



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PANORAMA JTB
TOURS DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI
TENGAH WABAH VIRUS CORONA DI INDONESIA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I

(S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

INDRI GUSTRIYANA

44216110144

**BIDANG STUDI *PUBLIC RELATIONS*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indri Gustriyana

NIM : 44216110144

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

“Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia”. Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 20 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,

(Indri Gustriyana)

Mengetahui

Pembimbing

(Anindita, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indri Gustriyana
NIM : 44216110144
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia.**

Skripsi ini telah dibaca, diperiksa dan disetujui oleh,

Jakarta, 20 Februari 2021

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Anindita, M.Ikom)




Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Indri Gustriyana
NIM : 44216110144
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia.**

Jakarta, 20 Februari 2021

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, MM, M.Ikom


(_____)

Penguji Ahli,
Dr. Nur Kholisoh, M.Si


(_____)

Pembimbing,
Anindita, M.Ikom


(_____)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Indri Gustriyana
NIM : 44216110144
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia.**

Jakarta, 20 Februari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Anindita, M.Ikom)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Indri Gustriyana
44216110144

Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia.
Jumlah Hal: V Bab, 102 Halaman + Lampiran + 11 Buku + 10 Jurnal + 9 Website

ABSTRAK

Public Relations berperan sangat penting untuk mempertahankan kondisi perusahaan. Krisis perusahaan yang terjadi di PT Panorama JTB Tours akibat penyebaran virus corona yang belum dapat diselesaikan memberi dampak penurunan pelanggan di PT Panorama JTB Tours yang bergerak dibidang jasa pariwisata. Dalam mempertahankan pelanggan, strategi *public relations* penting dilakukan agar hubungan baik dan kepercayaan pelanggan tetap terjaga. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Paradigma yang digunakan adalah *post positivistic* dengan metode penelitian studi kasus-kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap empat informan yang tiga diantaranya merupakan pekerja di PT Panorama JTB Tours dan satu orang pelanggan di PT Panorama JTB Tours.

Hasil penelitian ini menjelaskan penggunaan Empat Proses Perencanaan Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours dalam mempertahankan pelanggan ditengah wabah virus corona di Indonesia.

Peneliti menyimpulkan bahwa Empat Proses Perencanaan Strategi *Public Relations* PT Panorama JTB Tours dalam mempertahankan pelanggan ditengah wabah virus corona di Indonesia diantaranya melakukan analisis situasi, perencanaan dan pemograman, mengambil tindakan dan komunikasi serta mengevaluasi program di PT Panorama JTB Tours.

Kata Kunci : *Public Relations, Strategi Public Relations, PT Panorama JTB Tours*



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Indri Gustriyana
44216110144

Public Relations Strategy of PT Panorama JTB Tours In Maintaining Customers Amid Coronavirus Outbreak in Indonesia.

Number of pages: V Chapter, 102 Page + Attachment + 11 Books + 10 Journals + 9 Websites

ABSTRACT

Public Relations role is very important to maintain the condition of the company. The company's crisis that occurred at PT Panorama JTB Tours due to the spread of corona virus that has not been resolved has an impact on the decline of customers at PT Panorama JTB Tours engaged in tourism services. In maintaining customers, a public relations strategy is important to maintain good relations and customer trust. This research aims to get an overview of PT Panorama JTB Tours' Public Relations Strategy in Retaining Customers Amid the Coronavirus Outbreak in Indonesia.

This study uses a qualitative approach. The paradigm used is post positivistic with qualitative case-study research method. Data collection techniques using in-depth interviews, observations and documentation. Interviews were conducted on four informants, three of whom were workers at PT Panorama JTB Tours and one customer at PT Panorama JTB Tours.

The results of this study explain the use of The Four Planning Process of Public Relations Strategy of PT Panorama JTB Tours in maintaining customers in the midst of the coronavirus outbreak in Indonesia.

Researchers concluded that the Four Planning Process of Public Relations Strategy of PT Panorama JTB Tours in maintaining customers in the midst of the coronavirus outbreak in Indonesia include conducting situation analysis, planning and programming, taking action and communication and evaluating programs at PT Panorama JTB Tours.

