



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN  
KUALITAS PELAYANAN PADA PELANGGAN PT. JAYA DIGITAL  
INDUSTRY (FIT HUB) CABANG BINTARO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**Di susun Oleh:**  
Fitrianingsih  
44218110192

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriainingsih  
NIM : 44218110192  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan PT JAYA DIGITAL INDUSTRI (FITHUB) Cabang Bintaro

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, 17 Februari 2024



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Fitriainingsih

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fitrianingih  
NIM : 44218110192  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan PT JAYA DIGITAL INDUSTRI (FITHUB) Cabang Bintaro

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


Disahkan oleh:

Pembimbing I	: Dr. Farid Hamid, M.Si	(  )
NIDN	: 0301117301	
Ketua Penguji	: Andi Pajolloi Bate, MA	(  )
NIDN	: 0303069401	
Penguji Ahli	: Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom	(  )
NIDN	: 0322088201	

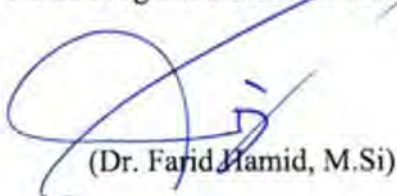
UNIVERSITAS

Jakarta, 1 Maret 2024  
Mengetahui,  
MERCU BUANA

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 : Fitriainingsih  
NIM : 44218110192  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan PT JAYA DIGITAL INDUSTRI (FITHUB) Cabang Bintaro

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.

UNIVERSITAS Jakarta, 17 Februari 2024  
MERCU BUANA Yang menyatakan,



Fitriainingsih

## ABSTRAK

Nama : Fitrianiingsih  
NIM : 44218110192  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan PT JAYA DIGITAL INDUSTRI (FITHUB) Cabang Bintaro  
Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si

Pada zaman sekarang ini semakin banyak perusahaan atau Instansi yang berkembang, baik bergerak dibidang profit maupun non profit. Mereka selalu melakukan berbagai cara agar perusahaan atau instansinya dapat dikenal oleh khalayak luas. Keberhasilan utama bagi setiap perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah kepuasan pelanggan, maka kualitas pelayanan adalah merupakan prioritas utama yang harus ditingkatkan dan dipelihara, karena melalui pelayanan pelanggan dapat merasakan kepuasan dan ketidak puasan. Salah satu hal penting yang dapat mempertahankan usaha fitness center ini yaitu kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya. Dengan adanya strategi PR di anggap mampu untuk mempertahankan Kualitas Pelayanan untuk pelanggan dan anggota yang loyal terhadap perusahaan. Hal tersebut menunjukkan pentingnya mempertahankan kualitas pelayanan untuk mendapatkan kepercayaan lebih dari customer dan loyalitas Customer, banyak cara dilakukan salah satunya adalah melalui kegiatan Customer Service atau PR Demi meningkatkan loyalitas anggota, FIT HUB GYM bertujuan terus meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan FIT HUB GYM akan berusaha untuk lebih mengutamakan apa saja yang customer butuhkan, dan lebih membuat suasana di tempat GYM dengan nyaman, serta dengan ada nya Strategi Public Relations ini pihak Managemen berharap customer service terus dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk customer.

Pada Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan paradigma post positivisme dengan pengambilan data yaitu melakukan wawancara kepada key informan dan informan serta data primer. Dan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. teori dari Cutlip mengenai proses perencanaan strategis dalam Public Relations terdiri dari 4 tahap, yaitu *Fact finding, Planning, Communication* dan *Evaluations*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam tahapan fact finding, Fit Hub Cabang Bintaro 7 melakukan pemantauan feedback konsumen menggunakan google review dan pembagian kuesioner. Pada tahap planning, Perusahaan melakukan perencanaan program tambahan bagi para pelanggan. Di tahap communication, dilakukan dengan secara konsisten menjalin hubungan baik dengan konsumen melalui kanal-kanal Perusahaan yang tersedia dengan mengedepankan simpati dan empati. Terakhir, evaluasi dilakukan melalui pertemuan rutin mingguan untuk menilai kemajuan dan kendala dalam penerapan strategi komunikasi yang telah ditetapkan.

