



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KRAMA YUDHA
TIGA BERLIAN MOTORS DALAM MEMBANGUN LOYALITAS
PELANGGAN DI AREA SUMATERA BAGIAN SELATAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Regina Christyia

44321120011

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Regina Christyia
NIM : 44321120011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran
PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors
Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan
di Area Sumatera Bagian Selatan

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, 20 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



2000
METERAI
TEMPEL
CB43FALX275236581

Regina Christyia.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Regina Christyia
NIM : 44321120011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Krama
Yudha Tiga Berlian Motors Dalam
Membangun Loyalitas Pelanggan di Area
Sumatera Bagian Selatan

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. Farid Hamid U, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Pembimbing 2 : Siti Muslichatul M, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, S.Ikom, M.A ()
NIDN : 0317089402

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Juli 2024

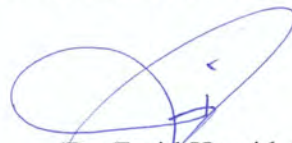
Mengetahui,

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 : Regina Christyia
NIM : 44321120011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Area Sumatera Bagian Selatan

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, 20 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Regina Christyia)

ABSTRAK

Nama : Regina Christyia
NIM : 44321120011
Program Studi : Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Area Sumatera Bagian Selatan
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

Strategi komunikasi pemasaran sangat berperan penting bagi Perusahaan untuk membantu dalam membangun loyalitas pelanggan. Strategi yang diciptakan harus sesuai dengan kebutuhan Perusahaan agar menjadi tepat sasaran akan menggunakan jenis komunikasi apa yang akan digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors untuk membangun loyalitas pelanggannya di area Sumatera Bagian Selatan.

Teori strategi komunikasi pemasaran ini menggunakan strategi RACE yang terdiri dari beberapa tahap untuk menyelesaikan hambatan-hambatan yang terjadi dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran tersebut.

Paradigma penelitian yang dilakukan menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian studi kasus (*case study*). Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara tidak terstruktur kepada informan dan observasi non-partisipan serta studi dokumentasi. Serta teknik analisa data melalui tahapan reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah menggunakan Triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi menggunakan metode RACE dengan melalui proses di dalamnya yaitu *Research* yang terdiri dari *redundancy*, *canalizing*, informatif, persuasif dan edukatif. Sedangkan *Action* melalui program pengadaan *event*, pemberian *reward* dan peminjaman unit *demo car*. Untuk *Communication* dapat memberikan *product knowledge* kepada salesman agar dapat memberikan informasi secara maksimal kepada pelanggan. Terakhir melalui tahap evaluasi menggunakan *survey 360°* dapat menjadi tolak ukur sebagai bahan evaluasi bagi PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui program yang diberikan sudah sesuai kebutuhan pelanggan.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Strategi, RACE, Loyalitas

ABSTRACT

Name : Regina Christyia
NIM : 44321120011
Study Program : Communication Science
Title Internship Report : Strategy of Marketing Communication PT Krama
Yudha Tiga Berlian Motors in Building Customer
Loyalty in Southern Sumatra Area
Counsellor : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

Marketing communication strategies play an important role for companies to help build customer loyalty. The strategy created must be in accordance with the needs of the Company in order to be right on target will use what type of communication will be used. This research focuses on knowing the marketing communication strategy of PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors to build customer loyalty in the Southern Sumatra area.

This marketing communication strategy theory uses the RACE strategy which consists of several stages to resolve the obstacles that occur in carrying out the marketing communication strategy.

The research paradigm used a constructivist paradigm with a case study research method. The data collection technique was to use unstructured interviews with informants and non-participant observation and documentation studies. As well as data analysis techniques through the stages of data reduction, data display and conclusion drawing and verification. The data validity technique used is source triangulation.

The results showed that the communication strategy uses the RACE method by going through the process in it, namely Research which consists of redundancy, canalizing, informative, persuasive and educative. While Action through event procurement programs, giving rewards and borrowing demo car units. For Communication, it can provide product knowledge to salesmen so that they can provide maximum information to customers. Finally, through the evaluation stage using a 360o survey, it can be a benchmark as an evaluation material for PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors that the marketing communication strategy through the program provided is in accordance with customer needs.

