



**AKTIVITAS *CUSTOMER RELATIONS* DI PT MIKATASA
AGUNG JAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

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

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:

Benedict Sugita

44215120091

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Benedict Sugita
Nim : 44215120091
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Public Relation

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Aktivitas *Customer Relations* Di PT.Mikata Agung Jakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan 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 plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 30 Agustus 2022

Menyatakan,

10000
METRAL
TAMPEL
30101A0000007751
(Benedict Sugita)


UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pembimbing

Ketua Bidang Studi


(Siti Muslichatul Mahmutah, M.Ikom)


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **Aktivitas *Customer Relations* Di PT.Mikatasa Agung Jakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

Nama : Benedict Sugita

Nim : 44215120091

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Study : *Public Relation*

Jakarta, 30 Agustus 2022

Mengetahui

Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : *Aktivitas Customer Relations* Di PT.Mikayasa Agung Jakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
Nama : Benedict Sugita
Nim : 44215120091
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relation

Jakarta, 5 September 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relation

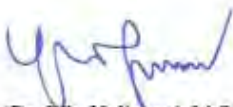
Pembimbing


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)


(Siti M. Mahmudah, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : *Aktivitas Customer Relations* Di PT.Mikayasa Agung Jakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
Nama : Benedict Sugita
Nim : 44215120091
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relation

Jakarta, 5 September 2022

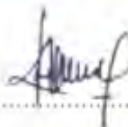
Ketua Sidang,
Eka Perwitasari, M.Ikom



(.....)

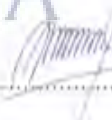
Penguji Ahli,
Nurul Aidin, M.Ikom

UNIVERSITAS

(.....)

Pembimbing,
Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

MERCU BUANA

(.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

Benedict Sugita
44215120091

Aktivitas *Customer Relations* Di PT Mikatasa Agung Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Bibliografi : 5 Bab 80 Hal + Lampiran + 15 Buku + 8 Internet

ABSTRAK

PT. Mikatasa Agung sebagai salah satu perusahaan manufaktur produksi lem terbesar di Indonesia berusaha membangun kepuasan pelanggan sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. *Customer Relations* merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh perusahaan manufaktur lem ini karena menyangkut masa depan jalannya perusahaan. Aktivitas *Customer Relation* yang dijalankan oleh *Manager Marketing* dan *Brand Communcation* ini menghadapi tantangan di era intensitas kompetisi global serta faktor yang mempengaruhi ekonomi dan pandemic covid 19, yang dijalankan secara langsung dengan pelanggan.

Customer Relations merupakan kegiatan perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Upaya ini bertujuan untuk memelihara hubungan dan mempertahankan loyalitas pelanggannya, Adapun bentuk aktivitas *customer relations* dalam mempertahankan pelanggan meliputi, *Consumer Informations* dan *Complant Handling*.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivis dengan penelitian kualitatif metode deskriptif. Subjek penelitian yaitu *Manager Marketing*, *Brand Communcation* dan *Sales Marketing Representative* PT Mikatasa Agung sebagai key informan, selain itu tiga pelanggan yang dikategorikan, distributor/repacker, eks pelanggan, dan pelanggan baru sebagai informan. Teknik keabsahan data yang digunakan berupa triangulasi data atau sumber.

Hasil dari penelitian ini, adalah aktivitas *customer relations* yang dilakukan berjalan dengan baik namun adanya penurunan loyalitas pelanggan disebabkan oleh penurunan jumlah pelanggan akibat faktor situasi global.

Kata Kunci: Aktivitas *Customer Relations*, Tujuan, Manfaat, Loyalitas Pelanggan



Mercu Buana Univeristy
Faculty of Communcation
Field of Study Public Relations

Benedict Sugita
44215120091

Aktivitas Customer Relations Di PT Mikatasa Agung Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Bibliography: 5 Chatper 80 Pages + Appendix +15 Books + 8 Journal

ABSTRACT

PT. Mikatasa Agung as one of the largest glue manufacturing companies in Indonesia strives to build customer satisfaction so that it can maintain and even continue to increase the number of customers. Customer Relations is one of the important activities carried out by this glue manufacturing company because it involves the future of the company. The Customer Relations activity carried out by the Marketing and Brand Communication Manager faces challenges in the era of the intensity of global competition as well as factors affecting the economy and the COVID-19 pandemic, which are carried out directly with customers. So that this Customer Relations activity is important to provide the best information and education services for customers to maintain customer loyalty at PT Mikatasa Agung. This study aims to determine the Customer Relations Activities of PT Mikatasa Agung in Maintaining Customer Loyalty.

