

**AKTIVITAS CONSUMER RELATIONS DI RESTORAN
BURGERINDO TJ PRIOK JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Mercu Buana untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana S-1



Syafna Nurfaadhila Khalda

NIM 44218110050

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Aktivitas Consumer Relations di Restoran Burgerindo Tj Priok
Jakarta Utara
Nama : Syafna Nurfaadhila Khalda
NIM : 4421811005082
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations



Jakarta, 6 Agustus 2022
Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si.)



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Lembar Pernyataan Mahasiswa

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syafna Nurfaadhila Khalda
NIM : 44218110050
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Aktivitas Consumer Relations di Restoran Burgerindo” 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, 6 Agustus 2022



Syafna Nurfaadhila K

Pembimbing

Dr. Suraya M.Si

Ketua Bidang Studi

Suryaning Hayati, SE, MM



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Lembar Pengesahan Tugas Akhir

Judul : Aktivitas Consumer Relations di Restoran Burgerindo Tj Priok
Jakarta Utara
Nama : Syafna Nurfaadhila Khalda
NIM : 44218110050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

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

Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M. Si)

Ketua Program Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

Lembar Tanda Lulus Sidang Tugas Akhir

Judul : Aktivitas Consumer Relations di Restoran Burgerindo Tj Priok
Jakarta Utara

Nama : Syafna Nurfaadhila Khalda

NIM : 44218110050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 Agustus 2022

Ketua Sidang : Dr. Irmulansati, S.H, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Haekal Fajri Amrullah, M.Comn (.....)

Pembimbing : Dr. Suraya, M. Si (.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Syafna Nurfaadhila Khalda
44218110050

Aktivitas Customer Relations di Restoran Burgerindo Tj Priok Jakarta Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Aktivitas *Consumer Relations* di Restoran Burgerindo Tj Priok Jakarta Utara, mulai dari proses penyusunan, pelaksanaan dan evaluasi aktivitas *Customer Relations* di Restoran Burgerindo.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Subjek penelitian ini meliputi pengelola Restoran Burgerindo (4 orang) terdiri dari Kepala Operasional, Kepala Marketing dan Staff Burgerindo. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif meliputi pengumpulan data, mengorganisasikan data, pengelolaan data, verifikasi dan penafsiran data dan pengambilan keputusan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aktivitas *consumer relations* yang sudah dilakukan Burgerindo Tj Priok yaitu dengan berkomunikasi langsung dengan konsumen melalui media sosial atau bertatap muka langsung.

Kata kunci: Aktivitas, *Customer Relations*



Universitas Mercu Buana
Faculty Ilmu Komunikasi
Field of Public Relations Studies
Syafna Nurfaadhila Khalda
44218110050

Aktivity Customer Relations at Restoran Burgerindo Tj Priok North Jakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the less than optimal strategy at Burgerindo Restaurant, starting from the process of preparing, implementing and evaluating Public Relations strategies at Burgerindo Restaurant.

This research is a descriptive research. The subjects of this research include the manager of Burgerindo Restaurant (4 people) consisting of the Head of Operations, Head of Marketing and Burgerindo Staff. Data was collected by observation, interviews and documentation. The data obtained were analyzed descriptively including data collection, data organization, data management, data verification and interpretation and decision making.

The results showed that in consumer relations activities that have been carried out by Burgerindo Tj Priok, namely by communicating directly with consumers through social media or face to face.

Keywords: Activity, *Customer Relations*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Aktivitas Consumer Relations di Restoran Burgerindo Tj Priok Jakarta Utara”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr, Suraya M. Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dr. Suraya M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah menyediakan tenaga, waktu dan pikiran untuk penulis dalam memberikan bimbingan, fasilitas, serta masukan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Suryaning Hayati, SE, MM Ibu selaku Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana

kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Andre Al Farysie yang telah memberikan doa dan semangat kepada diri saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Vera, April, Hanny, Shafa, Yogi, Aci, Faris, Amel, Suci, Mayrisca, Icha, serta teman teman lain yang memberikan bantuan ketika pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 7 Februari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Syafna Nurfaadhila Khalda

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	Vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Teori	10
2.2.1 Komunikasi	10
2.2.2 Public Relations	10
2.2.3 Strategi Public Relations	12
2.2.4 Tahapan Perencanaan Strategi Public Relations	13
2.3 Customer Relationship Management (CRM)	15
2.3.1 Konsep Customer Relationship Management	16
2.2.2 Definisi Customer Relationship Management	17

2.2.3 Pengukuran Customer Relationship Management	18
2.4 Media Sosial	18
2.4.1 Pengertian Media Sosial	18
2.4.2 Karakteristik Media Sosial	20
2.4.3 Fungsi Media Sosial	21
2.4.4 Instagram	22
2.4.4.1 Fitur-Fitur Instagram	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Subjek Penelitian	26
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.7 Teknik Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Restoran Burgerindo	31
4.1.1 Visi dan Misi	31
4.1.2 Struktur Tugas Pegawai Burgerindo	31
4.1.3 Deskripsi Public Relations di Restoran Burgerindo	32
4.1.4 Deskripsi Data	32
4.1.5 Identitas Informan	33
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Mendefinisikan Masalah	34



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

4.2.2 Perencanaan dan Pemrograman	36
4.2.3 Mengambil Tindakan dan Komunikasi	39
4.2.4 Mengevaluasi Program	44
4.2.5 Hambatan Strategi Public Relations di Restoran Burgerindo	46
4.3 Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

