



**PERAN MARKETING *PUBLIC RELATIONS* DI PT. LION
EXPRESS (LION PARCEL) DALAM MENDUKUNG
LOYALITAS PELANGGAN**

LAPORAN SKRIPSI

Calista Pembayun Kristin Nugraeni

44216120085

**UNIVERSITAS
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 : Calista Pembayun Kristin Nugraeni

NIM : 44216120085

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Peran Marketing Public Relation di PT. Lion Express (Lion Parcel) Dalam Mendukung 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, 2 Maret 2023

UNIVER
MERCU BUANA



Calista Pembayun Kristin Nugraeni

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Calista Pembayun Kristin Nugraeni
NIM : 44216120085
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Marketing Public Relation di PT. Lion Express (Lion Parcel) Dalam Mendukung 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 : Eka Perwita Sari Fauzi, M.Ed ()
NIDN : 0316088201
Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si ()
NIDN : 0330077301
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201

Jakarta, 6 Maret 2023

UNIVERSITAS

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(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 : Calista Pembayun Kristin Nugraeni
NIM : 44216120085
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Marketing Public Relation di PT. Lion Express (Lion Parcel) Dalam Mendukung 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, 2 Maret 2023

Yang menyatakan,



(Calista Pembayun Kristin Nugraeni)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Calista Pembayun Kristin Nugraeni
44216120085

Bibliografi : 5 Bab + 141 Halaman + 24 Buku + 5 Jurnal + 4 Internet

Peran Marketing Public Relation Di PT. Lion Express (Lion Parcel) Dalam Mendukung Loyalitas Pelanggan.

ABSTRAK

Perusahaan jasa pengiriman bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Perusahaan pengiriman menawarkan layanan yang bervariasi. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat sehingga diperlukan peran *marketing public relation* untuk mengatasi persaingan tersebut dan menjadikan mereka pilihan utama pelanggan. Demi memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Salah satu diantaranya adalah PT. Lion Express (Lion Parcel). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran marketing public relation di PT. Lion Express (Lion Parcel) dalam mendukung loyalitas pelanggan.

Pada Penelitian ini menggunakan teori Three Ways Strategy menurut Kotler terdapat tiga bentuk yang digunakan, antara lain: Push Strategy, Pull Strategy dan Pass Strategy dalam peran Marketing Public Relation dalam mendukung loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivis dengan metode deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara secara mendalam, publikasi dan informasi yang didapatkan melalui internet. Pemeriksaan keabsahan menggunakan Triangulasi sumber.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini bahwa Marketing Public Relations PT. Lion Express (Lion Parcel) menerapkan teori Three Ways Strategy dalam menjalankan perannya dalam mendukung loyalitas pelanggan, yang terdiri dari tiga elemen, Push Strategy, Pull Strategy dan Pass Strategy. Berdasarkan ketiga element dalam teori Three Ways Strategy, elemen yang paling sering digunakan adalah Push Strategy dan Pull Strategy. Sedangkan elemen yang jarang dilakukan oleh perusahaan itu adalah Pass Strategy.

Kata Kunci : Marketing Public Relations, Peran Marketing Public Relations, Ekspedisi, Loyalitas Pelanggan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA University Of Mercu Buana
Faculty of Communication Science

Public Relations

Calista Pembayun Kristin Nugraeni

44216120085

Bibliografi : 5 Chapters+ 141 Pages+ 24 Book + 5 Journal + 4 Internet

The Role Of Marketing Public Relations At PT. Lion Express (Lion Parcel) In Support Of Customer Loyalty.

ABSTRACT

Shipping companies compete to provide the best service to their customers. Shipping companies offer a variety of services. This makes the competition between companies tighter so that the role of marketing public relations is needed to overcome this competition and make them the first choice of customers. In order to meet the needs of shipping goods, currently many freight forwarding companies continue to grow and compete to capture the market. One of them is PT Lion Express (Lion Parcel). This research aims to find out how the role of marketing public relations at PT Lion Express (Lion Parcel) in supporting customer loyalty.

In this study using the Three Ways Strategy theory according to Kotler, there are three forms used, including: Push Strategy, Pull Strategy and Pass Strategy in the role of Marketing Public Relations in supporting customer loyalty.

This research uses a post-positivist paradigm with qualitative descriptive methods, and data collection techniques through in-depth interview methods, publications and information obtained through the internet. Validity checks using source triangulation.

