



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT ASTELLAS
PHARMA INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Dwi Ratnasari
NIM : 44219110205

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Ratnasari
NIM : 44219110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Strategi Marketing Public Relations PT Astellas Pharma Indonesia Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.*

Menyatakan Bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar, Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Agustus 2023



METERAI
TEMPEL
2D5FDAKX604301791
Dwi Ratnasari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi diajukan oleh:

Nama : Dwi Ratnasari
NIM : 44219110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* PT
Astellas Pharma Indonesia Dalam Memperetahankan Loyalitas Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi. Ilmu Komunikasi., Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

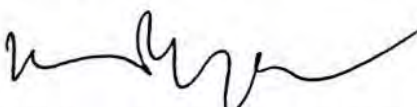
Disahkan Oleh :

Pembimbing 1 : Dr. Nur Kholisoh, M.Si
NIDN : 030604701
Ketua Penguji : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si
NIDN : 0310016901
Penguji Ahli : Mardhiyyah, M.IKom
NIDN : 0314038802



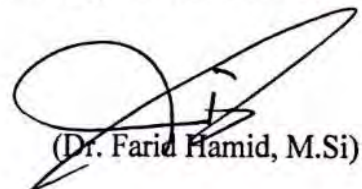
Jakarta, 26 Agustus 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Ratnasari
NIM : 44219110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Strategi Marketing Public Relations PT
Astellas Pharma Indonesia Dalam Memperetahankan Loyalitas Pelanggan*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 26 Agustus 2023

Yang Menyatakan,




Dwi Ratnasari

ABSTRAK

Nama : Dwi Ratnasari
NIM : 44219110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* PT Astellas Pharma Indonesia Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Persaingan bisnis dan perdagangan industri farmasi di Indonesia saat ini semakin kompetitif banyak produk-produk kompetitor yang bermunculan dan berdampak kepada penurunan loyalitas pelanggan Astellas. Untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam persaingan yang ketat ini, diperlukan kegiatan yang dapat menjalin hubungan baik, mengkomunikasikan keunggulan produk dan layanan perusahaan Astellas untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar pelanggan tidak beralih ke produk serta layanan dari perusahaan lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Marketing Public Relation* yang dilakukan PT Astellas Pharma Indonesia Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini menggunakan Empat proses pokok *Public relations* menurut *Cutlip & Center* yang terdiri dari *Defining Problem, Planning and Programming, Taking Action & Communicating* serta *Evaluating the program*. serta menggunakan konsep *Marketing Public Relations* yakni *Three Ways Strategy* menurut *Kotler* yaitu *push, pull* dan *pass* untuk mengetahui Strategi *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif serta paradigma konstruktivisme.

Hasil temuan penelitian ini adalah Strategi *Push, Pull* dan *Pass* yang dilakukan oleh *Product Manager* dan *Medical Representative* PT Astellas Pharma Indonesia dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah melakukan aktivitas *Customer Relations face to face* seperti kunjungan rutin kepada 8 pelanggan setiap hari dengan pendukung publikasi brosur, flyer, dan Slide Produk di Ipad. Serta melakukan aktivitas event seperti *Round Table Discussion, Focus Group Discussion, Product Presentation, Webinar, Symposium Nasional, HCO Grant, Sponsorship* dan *CSR*.

Kata Kunci: Farmasi, *Public Relations*, Strategi *Marketing Public Relations*, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Name : Dwi Ratnasari
NIM : 44219110205
Study Program : Communication Studies
Title of Thesis Report : Marketing Public Relations Strategy of PT Astellas Pharma Indonesia in Maintaining Customer Loyalty

Competition in the business and trade of the pharmaceutical industry in Indonesia is currently increasingly competitive, many competing products have emerged and have had an impact on decreasing Astellas customer loyalty. To achieve success in this intense competition, activities are needed that can establish good relations, communicate the superiority of the Astellas company's products and services to maintain customer loyalty so that customers do not switch to products and services from other companies. The aim of this research is to find out the Marketing Public Relations Strategy implemented by PT Astellas Pharma Indonesia in Maintaining Customer Loyalty.

This study uses the four main processes of Public Relations according to Cutlip & Center which consist of Defining Problems, Planning and Programming, Taking Action & Communicating and Evaluating the program. as well as using the concept of Marketing Public Relations, namely the Three Ways Strategy according to Kotler, namely push, pull and pass to find out the Marketing Public Relations Strategy in maintaining customer loyalty. In this study the method used is a case study with a qualitative approach and constructivism paradigm.

The findings of this study are the Push, Pull and Pass Strategy carried out by the Product Manager and Medical Representative of PT Astellas Pharma Indonesia in maintaining customer loyalty by conducting face-to-face Customer Relations activities such as routine visits to 8 customers every day with supporting publication of brochures, flyers, and Swipe Products on Ipad. As well as carrying out event activities such as Round Table Discussions, Focus Group Discussions, Product Presentations, Webinars, National Symposiums, HCO Grants, Sponsorship and CSR.

Keywords: *Pharmacy, Public Relations, Public Relations Marketing Strategy, Customer Loyalt*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Kasih Sayangnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak penulis mendapat syafaatnya dihari akhir.

Penulisan skripsi ini disusun dan diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Komunikasi bidang studi Public Relations. Judul yang penulis ajukan adalah “Strategi *Marketing Public Relations* PT. Astellas Pharma Indonesia dalam mempertahankan loyalitas pelanggan”.