Keywords : Marketing Communication, Strategy, RACE, Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Area Sumatera Bagian Selatan”**.

Laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku dosen pembimbing penelitian laporan skripsi sekaligus ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang sudah bersedia meluangkan waktu dan pendampingan selama proses penelitian sehingga penelitian dapat diselesaikan.
2. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku dosen ketua sidang penelitian skripsi Universitas Mercu Buana yang telah membantu dalam proses sidang berlangsung.
3. Bapak Engga Probi Endri S.Ikom, M.A selaku dosen penguji sidang penelitian Universitas Mercu Buana yang telah menguji dan memberikan banyak masukan kepada peneliti.
4. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen Universitas Mercu Buana yang sudah banyak memberikan support dan dukungan selama proses penelitian.

5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, dan pengajaran baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
6. Keluarga saya yaitu Ibu yang selalu mendukung dan mengerti kesulitan saya dalam penyusunan penelitian ini, namun tetap memberikan dukungan penuh kepada saya.
7. Atasan saya Bapak Wibowo Santoso yang sudah mengarahkan saya untuk melanjutkan kembali pendidikan saya ke S-1 dan memilihkan kampus untuk saya di Universitas Mercu Buana.
8. Sahabat saya Sabeth dan Rizaldi yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyusun laporan skripsi.
9. Serta seluruh pihak terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis beranggapan bahwa laporan skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan di dalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

UNIVERSITAS Jakarta, 29 Juni 2024
MERCU BUANA

Regina Christyia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN 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 GRAFIK.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I – PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II - TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Strategi Komunikasi	17
2.2.1 Definisi Strategi Komunikasi.....	17
2.2.2 Teknik Strategi Komunikasi	18
2.2.3 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi	19
2.2.4 Hambatan Strategi Komunikasi	20
2.3 Komunikasi Pemasaran	21
2.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	21

2.3.2	Bentuk-Bentuk Komunikasi Pemasaran	22
2.3.3	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	22
2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran	23
2.4.1	Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.4.2	Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	25
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	25
2.5.2	Proses Pembentukan Loyalitas Pelanggan	26
2.5.3	Faktor Terbentuk Loyalitas Pelanggan	26
2.5.4	Jenis Loyalitas Pelanggan	27
2.5.5	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	28
2.5.6	Cara Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.5.7	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	30
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Paradigma Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	33
3.3	Subjek Penelitian	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1	Data Primer	36
3.4.2	Data Sekunder	38
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.6	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	39
3.6.1	Triangulasi Sumber	40
3.6.2	Triangulasi Metode	40
BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2	Profil Perusahaan	44
4.1.3	Logo Perusahaan	44

4.1.4	Visi dan Misi PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors	44
4.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan	45
4.1.6	Program Strategi Penjualan PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors.....	45
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	Research	46
4.2.2	Action.....	48
4.2.3	Communication	55
4.2.4	Evaluation	60
4.3	Pembahasan	62
BAB V – PENUTUP	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	75
5.2.1	Saran Akademis	75
5.2.2	Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produksi, Whole Sales, Retail Sales Mobil Berdasar Merek, Indonesia Januari-Juli 2023	2
Gambar 4.1	Unit Truk FUSO	43
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors	45
Gambar 4.3	Kunjungan ke Bapak H. Cik Ujang di Kota Lahat	47
Gambar 4.4	Pengadaan Event Gathering.....	50
Gambar 4.5	Pemberian Reward Untuk Fleet Tour Customer	52
Gambar 4.6	Penyerahan Unit Demo Car.....	53
Gambar 4.7	Wawancara dengan PT. Sentral Sriwijaya Mandiri.....	54
Gambar 4.8	Instagram Mitsubishi Fuso	57
Gambar 4.9	Interaksi Mitsubishi Fuso dengan Followers Instagram.....	57
Gambar 4.10	Konten survey 360° yang digunakan PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors.....	60

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Customer Ownership by Segmentation Mitsubishi Fuso Southern Sumatera Area.....	59
Grafik 4.2	RACE Barrier Flow Chart.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Retail Sales by Brand menurut GAIKINDO tahun 2024	3
Tabel 1.2	Tabel Data Retail Sales by Brand menurut GAIKINDO tahun 2023	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	14

