



**AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONS DALAM
MENGEMBALIKAN CITRA POSITIF STARBUCKS KOTA
KASABLANKA JAKARTA**



SKRIPSI

CLARASATI ADINDA
UNIVERSITAS
44219110188
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Clarasati Adinda Tamtomo
NIM : 44219110188
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Customer Relations
Dalam Mengembalikan Citra Positif Starbucks Kota Kasablanka Jakarta

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, 06 September 2023


BEAKX651669020
METERAL
TEMPER

Clarasati Adinda Tamtomo

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Clarasati Adinda Tamtomo
NIM : 44219110188
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Customer Relations Dalam Mengembalikan Citra Positif Starbucks Kota Kasablanka Jakarta

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 MercuBuana.


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Gufroni Sakaril, MM
NIDN : 0322026601
Ketua Penguji : Anindita M. Ikom
NIDN : 0306018903
Penguji Ahli : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si
NIDN : 0330077301

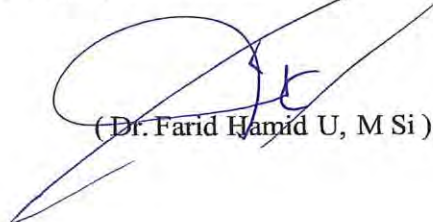
()
()
()

Jakarta, 6 September 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua program Studi Ilmu Komunikasi

()
(Dr. Farid Hamid U, M.Si)

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

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

Nama : Clarasati Adinda Tamtomo
NIM : 44219110188
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Customer Relations
Dalam Mengembalikan Citra Positif Starbucks Kota Kasablanka Jakarta

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, 6 September 2023
Yang menyatakan,



(Clarasati Adinda Tamtomo)

ABSTRAK

Nama : Clarasati Adinda
NIM : 44219110188
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Customer Relation Dalam Mengembalikan Citra Positif Starbucks Kota Kasablanka Jakarta
Pembimbing : Gufroni Sakaril Drs, MM

Citra Positif Starbucks Kota Kasablanka Jakarta sangatlah dibutuhkan, meski adanya masalah yang terjadi dalam prosesnya perusahaan. Citra baik dan positif sebuah perusahaan jasa pelayanan sangat ditentukan dengan pelayanan yang diberikan. Disini Starbucks Kota Kasablanka Jakarta adalah kedai kopi yang berinteraksi langsung dengan konsumen untuk menentukan tercapai tidaknya kepuasan konsumen. Customer relations sendiri pada intinya yaitu bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan konsumen dan mengembalikan citra baik perusahaan dengan CRM. Sehingga menjadi focus penelitian ini adalah mengetahui aktivitas *Customer Relation* di Starbucks Kota Kasablanka dalam mengembalikan citra positif.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori proses Public Relations dari Cutlip & Center yang menjelaskan proses Public relations meliputi *fact finding, planning, communication* dan *evaluation*, serta teori CRM dari Anton dan Goldenbery mengenai aspek CRM yaitu, sumber daya, teknologi dan proses.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme dengan metode deskriptif – kualitatif. Subjek penelitian yang akan di teliti yaitu dua orang internal Starbucks kota kasablanka dan tiga orang pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam sebagai data primer dan menggunakan rekaman wawancara berupa teks, foto, dokumentasi dan beberapa literature studi pustaka sebagai data sekunder

Hasil penelitian ini aktivitas yang dilakukan oleh starbucks Kota Kasablanka dimulai dengan *fact fincing* ketika ditemukannya fakta keluhan dari pelanggan serta menurunnya jumlah omset, lalu dilakukan *planning* di mana pengelola melakukan rencana menangani keluhan dengan menawarkan promo, menangani saran dengan segera serta memberi edukasi lebih mendalam kepada pelanggan, lalu *Communication* di mana implementasinya dilakukan langsung oleh seluruh lapisan pengelola Starbucks Kota Kasablanka, dan adanya juga *evaluation* dengan menyebar form survey timbal balik dalam struk belanja.

