara mendalam.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Midi Utama Indonesia, Tbk. menggunakan saluran komunikasi dengan *stakeholdernya* melalui Instagram untuk membangun komunikasi dua arah dengan konsumennya dengan memberikan respon secara langsung (*real time response*) dan respon yang tertunda (*delay response*) menggunakan template. Strategi komunikasi *public relations* PT. Midi Utama Indonesia, Tbk dalam meningkatkan *customer relations* dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan, menggunakan saluran komunikasi yang tepat, berkomunikasi dengan bahasa yang jelas, konsisten, keberlanjutan, isi yang menguntungkan, memperhatikan kondisi sosial, memperhatikan kemampuan khalayak.

Kata kunci : *customer relation, public relation, strategi komunikasi*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Ella Betzaida
44214120098
2019

Public Relations Communication Strategy PT. Midi Utama Indonesia, Tbk In Building Customer Relations Through Over The Top Application (Case Study on Alfamidi Social Media)

Number of pages :

Bibliography: i - 150

ABSTRACT

Every organization expects the formation of a positive image in the organization. One way is to build customer relations with its stakeholders. The development of technology creates an effective way of communicating. Social media is considered as an effective medium for communication because it offers two-way communication and reaches broad targets. The purpose of this study is to determine the communication that exists between companies and consumers in over the top applications and describe the public relations communication strategy of PT. Midi Utama Indonesia, Tbk in building customer relations.

The theory used in this study is the 7-Cs Public Relations Communications strategy expressed by Cutlip, Center and Broom.

This study uses the constructivist paradigm, with a descriptive qualitative case study research method. The subjects of this research are employees who have been active working for a minimum of five years and members for a minimum of six months and actively shop at PT. Midi Utama Indonesia, Tbk. Data collection techniques used in this study were in-depth interviews.

The results of this study indicate that PT. Midi Utama Indonesia, Tbk. Uses communication channels with its stationers via Instagram to establish two-way communication with consumers by providing direct response (real time response) and delayed response using a template. Public relations communication strategy of PT. Midi Utama Indonesia, Tbk in improving customer relations is done by increasing trust, using appropriate communication channels, communicating in clear, consistent language, sustainability, beneficial content, paying attention to social conditions, paying attention to the ability of the audience.

Keywords: customer relations, public relations, communication strategies