



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN BAIK DENGAN
PELANGGAN DI PT ADYA TOURS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Nama : Mira Dwiyani

Nim 44216120089

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : Strategi Customer Relations Dalam Mempertahankan
Hubungan Baik Dengan Pelanggan Di PT Adya Tours**

Nama : Mira Dwiyani

Nim 44216120089

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 05 Februari 2021
Mengetahui

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Irmulan Sati T, SH.,M.si)



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

**Judul : Strategi Customer Relations Dalam Mempertahankan
Hubungan Baik Dengan Pelanggan Di PT Adya Tours**

Nama : Mira Dwiyani

Nim : 44216120089

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 05 Februari 2021

Ketua Sidang

(Anindita, S.Pd, M.Ikom)

(.....)

Penguji Ahli

(Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D)

(.....)

Pembimbing

(Dr. Irmulan Sati T, SH.,M.si)

(.....)



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

**Judul : Strategi Customer Relations Dalam Mempertahankan
Hubungan Baik Dengan Pelanggan Di PT Adya Tours**

Nama : Mira Dwiyani

Nim : 44216120089

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 05 Februari 2021
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Irmulan Sati T, SH.,M.si)

(Dr. Elly Yuliatwati M.si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Mira Dwiyani
44216120089

Strategi Customer Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Pelanggan Di PT ADYA TOURS
Bibliografi : 5 Bab 82 Halaman + Lampiran +10 Buku + E-jurnal + Internet

ABSTRAK

Keberadaan Customer relations sangat memiliki posisi yang sangat penting dengan segala peran dan fungsinya guna memberikan informasi, memberikan pelayanan, menangani kebutuhan, keluhan pelanggan, menyampaikan pesan, memberikan saran yang dibutuhkan pelanggan guna menjaga kepercayaan pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan dengan perasaan aman dan wajar diharapkan akan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan akan timbul kepercayaan dan dukungan yang positif terhadap perusahaan.

Tujuan dari kebijaksanaan Customer Relations adalah meyakinkan para pelanggan dan calon pelanggan bahwa produk dan jasa Perusahaan akan terus ditingkatkan mutu, macam dan kegunaannya, menyediakan sumber persediaan yang konsisten dengan suatu kebijaksanaan harga konstruktif yang rasional, melayani para konsumen dengan jujur serta berusaha mengembangkan perusahaannya dan memperluas pasaran.

Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan key informan dan informan dari staff PT. Adya Tours dan beberapa pelanggan.

Hasil penelitian yang diperoleh dalam strategi customer relations yang sudah dilakukan di PT Adya Tours yaitu Kehadiran Personal Selling yang mendukung strategi customer relations, Superior Customer Service, Teknologi dan Sistem Penanganan Komplain Secara Efektif.

Kata Kunci : Strategi, Customer Relation, Pelanggan



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Mira Dwiyani
44216120089

Customer Relations Strategy in Maintaining Good Relationships with Customers
at PT ADYA TOURS

Bibliography : 5 Chapter 82 Pages + Attachment + 10 Books + E-journal +
Internet

ABSTRACT

The existence of customer relations has a very important position with all its roles and functions to provide information, provide services, needs, customer complaints, convey messages, provide advice needed by customers to maintain customer trust, so that customers feel and care with a feeling of safety and hope. will maintain good relationships with customers and will arise positive trust and support for the company.

The purpose of customer relations is to convince customers and potential customers that the Company's products and services will continue to be improved in quality, variety and use, provide a consistent source of supplies with a constructive rational price village, serve consumers honestly and strive to develop the company and expand the market.

This research uses descriptive qualitative research method. The data collection technique used was in-depth interviews with key informants and informants from the staff of PT. Adya Tours and several customers.

The research results obtained in the customer relations strategy that has been carried out at PT Adya Tours are the presence of personal selling that supports the customer relations strategy, superior customer service, technology and an effective complaint handling system.

Keywords: Strategy, Customer Relations, Customers



Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Nama : Mira Dwiyani
Nim : 44216120089
Bidang Studi : Public Relations
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul : STRATEGI CUSTOMER RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN DI PT ADYA TOURS merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak. Kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 04 Februari 2021



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, karena akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penyusunan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari akan sangat sulit terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, baik dalam proses bimbingan, fasilitas kampus yang mendukung dan dorongan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai.

Dalam pengerjaan skripsi ini, peneliti telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam – dalamnya kepada :

1. Ibu Dr. Irmulan Sati T, SH.,M.si selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi, banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan tiada hentinya selalu memberikan saran terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Elly Yuliawati M.si., selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku ketua sidang yang telah memberikan masukan serta arahan dalam memperbaiki penelitian ini untuk menjadi lebih baik.
6. Teruntuk orang tua ku Bapak Abdillah, Ibuku Yanti Sumiati, Nenek Maimunah, Kakek Syahril, Kakak Nilah Sari dan keluarga yang selalu memberikan support serta doa untuk kelancaran skripsi ini.
7. Kepada Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama perkuliahan.
8. Kepada tenaga Pendidikan Fakultas Ilmu Komunikasi, Khususnya Bidang Studi Public Relations yang telah membantu proses administrasi penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada seluruh pimpinan dan teman-teman di PT. Adya Tours yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada para narasumber Ibu Putu Yuliana Astuti, Ibu Shafa Geovani dan Ibu Nurwanti yang telah banyak membantu dalam memperoleh data penelitian yang diperlukan.
11. Kepada teman seperjuangan ku di kampus Sandra Andhini, Margareta, Lila dan calista terima kasih atas canda, tawa, keluh, kesah yang mewarnai selama kuliah

12. Serta seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu – persatu, yang sudah memberikan dukungan baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini, oleh karena itu peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.



Jakarta, Januari 2021

UNIVERSITAS
MIRCU BUANA

Mira Dwiyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	11
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat akademis	11
1.4.2 Manfaat praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Komunikasi Organisasi	19
2.2.1 Pola Komunikasi Dalam Organisasi	20
2.2.2 Tujuan Komunikasi Organisasi	22
2.3. Public Relations	22
2.3.1 Definisi Public Relations	22
2.3.2 Kegiatan Public Relations	23
2.3.3 Khalayak Public Relations	25
2.4. Strategi Komunikasi	25
2.4.1 Definisi Strategi Komunikasi	25
2.4.2 Komunikasi Persuasif	26
2.4.3 Tujuan Strategi Komunikasi	28
2.4.4 Komponen Strategi Komunikasi	29
2.5. Customer Relations	30
2.5.1 Strategi Customer Relations	32
Model Strategi Customer Relations	35
2.5.2 Konsep Customer Relations	38

2.6.1 Hubungan	39
2.6.1 Hubungan Baik	40
2.6.2 Pelanggan.....	42
BAB III.....	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Subyek Penelitian.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan data	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah PT Adya Tours	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.3 Desain Website PT Adya Tours	55
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan PT Adya Tours	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Strategi Customer Relations	57
4.2.2 Menciptakan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan dengan melibatkan pelanggan.....	61
4.2.3 Faktor penghambat dan pendukung dan cara mengatasi keluhan pelanggan.....	63
4.2.4 Keluhan dan Evaluasi.....	66
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis.....	
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	87