Kata Kunci : Customer Relation Management, pelanggan, food and beverages, citra

ABSTRACT

Name : Clarasati Adinda
NIM : 44219110188
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Customer Relations Activities in
Restoring the Positive Image of Starbucks Kota Kasablanka Jakarta
Counsellor : Gufroni Sakaril Drs, MM

The Positive Image of Starbucks Kota Kasablanka Jakarta is urgently needed, even though there are problems that occur in the company's process. The good and positive image of a service company is largely determined by the services provided. Here Starbucks Kota Kasablanka Jakarta is a coffee shop that interacts directly with consumers to determine whether or not consumer satisfaction has been achieved. Customer relations itself is essentially how to establish good relationships with consumers and restore the company's good image with CRM. So the focus of this research is to determine Customer Relations activities at Starbucks Kota Kasablanka in restoring a positive image.

The theory used in this research is the Public Relations process theory from Cutlip & Center which explains the Public Relations process including fact finding, planning, communication and evaluation, as well as the CRM theory from Anton and Goldenbery regarding CRM aspects, namely, resources, technology and processes.

This study uses a post-positivism paradigm with a descriptive-qualitative method. The research subjects to be examined were two internal Starbucks Kota Kasablanka people and three customers. The data collection technique uses in-depth interviews as primary data and uses recorded interviews in the form of text, photos, documentation and several literature studies as secondary data.

The results of this research are that the activities carried out by Starbucks Kota Kasablanka began with fact finding when the facts of complaints from customers were discovered and the number of turnover was decreasing, then planning was carried out where the management carried out a plan to handle complaints by offering promos, handling suggestions immediately and providing more in-depth education to customers. , then Communication where implementation is carried out directly by all levels of Starbucks Kota Kasablanka management, and there is also evaluation by distributing reciprocal survey forms in shopping receipts.

Keywords: *Customer Relations Management, customers, food and beverages, image*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi.....	18
2.2.2 Tujuan Komunikasi Organisasi.....	18
2.2.3 Pengertian Public Relations.....	19
2.2.4 Fungsi dan Tujuan Public Relations.....	20
2.2.5 Proses Public Relations.....	22
2.2.6 Marketing Public Relations/MPR.....	24
2.2.7 Pengertian Customer Relationship Management.....	26
2.2.8 Faktor – Faktor Customer Relationship Management.....	27
1.2.9 Customer Relation Management Sebagai Public Relations.....	34
2.2.10 Pengertian Citra Perusahaan.....	35
BAB III.....	37

METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Subyek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	44
BAB IV.....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.3 Logo Perusahaan.....	48
4.1.4 Struktur Organisasi.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1. Aktivitas starbucks kota kasablanka dalam mengembalikan citra positif .54	
4.2.2. Sumber daya yang dimiliki starbucks kota kasablanka dalam mengembalikan citra positif.....	64
4.2.3 Teknologi yang ada di starbucks kota kasablanka dalam mengembalikan citra positif.....	69
4.2.4 Proses yang dilakukan starbucks kota kasablanka dalam mengembalikan citra positif.....	74
4.3. Pembahasan.....	82
4.3.1. Aktivitas dalam mengembalikan citra positif.....	82
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran.....	95
5.2.1. Saran Akademis.....	95
5.2.2. Saran Praktis.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	99

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian Aktivitas Customer Relation Dalam Mengembalikan Citra Positif Starbucks Kota Kasablanka Jakarta yang menjadi salah satu tugas mata kuliah Metode Penelitian Kualitatif ini dapat tersusun hingga selesai.

Atas dukungan moral dan materiil yang diberikan dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Gufroni Sakaril, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi banyak bimbingan dalam penyusunan penelitian ini.
2. Ibu Elly Yuliatwati, M. Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr.Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.SI selaku penguji ahli sidang akhir pada 23 Agustus 2023
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Kepala Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang memberikan dukungan dan arahan
5. Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Ketua sidang akhir pada 23 Agustus 2023
6. Bapak/ Ibu dosen dan seluruh karyawan Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan motivasi dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Rekan-rekan kelas jurusan S1 Public Relations yang telah memberikan semangat dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terlepas dari semua itu, karena keterbatasan pengetahuan, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam makalah ini baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan penelitian ini.

Akhir kata, semoga kedepannya diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan inspirasi bagi pembacanya.

Jakarta, 10 Agustus 2023

Penulis