Dalam penyusunan dan proses penulisan skripsi ini banyak sekali rintangan dan kesulitan yang dialami oleh penulis dan alhamdulillah dapat selesai dengan baik. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, menemani dengan setia dan berjuang bersama sampai pada akhirnya penyusunan ini dapat terselesaikan, kepada pihak-pihak tersebut yaitu”

1. Dr. Nur Kholisoh, M.Si, selaku Dosen pembimbing yang senantiasa selalu sabar, bijaksana dalam memberikan saran, arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Elly Yuliatwati, M.Si, selaku Dosen Penguji Sempro yang banyak memberi masukan kepada peneliti.
5. Dr. Nurhayani Saragih, M.Si, selaku Ketua Sidang Skripsi yang banyak memberikan ilmu dan pembelajaran kepada Penulis.

6. Ibu Mardiyah, M.Ikom selaku Dosen Penguji Ahli yang banyak memberikan Arahan dan masukan terkait skripsi penulis.
7. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Public Relations Universitas Mercu Buana. Terimakasih telah memberikan ilmu dan pemahaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Para staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang selalu membantu peneliti dalam pengurusan dokumen-dokumen yang diperlukan selama masa kuliah.
9. Seluruh Staff dan Narasumber PT. Astellas Pharma Indonesia yang telah memberikan ijin serta bersedia membantu penulis dalam memperoleh sumber informasi dan wawancara untuk menunjang penelitian ini.
10. Kepada Orang tua saya, Bapak Slamet Riyadi dan Ibu Rasimah yang selalu memberikan kasih sayang yang tidak terbatas selama ini serta mendukung dan mendoakan sehingga penulis diberikan kemudahan oleh Allah untuk menyelesaikan Skripsi ini.
11. Rizal Bima Saputra yang telah menjadi support sistem penulis selama ini karena selalu menemani, memberi dukungan dan memotivasi dikala penulis menemui kesulitan.
12. Kaka dan adikku tersayang yang senantiasa memberika doa dan dukungan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang berlipat ganda. Skripsi ini penulis kerjakan dengan kerja keras dan rasa sabar dan penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan maupun kekurangan dan jauh dari sempurna, maka dari itu penulis bersedia menerima baik kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri.

Jakarta, 26 Agustus 2023

Dwi Ratnasari

DAFTAR ISI

| | Hal |
|--|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iii |
| TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| <i>KATA PENGANTAR</i>..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Akademis | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 28 |
| 2.2.1 <i>Public Relations</i> | 28 |
| 2.2.1.1 <i>Pengertian Public Relations</i> | 29 |
| 2.2.1.2 <i>Fungsi dan Peran Public Relations</i> | 29 |
| 2.2.1.3 <i>Public Relations dan Hubungannya</i> | 31 |
| 2.2.1.4 <i>Ruang Lingkup Public Relations</i> | 33 |
| 2.2.2 <i>Pengertian Strategi</i> | 34 |
| 2.2.2.1 <i>Fungsi Strategi</i> | 37 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.2.3 | Marketing <i>Public Relations</i> | 40 |
| 2.2.3.1 | Tujuan Marketing <i>Public Relations</i> | 44 |
| 2.2.3.2 | Strategi Marketing <i>Public Relations</i> | 45 |
| 2.2.3.3 | Peranan Marketing <i>Public Relations</i> | 47 |
| 2.2.3.4 | Tugas Marketing <i>Public Relations</i> | 48 |
| 2.2.3.5 | Perangkat Utama Marketing <i>Public Relations</i> | 49 |
| 2.2.4 | Loyalitas Pelanggan | 49 |
| 2.2.4.1 | Konsep Loyalitas Pelanggan | 54 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | |
| 3.1 | Paradigma Penelitian | 55 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 56 |
| 3.3 | Subjek Penelitian | 58 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 60 |
| 3.4.1 | Data Premier..... | 60 |
| 3.4.2 | Data Sekunder | 61 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 63 |
| 3.5.1 | Reduksi Data | 63 |
| 3.5.2 | Penyajian Data | 63 |
| 3.5.3 | Penarikan Kesimpulan | 64 |
| 3.6 | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 64 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 66 |
| 4.1.1. | Sejarah Singkat PT Astellas Pharma Indonesia..... | 66 |
| 4.1.2 | Logo Perusahaan..... | 67 |
| 4.1.3 | Identitas Perusahaan | 68 |
| 4.1.4 | Visi, Misi dan Filosofi Perusahaan..... | 70 |
| 4.1.5 | Produk-Produk PT Astellas Pharma Indonesia | 71 |
| 4.1.6 | Struktur Organisasi Perusahaan..... | 74 |

| | |
|--|------------|
| 4.2 Hasil Penelitian | 76 |
| 4.2.1 <i>Marketing Public Relations</i> PT Astellas Pharma Indonesia | 76 |
| 4.2.2 Loyalitas Pelanggan PT Astellas Pharma Indonesia | 96 |
| 4.3 Pembahasan | 98 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 103 |
| 5.2 Saran | 105 |
| 5.2. 1 Saran Akademis | 105 |
| 5.2. 2 Saran Praktis | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | 107 |
| LAMPIRAN | |

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian & Wawancara dengan Key Informant

Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian dan Wawancara

Lampiran 4. Surat Persetujuan Penelitian dan Wawancara