Keywords : *Public Relations, Public Relations Strategy, PT Panorama JTB Tours*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Public Relations PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona Di Indonesia**”.

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Anindita, S.Pd, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar membimbing penulis, memberikan nasihat dan masukan yang membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations*.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ponco Budi Sulisty, M.Comn, PhD, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dr. Irmulan Sati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Idrus dan Ibu Haryati beserta kakak saya Hardy Gustiar, Nur Handayani, Desi Apriyani, Livia Adriana (keponakan), Deandra Arbella (keponakan) dan Eric Putra Sudarso (pacar) yang tiada henti dan lelahnya memberikan semangat dan

motivasi serta doa dan dukungan moral dan material kepada penulis untuk dapat memperoleh kelulusan dan dapat mencapai cita-cita yang diinginkan.

8. Kepada sahabat-sahabat saya Risma Aritonang, Dian Jayaguna (Ko Michael), Laurentshia, Tiara Desya Damanik, Margareth Intan, Bella Shania, Erica Setia, Shara Adriani, Zesca dan Fiyah yang selalu memberikan semangat dalam keadaan apapun selama menempuh perkuliahan,

Terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada pihak-pihak lainnya yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam pembuatan skripsi ini dan peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang disampaikan demi menyempurnakan penelitian yang dilakukan agar menjadi lebih baik lagi.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Januari 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Komunikasi Korporat.....	17
2.2.2 Komunikasi.....	20
2.3 Strategi.....	27
2.4 <i>Public Relations</i>	28
2.4.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	28
2.4.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	29
2.4.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	31
2.4.4 Strategi <i>Public Relations</i>	32

2.4.5 Peranan <i>Public Relations</i>	37
2.4.6 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	39
2.4.7 Sasaran <i>Public Relations</i>	39
2.5 Pelanggan	40
2.6 Hubungan Pelanggan	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Paradigma Penelitian	50
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 Subyek Penelitian	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Data Primer	54
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Teknik Analisa Data	54
3.6 Teknik Keabsahan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
4.1.1 Sejarah PT Panorama JTB Tours	58
4.1.2 Ruang Lingkup	61
4.1.3 Visi dan Misi PT Panorama JTB Tours	61
4.1.4 Logo dan Arti PT Panorama JTB Tours	64
4.1.5 Struktur Organisasi	65
4.1.6 Tugas dan Fungsi serta tata kerja PT Panorama JTB Tours	67
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Strategi <i>Public Relations</i> PT Panorama JTB Tours Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Wabah Virus Corona di Indonesia	70
1. Identifikasi Permasalahan	70
2. Perencanaan dan Pemograman	74
3. Tindakan dan Komunikasi	81
4. Evaluasi Program	86

4.3 Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis	100
5.2.2 Saran Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA	102
TRANSKRIP WAWANCARA	105
LAMPIRAN	125
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	128



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Performance Wisatawan Mancanegara 2018-2019-2020.....	7
Gambar 2 Pengertian Komunikasi Perusahaan.....	19
Gambar 3 Logo dan Arti PT Panorama JTB Tours.....	64
Gambar 4 Struktur Organisasi PT Panorama JTB Tours.....	65
Gambar 5 <i>Performance</i> Wisatawan Mancanegara 2020.....	73
Gambar 6 Whatsapp Online dan Social Media PT Panorama JTB Tours.....	82
Gambar 7 Instagram PT Panorama JTB Tours.....	83
Gambar 8 Dokumentasi Pelaksanaan Protokol Kesehatan PT Panorama JTB.....	84
Gambar 9 Dokumentasi <i>Operational Inbound</i> Beroperasi di Bali.....	85
Gambar 10 Reaktifasi <i>Operational</i> PT Panorama JTB Tours.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2 Empat Tahap Proses Perencanaan Strategi PR.....	34
Tabel 3 Target dan Realisasi pengunjung PT Panorama JTB Tours.....	88
Tabel 4 Proses Perencanaan Strategi PR PT Panorama JTB Tours.....	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara.....	105
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian.....	125
Lampiran 3	Surat Permohonan Wawancara.....	126
Lampiran 4	Dokumentasi Melakukan Wawancara.....	127
Lampiran 5	Daftar Riwayat Hidup.....	128