***Kata Kunci : Strategi, Public Relations, Kualitas Pelayanan, Pelanggan***

## ABSTRACT

Name : *Fitrianingsih*  
NIM : *44218110192*  
Study program : *Ilmu Komunikasi*  
Thesis Report Title : *Public Relations Strategy in Improving Service Quality for PT JAYA DIGITAL INDUSTRI (FITHUB) Bintaro Branch Customers*  
Supervisor : *Dr. Farid Hamid, M.Si*

*In this day and age, more and more companies or agencies are developing, both operating in the profit and non-profit sectors. They always do various things so that their company or agency can be known by a wide audience. The main success for every company, especially service companies, is customer satisfaction, so service quality is a top priority that must be improved and maintained, because through service customers can feel satisfaction and dissatisfaction . One of the important things that can maintain this fitness center business is the quality of service provided to consumers. With a PR strategy, it is considered capable of maintaining service quality for customers and members who are loyal to the company. This shows the importance of maintaining service quality to gain more trust from customers and customer loyalty, there are many ways to do this, one of which is through Customer Service or PR activities. In order to increase member loyalty, FIT HUB GYM aims to continue to improve the quality of service to customers. FIT HUB GYM will try to prioritizing what customers need, and making the atmosphere at the GYM more comfortable, and with this Public Relations Strategy, the Management hopes that customer service can continue to improve the quality of service for customers.*

*This research uses a descriptive research type with a qualitative approach, using a post positivism paradigm with data collection, namely conducting interviews with key informants and informants as well as primary data. And data validity uses data source triangulation. Cutlip's theory regarding the strategic planning process in Public Relations consists of 4 stages, namely Fact Finding, Planning, Communication and Evaluations.*

*The results of this research show that in the fact finding stage, Fit Hub Bintaro 7 Branch monitored consumer feedback using Google reviews and distributing questionnaires. At the planning stage, the Company plans additional programs for customers. At the communication stage, this is done by consistently establishing good relationships with consumers through the Company's available channels by prioritizing sympathy and empathy. Finally, evaluation is carried out through regular weekly meetings to assess progress and obstacles in implementing the established communication strategy.*

***Keywords: Strategy, Public Relations, Service Quality, Customers***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan PT Jaya Digital Industry (FIT HUB) Cabang Bintaro**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Kepada seluruh jajaran dosen Program Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan ilmu yang sangat berharga dan berguna selama dibangku perkuliahan.

4. Bapak Sudjana & Ibu Fauziah selaku orang tua yang terus mendukung, menyemangati, dan menjadi tempat bertukar pikiran penulis dalam penulisan skripsi.
5. Adam Rizki Alam & Arsyila Stephanie selaku suami dan anak yang terus mendukung, menyemangati, dan menjadi tempat bertukar pikiran penulis dalam penulisan skripsi.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis rinci satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan makalah ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan bagi kemajuan di masa yang akan datang.

Tangerang, 26 Februari 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Fitrianingsih



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis .....	18
2.2.1.1 Public Relations .....	18
2.2.2.2 Strategi Public Relations .....	20
2.2.3.3 Employee Relations .....	29
2.2.4.4 Customer Service .....	31
2.2.4.5 Kualitas Pelayanan .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	41

3.2	Metode Penelitian.....	42
3.3	Subjek Penelitian.....	43
3.3.1	Key Informan.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1	Data Primer.....	45
3.4.2	Data Sekunder.....	48
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
<b>3.6.</b>	<b>Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....</b>	<b>51</b>
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1	Sejarah Perusahaan.....	53
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.2	Logo Perusahaan.....	54
4.1.3	Struktur Organisasi.....	55
4.2	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1	Fact Finding.....	59
4.2.2	Planning.....	62
4.2.3	Communications.....	64
4.2.4	Evaluasi.....	67
4.3	Pembahasan.....	71
4.3.1	Analisa Fact Fanding.....	72
4.3.2	Analisa Planning.....	74
4.3.3	Analisa Communication.....	75
4.3.4	Analisa Evaluasi.....	77
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
---------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif Miles and Huberman..... 50

