



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Bening Asmarani
44218210029

“STRATEGI HUMAS PT SURYA MADISTRINDO JAKARTA DALAM MEMELIHARA LOYALITAS PELANGGAN UNTUK MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF TAHUN 2022.”

Bibliografi : 5 Bab 67 Halaman + 14 Lampiran + 29 Buku + 2 Internet

ABSTRAK

PT Surya Madistrindo (SM) adalah unit usaha yang bertanggung jawab atas seluruh penjualan tembakau di Indonesia. Surya Madistrindo adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia, didirikan pada tahun 2009. Pandemi Covid ini telah memukul kinerja emiten rokok, PT Surya Madistrindo merubah jadwal kunjungan ke pelanggan sebagai upaya pelaksanaan social distancing. Seiring terhentinya kegiatan tersebut, pendapatan perusahaan diprediksi turun kurang dari 25%. Dan, Keluhan-keluhan pun disampaikan oleh pelanggan. Pada sebuah bisnis di bidang apapun, pelanggan merupakan hal terpenting yang harus didapatkan dan dijaga kepercayaannya. Setiap perusahaan harus mampu menjaga hubungan baik dengan pelanggan di sekitarnya. Oleh karena itu, Humas harus aktif dan kreatif dalam kegiatan menjalin dan memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan Pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil dari penelitian ini adalah Humas PT Surya Madistrindo aktif dan responsif dalam memelihara loyalitas pelanggan. Humas PT Surya Madistrindo sudah melakukan strateginya sesuai dengan pendekatan strategi Humas menurut Rosady Ruslan yaitu Strategi Operasional dengan melakukan pemasaran produk dengan cara membuat iklan

brosur dan menjalin kerjasama sebagai sponsor utama sebuah acara, Pendekatan persuasif edukatif yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada pelanggan terkait dengan informasi mengenai kebijakan perusahaan, Pendekatan tanggung jawab dengan cara memberikan bantuan kepada pelanggan yang membutuhkan lalu memberikan program untuk toko pelanggan seperti *Blocking Display, Shop Blind With Name* dan panel toko serta cepat tanggap dalam merespon komplain, dan Pendekatan eksternal yaitu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

Strategi humas PT. Surya Madistrindo berpengaruh terhadap citra positif perusahaan, maka dari itu humas PT. Surya Madistrindo harus bisa menjaga hubungan baik dengan seluruh pihak yang bekerjasama dengan PT. Surya Madistrindo.

Untuk kedepannya diharapkan PT. Surya Madistrindo tetap menjadi yang terbaik kemudian terus mengembangkan produk-produk yang berkualitas, agar masyarakat yang menggunakan produk PT. Surya Madistrindo jauh lebih unggul dari yang lainnya dan terus meningkatkan pelayanannya.

Kata kunci : Humas, Loyalitas Pelanggan, Citra Positif Perusahaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Mercu Buana University
Faculty Of Communication
Public Relations

Bening Asmarani 44218210029

**“PT SURYA MADISTRINDO JAKARTA PR STRATEGY IN
MAINTENING CUSTOMER LOYALTY TO MAINTAIN A POSITIVE
IMAGE IN 2022.”**

Bibilografi : 5 Chapters 67 Pages + 14 Attachments + 29 Books + 2 Internet

ABSTRACT

PT Surya Madistrindo (SM) is the business unit responsible for all tobacco sales in Indonesia. Surya Madistrindo is one of the largest companies in Indonesia, founded in 2009. The Covid pandemic has hit the performance of cigarette issuers, PT Surya Madistrindo has changed the schedule of visits to customers as an effort to implement social distancing. With the cessation of these activities, the company's revenue is predicted to fall by less than 25%. And, the complaints were submitted by customers. In a business in any field, customers are the most important thing that must be earned and maintained. Every company must be able to maintain good relations with its surrounding customers. Therefore, Public Relations must be active and creative in the activities of establishing and maintaining a harmonious relationship between the company and its customers.

The method used in this research is a qualitative descriptive study with constructivism paradigm. The result of this research is that the PR of PT Surya Madistrindo is active and responsive in maintaining customer loyalty. PR of PT Surya Madistrindo has carried out its strategy in accordance with the PR strategy approach according to Rosady Ruslan, namely Operational Strategy by marketing products by making brochure advertisements and establishing cooperation as the main sponsor of an event, educative persuasive approach, namely by socializing to

customers related to information about policies the company, a responsible approach by providing assistance to customers in need and then providing programs for customer stores such as Blocking Displays, Shop Blind With Names and shop panels and being responsive in responding to complaints, and external approach, namely establishing good relationships with customers.

PR strategy of PT. Surya Madistrindo has an effect on the company's positive image, therefore the PR of PT. Surya Madistrindo must be able to maintain good relations with all parties who cooperate with PT. Surya Madistrindo.

In the future, it is hoped that PT. Surya Madistrindo remains the best and then continues to develop quality products, so that people who use PT. Surya Madistrindo is far superior to the others and continues to improve its services.

KeyWords: Public Relations, Customer Loyalty, Positive Company Image

