

ABSTRAK

Nama : Muhammad Irfan Asnur
NIM : 44217110086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Aktifitas Komunikasi Papi Orange Float Dalam
Membangun Loyalitas Pelanggan di Outlet Gelora Bung Karno
Jakarta
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S. H., M

Loyalitas merupakan aspek penting dalam penilaian kinerja yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaan, jabatan, dan organisasi secara menyeluruh. Di sisi lain, Papi Orange Float, sebuah usaha di industri makanan dan minuman, memiliki tujuan untuk mencapai penjualan yang sesuai dengan visi pendirinya. Namun, tantangan-tantangan dalam bisnis menjadi ujian penting, di mana kesiapan mental dalam menghadapi berbagai tantangan menjadi kunci keberhasilan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi aktivitas komunikasi Papi Orange Float dalam membangun loyalitas pelanggan di lokasi Gelora Bung Karno.

Paradigma konstruktivisme digunakan untuk memahami bagaimana aktivitas komunikasi memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melibatkan informan kunci, informan pendukung, dan informan utama. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang praktik komunikasi dan loyalitas pelanggan dalam konteks bisnis Papi Orange Float. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Sehingga, teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Papi Orange Float, terlihat bahwa upaya yang dilakukan oleh pemilik, manajer, dan karyawan sangatlah relevan dengan konsep komunikasi organisasi yang mencakup komunikasi langsung dan mediated. Mereka memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan aktivitas komunikasi, serta menggunakan berbagai metode komunikasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan .

Kata Kunci: Aktivitas Komunikasi, Strategi, Loyalitas Pelanggan,

ABSTRACT

Name : Muhammad Irfan Asnur
NIM : 44217110086
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report: Papi Orange Float's Communication Activities to Build
Customer Loyalty at the Gelora Bung Karno Jakarta Outlet
Counsellor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S. H., M

Loyalty is an important aspect in performance assessment, encompassing allegiance to the job, position, and organization as a whole. On the other hand, Papi Orange Float, a business in the food and beverage industry, aims to achieve sales aligned with its founder's vision. However, business challenges serve as crucial tests, where mental readiness in facing various obstacles is the key to success. This study aims to explore Papi Orange Float's internal communication activities in building customer loyalty at the Gelora Bung Karno location.

The constructivist paradigm was employed to understand how internal communication activities influence customer loyalty in that context. This research applied a descriptive qualitative method involving key informants, supporting informants, and primary informants. Therefore, this study was expected to provide a deeper understanding of internal communication practices and customer loyalty in the context of the Papi Orange Float business. Data collection techniques involved in-depth interviews, with data validity checked using methodological triangulation.

The results indicate that the analysis of internal communication strategies undertaken by Papi Orange Float demonstrates the relevance of efforts made by owners, managers, and employees to organizational communication concepts, encompassing both direct and mediated communication. They pay attention to internal and external factors to increase communication activities and employ various communication methods to enhance customer loyalty.

Keywords: Communication Activities, Strategies, Customer Loyalty.