



AKTIVITAS *CONSUMER RELATIONS* PT RIFAN FINANCINDO JAKARTA SELATAN

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relation*

Disusun Oleh :

Jonathan Adiguna Tarigan

44218110185

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022


LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Jonathan Adiguna Tarigan
NIM : 44218110185
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relation
Judul : Aktivitas Komunikasi Dengan Konsumen (*Consumer Relations*) PT Rifan Financindo Jakarta Selatan

Jakarta, 17 September 2022

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCUBUANA


(Syerli Haryati SS., M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Jonathan Adiguna Tarigan
NIM : 44218110185
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : *Aktivitas Consumer Relations* PT Rifan Financindo Jakarta Selatan

Jakarta, 17 September 2022



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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(.....)

Penguji Ahli
(Diah Wardhani, M.Si)

(.....)

Pembimbing
(Syerli Haryati SS., M.Ikom)

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Aktivitas Komunikasi dengan Konsumen (*consumer Relations*) PT Rifan Financindo Jakarta Selatan
Nama : Jonathan Adiguna Tarigan
NIM : 44218110185
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relation*

Jakarta, 17 September 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relation*

(Syerli Haryati SS., M.Ikom)

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

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Jonathan Adiguna Tarigan
NIM 44218110185
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : *Aktivitas Consumer Relations* PT Rifan Financindo Jakarta Selatan 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, 17 September 2022

Yang membuat pernyataan,

(Jonathan Adiguna Tarigan)

Mengetahui,

Pembimbing

(Syerli Haryati SS., M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan saya kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “AKTIVITAS *consumer RELATIONS* DI PT RIFAN FINANCINDO JAKARTA SELATAN ”. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti sidang akhir dan memperoleh gelar Sarjana (S.Ikom) pada program strata S-1 dalam jurusan *Public Relation*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus dan ikhlas atas bimbingan, perhatian dan dukungan yang telah diberikan oleh:

1. Ibu Dr. Elly Yuliawati M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Suryaning Hayati SE., MM., M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi *Public Relation* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Ibu Syerli Haryati SS. M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan penelitian ini dengan segala ilmu yang dimiliki oleh beliau dan kesabaran beliau dalam membimbing penelitian hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Yuliawati S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terimakasih telah membantu serta memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua, papa Terkelin Tarigan dan Mama Sumasari Sinulingga saudara-saudara saya dan semua keluarga yang tidak dapat peneliti sebut

satu persatu yang selalu memberikan doa, restu, dan segalanya untuk peneliti. Terima kasih atas kasih sayangnya.

7. Bapak Andry selaku *Public Relation Officer* PT. Rifan Financindo Berjangka yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat meneliti PT. Rifan Financindo Berjangka.
8. Reny Darmita Sembiring selaku pacar yang selalu memberikan dukungan, perhatian dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih memerlukan banyak perbaikan untuk menuju kesempurnaan, karena keterbatasan dan kemampuan yang peneliti miliki. Dengan kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini.



Jakarta, 17 September 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jonathan Adiguna Tarigan

NIM: 44218110185



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relation*
Jonathan Adiguna Tarigan
44218110185

Aktivitas Komunikasi Dengan Konsumen (*consumer relations*) di PT. Rifan Financindo Berjangka dalam mempertahankan Citra Positif
Bibliografi: 3 Bab 32 hal + 17 Buku + 11 Jurnal + 3 Internet

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha seperti jasa investasi semakin hari semakin meningkat. Peningkatan ini tentunya harus dibarengi oleh layanan hubungan pelanggan yang baik dan sinergis. Untuk itu, *consumer relations* memegang peran penting dalam pelayanan publik bagi para pelanggan dan konsumennya. Konsep *consumer relations* tercipta karena pelaku bisnis melihat bahwa pelanggan merupakan fondasi bisnis dan merekalah yang membuat bisnis tetap ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *consumer relations* di PT Rifan Financindo Berjangka Jakarta Selatan

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dimana peneliti menelaah satu kasus secara intensif dan mendalam. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, serta dokumentasi. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 2 (dua) orang wakil dari perusahaan dan 2 (dua) orang wakil dari konsumen atau pelanggan.

Hasil penelitian menghasilkan temuan yaitu 1) Bagaimana Business Consultant menggali informasi awal tentang *consumer* yang dilakukan oleh para consultant. 2) Aktivitas *consumer relations* dalam melayani pelanggan meliputi 3 faktor: Komunikasi yang dilakukan oleh Business Consultant adalah Bentuk Komunikasi langsung dan tidak langsung dengan konsumen, Pelayanan terbaik yang diberikan konsumen, dan Penanganan keluhan dengan konsumen.

Penelitian ini menyimpulkan dalam mencapai layanan melakukan berbagai aktivitas *consumer relations* baik langsung maupun tidak langsung. Business Consultant yang menjalani peran sebagai *consumer relations* dalam berhubungan dengan konsumen telah mengerti akan pentingnya dan menjalani aktivitas *consumer relations* yang telah ditentukan di PT Rifan Financindo.

Kata Kunci: *Aktivitas Komunikasi, Hubungan Konsumen, , PT Rifan Financindo*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relation*
Jonathan Adiguna Tarigan
44218110185

Communication Activities with *consumers (consumer relations)* at PT. Rifan
Financindo Futures in Maintaining a Positive Image
Bibliography: 3 Chapters 32 pages + 17 Books + 11 Journals + 3 Internet

ABSTRACT

The development of the business world such as investment services is increasing day by day. This increase must of course be accompanied by good and synergistic customer relations services. For this reason, consumer relations plays an important role in public services for customers and consumers. The concept of consumer relations is created because business people see that customers are the foundation of the business and they are what keep the business going. This study aims to determine consumer relations activities at PT Rifan Financindo Futures, South Jakarta

This type of research uses descriptive qualitative research where the researcher examines a case intensively and in depth. This study uses interview, observation, and documentation data collection techniques. The informants in this study were 2 (two) representatives from the company and 2 (two) representatives from consumers or customers.

The results of the study resulted in findings, namely 1) How did the Business Consultants dig up initial information about consumers by the consultants. 2) Consumer relations activities in serving customers include 3 factors: Communication carried out by Business Consultants is a form of direct and indirect communication with consumers, the best service provided by consumers, and Handling complaints with consumers.

This study concludes that in achieving service, various consumer relations activities are carried out, either directly or indirectly. Business Consultants who play a role as consumer relations in dealing with consumers have understood the importance and carried out consumer relations activities that have been determined at PT Rifan Financindo.

Keyword: *consumer Relation, Communication Activities, Corporate Image, PT Rifan Financindo*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	II
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	III
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	13
2.2.1 Public Relation.....	13
2.2.1.1 Pengertian <i>Public Relation</i>	13
2.2.2 <i>Customer Relation</i>	16
2.2.2.1 Pengertian <i>Customer Relations</i>	16
2.2.3 <i>Marketing Public Relations (MPR)</i>	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Subyek Penelitian.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan.....	25
3.5 Narasumber.....	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	28
3.8 Lokasi Penelitian.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	30
4.1.1 Struktur Organisasi.....	34
4.2 Hasil Penelitian.....	36
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Penutupan.....	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Pialang Teraktif Periode 2021	7
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Table 3.1 <i>Keyinformant</i> dan <i>Informant</i> Penelitian.....	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT. Rifan Financindo Berjangka	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara.....	72
Lampiran 2 Dokumentasi Dengan <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i>	87
Lampiran 3 <i>Curriculum Vitae</i>	89