The conclusion that can be drawn from the results of this study is that Marketing Public Relations of PT Lion Express (Lion Parcel) applies the Three Ways Strategy theory in carrying out its role in supporting customer loyalty, which consists of three elements, Push Strategy, Pull Strategy and Pass Strategy. Based on the three elements in the Three Ways Strategy theory, the most frequently used elements are Push Strategy and Pull Strategy. While the element that is rarely done by the company is Pass Strategy.

Keywords: Marketing Public Relations, The Role of Marketing Public Relations, Expedition, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Peneliti memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kasih karunia dan rahmat-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Peran Marketing Public Relations di PT. Lion Express (Lion Parcel) Dalam Mendukung Loyalitas Pelanggan”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, terutama kepada:

1. Ibu Eka Perwitasari, M.Ed, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dalam menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi Saya.
2. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si selaku Wakil Ketua Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

5. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom, selaku Sekretariat Program Studi 2 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan dan memberikan informasi selama proses belajar di kampus
7. Kepada narasumber dari PT. Lion Express (Lion Parcel) sebagai key informan dan informan atas informasi yang sudah diberikan kepada peneliti
8. Kepada kedua orangtua tercinta Ayahanda Bekti Santosa dan Ibunda Sriyati yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan moril dan semangat tiada henti kepada peneliti.
9. Para Sahabat terdekat dan rekan kerja saya yang memberikan semangat dan motivasi serta dukungan kepada peneliti.
10. Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan penulis dalam penulisan skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik bentuk, isi, maupun teknik penyajiannya. Semoga kehadiran skripsi ini memenuhi sasarannya.

Jakarta, 2 Maret 2023

Penulis



Calista Pembayun K N

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
2.1 Latar Belakang Penelitian	1
2.2 Fokus Penelitian	5
2.3 Tujuan Penelitian.....	6
2.4 Manfaat Penelitian.....	6
2.4.1 Manfaat akademis	6
2.4.2 Manfaat praktis.....	6
2.4.3 Manfaat sosial	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
3.1 Penelitian Terdahulu.....	8
3.2 Kajian Teoretis	17
3.2.1 <i>Public Relations</i>	17
3.2.2 Peran <i>Public Relations</i>	19
3.2.3 Marketing Public Relation	21
3.2.4 Peran Marketing Public Relation	23
3.2.5 Teori Three Ways Strategy	24
3.2.6 Loyalitas Pelanggan	30

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	33
4.1	Paradigma Penelitian	33
4.2	Metode Penelitian.....	35
4.3	Subyek Penelitian	37
4.4	Teknik Pengumpulan Data (Data Primer dan data Sekunder	39
4.4.1	Data Primer	40
4.4.2	Data Sekunder	41
4.5	Teknik Analisis Data	41
4.5.1	Data Reduction.....	43
4.5.2	Data Display.....	44
4.5.3	Kesimpulan	44
4.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
5.1.1	Tentang PT Lion Express (Lion Parcel).....	49
5.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	51
5.1.3	Logo Perusahaan.....	51
5.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
5.1.5	Lokasi Perusahaan.....	53
5.2	Hasil Penelitian.....	54
5.2.1	<i>Push Strategy</i>	55
5.2.2	<i>Pull Strategy</i>	79
5.2.3	<i>Pass Strategy</i>	91
5.3	Pembahasan	95
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
6.1	Kesimpulan.....	99
6.2	Saran.....	100
6.2.1	Saran Akademis	100

6.2.2	Saran Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3-1 Triangulasi sumber data.....	48
Gambar 4-1 Logo Perusahaan.....	51
Gambar 4-2 Struktur Organisasi Perusahaan	51
Gambar 4 -3 Struktur Organisasi Divisi Marketing.....	52
Gambar 4-4 Denah Lokasi Lion Parcel HQ Kedoya	53
Gambar 4-5 Cabang-Cabang PT. Lion Express (Lion Parcel)	72
Gambar 4-6 Social Media Instagram Lion Parcel.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1-1 Daftar Peringkat Ekspedisi Terbaik di Indonesia 2023	4
Tabel 2-1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2-2 <i>Push, Pull, Pass Public Relations Strategies</i>	28
Tabel 4-1 Hasil Analisis Data <i>Push, Pull, Pass Strategy</i>	95