The data validity technique used is in the form of triangulation of data or sources. The research subjects were the Marketing Manager, Brand Communication and Sales Marketing Representative of PT Mikatasa Agung as key informants, besides that three customers were categorized, distributors/repackers, ex-customers, and new customers as informants. Data collection techniques used in the form of primary data and interviews and secondary data with documentation.

The results of this study, customer relations activities and management functions are carried out by Marketing and Brand Communication as a bridge between internal parties and the company and a communication bridge between companies and their publics. This effort aims to maintain relationships and maintain customer loyalty, through the provision of accurate information and forms of customer relations activities.

Keywords: *Organizational Communication, Customer Relations Activites, Benefits, The Purpose, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi yang berjudul “ Aktivitas *Customer Relations* di PT Mikatasa Agung Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan” dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan pengarahan yang dilakukan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, dukungan, nasehat, motivasi dan penuh kesabaran membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliaty, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
3. Bapak Farid Hamid, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Yuliaty, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini sudah mengarahkan dengan baik terkait Akademik.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu mereka kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. PT Mikatasa Agung yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk mendapatkan kesempatan melakukan riset di departemen marketing.
8. Bapak Andy Sidharta, selaku Manager Marketing PT Mikatasa Agung Jakarta yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan juga sebagai key informan dalam penelitian ini.
9. Ibu Hana Purwaningtyas, selaku Brand Communcation PT Mikatasa Agung Jakarta yang memberikan kesempatan pada penulis untuk diwawancarai sebagai key informan.

10. Bapak Nur Ali Husein, selaku Sales Marketing Representative PT Mikatasa Agung Jakarta yang telah bersedia menjadi key informan dalam penelitian ini.
11. Bapak Alvin Edwinson yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan wawancara sebagai narasumber.
12. Bapak Nasir yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan wawancara sebagai narasumber.
13. Bapak Ditra Permadi yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan wawancara sebagai narasumber.
14. Orang tua dan adik laki-laki saya yang selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini
15. Ivenna Yosephine selaku teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan moral, dan selalu menyemangati penulis untuk selalu mengerjakan tugas akhir skripsi agar dapat selesai tepat waktu.
16. Seluruh teman-teman di program studi Komunikasi yang selalu mendukung penulis selama di Universitas Mercubuana yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini masih jauh dari sempurna, masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan yang ditemukan yang disebabkan karena keterbatasan penulis.

Akhir kata kepada semua pihak yang telah membantu terwujudnya tugas akhir skripsi ini semoga Tuhan selalu melimpahkan berkat dan karunia-Nya. Amin.

Tangerang, 06 September 2021

Benedict Sugita

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Tanda Lulus	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kajian Teoritis	29
2.2.1 Komunikasi Organisasi	29
2.2.2 <i>Public Relations</i>	34
2.2.2.1 Kegiatan dan Fungsi <i>Public Relations</i>	36
2.2.2.2 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	38
2.2.3 <i>Marketing Public Relations</i>	40
2.2.4 Stakeholder	42
2.2.5 Konsep <i>Customer Relations</i>	45
2.2.6 Kegiatan <i>Customer Relations</i>	47

2.2.7 Loyalitas.....	50
2.2.8 Pelanggan.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	55
3.2 Metode Penelitian	56
3.3 Subjek Penelitian	57
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	59
3.4.1 Data Primer	60
3.4.2 Data Sekunder.....	60
3.5 Metode Analisis Data.....	62
3.6 Metode Keabsahan Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	65
4.1.1 Sejarah PT Mikatasa Agung.....	65
4.1.2 Logo PT Mikatasa Agung.....	66
4.1.3 Lingkungan PT Mikatasa Agung.....	66
4.1.4 Visi dan Misi PT Mikatasa Agung.....	66
4.1.5 Stuktur Organisasi PT Mikatasa Agung.....	68
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.2.1 Komunikasi Organisasi.....	69
4.2.2 Aktivitas Customer Relations	71
4.2.3 Manfaat Customer Relations.....	73
4.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	75
4.3 Pembahasan.....	79
BAB V Kesimpulan dan Saran	
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Akademis	87
5.2.2 Saran Praktis	87
Daftar Pustaka	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Grafik Penurunan Jumlah Pelanggan	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	13



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Mikatasa Agung	66
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	68
Gambar 4.3. Zoom Meeting Departement Mikatasa	70
Gambar 4.4 Aktivitas Gathering Mikatasa	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	91
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian Perusahaan	116
Lampiran 3. Curriculum Vitae	117

