



**ANALISIS STRATEGI PR MELALUI *CUSTOMER*
RELATONSHIP MANAGEMENT PT GRAMEDIA ASRI
MEDIA DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Firza Nur Shabrina

44221010005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firza Nur Shabrina
NIM : 44221010005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Strategi PR melalui *Customer Relationship Management* PT. Gramedia Asri Media dalam Membangun 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, 19 Januari 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Firza Nur Shabrina

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Firza Nur Shabrina
NIM : 44221010005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Strategi PR melalui *Customer Relationship Management* PT. Gramedia Asri Media dalam Membangun Loyalitas Pelanggan

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 : Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., MA., M.B.A ()
NIDN : 0303069401
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Siti Muclichatul Mahmudah, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202


Jakarta, 19 Januari 2025
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. 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 : Firza Nur Shabrina
NIM : 44221010005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Strategi PR melalui *Customer Relationship Management* PT. Gramedia Asri Media dalam Membangun 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Firza Nur Shabrina)

ABSTRAK

Nama : Firza Nur Shabrina
NIM : 44221010005
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Strategi PR melalui *Customer Relationship Management* PT. Gramedia Asri Media dalam Membangun Loyalitas Pelanggan
Pembimbing : Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., MA., M.B.A.

Dengan kemajuan teknologi dan media sosial, tantangan baru muncul dalam membangun loyalitas pelanggan yang baik. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi PT. Gramedia Asri Media di tengah sektor media dan ritel di Indonesia yang sangat kompetitif. Perubahan - perubahan di media digital juga menjadi tantangan bagi PT. Gramedia Asri Media dalam meningkatkan strategi PR melalui Customer Relationship Management dengan masyarakat agar tetap relevan dan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Public Relations yang diimplementasikan melalui *Customer Relationship Management* (CRM) oleh PT Gramedia Asri Media dalam membangun loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan teori strategi PR menurut Cutlip, Center, dan Broom yang mengemukakan bahwa proses strategi PR meliputi 4 tahap diantaranya yaitu, *Fact Finding, Planning, Communication, Evaluation*. Yang mencakup proses analisis situasi, pengambilan keputusan, penyampaian pesan, penilaian.

Paradigma penelitian ini menggunakan Konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang diikuti oleh satu (Key Informan) dan empat (Informan) yang merupakan karyawan aktif PT. Gramedia Asri Media dengan divisi Komunikasi dan observasi melalui media sosial yang diperoleh sebagai data primer, serta dokumentasi dan sumber literatur sebagai data sekunder. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Gramedia Asri Media mampu menerapkan Strategi PR menurut Cutlip, Center, dan Broom melalui *Customer Relationship Management* dalam persaingan yang sangat kompetitif dan perubahan media digital yang sangat pesat guna membangun loyalitas pelanggan. Penerapan strategi PR Cutlip, Center, dan Broom melalui *Customer Relationship Management* dapat dinyatakan efektif dengan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Kata Kunci : *Strategi Public Relations, Loyalitas Pelanggan, PT.Gramedia Asri Media*

ABSTRACT

Name : Firza Nur Shabrina
NIM : 44221010005
Study Program : Public Relations
Title of Thesis Report : Analysis of PR Strategy through Customer Relationship Management (CRM) of PT. Gramedia Asri Media in Building Customer Loyalty
Counsellor : Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., MA., M.B.A.

With the advancement of technology and social media, new challenges arise in building good customer loyalty. Customer loyalty is very important for PT Gramedia Asri Media amidst the highly competitive media and retail sector in Indonesia. Changes in digital media are also a challenge for PT Gramedia Asri Media in improving PR strategies through Customer Relationship Management with the community to remain relevant and competitive. This research aims to find out the Public Relations strategy implemented through Customer Relationship Management (CRM) by PT Gramedia Asri Media in building customer loyalty.

This research uses the theory of PR strategy according to Cutlip, Center, and Broom which suggests that the PR strategy process includes 4 stages including Fact Finding, Planning, Communication, Evaluation. Which includes the process of situation analysis, decision making, message delivery, assessment.

This research paradigm uses Constructivism with a qualitative approach and qualitative descriptive method. Data collection techniques through interviews followed by one (Key Informant) and four (Informants) who are active employees of PT Gramedia Asri Media with the Communication division and observation through social media obtained as primary data, as well as documentation and literature sources as secondary data. Data validity techniques in this study used source triangulation techniques.

The results of this study indicate that PT Gramedia Asri Media is able to implement PR Strategy according to Cutlip, Center, and Broom through Customer Relationship Management in a very competitive competition and rapid changes in digital media to build customer loyalty. The implementation of Cutlip, Center, and Broom's PR strategy through Customer Relationship Management can be declared effective by building strong relationships with customers.

Keywords : Public Relations Strategy, Customer Loyalty, PT.Gramedia Asri Media

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Karunia serta hidayahnya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sehingga peneliti bisa dapat menyusun dan meneliti proposal ini dengan baik.

Proposal yang berjudul “Analisis Strategi Public Reations melalui Customer Relationship Management PT. Gramedia Asri Media dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”. Disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Tugas Akhir Skripsi.

Dalam proses penelitian banyak rintangan dan tidak mudah bagi peneliti. Tetap tidak menyurutkan semangat peneliti untuk menyelesaikan proposal ini. Berbagai macam dukungan yang diberikan oleh orang-orang terkasih. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, MA selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dalam proses pembuatan proposal ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Dosen Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Segenap dosen bidang studi Public Relations Universitas Mercu Buana dalam membimbing dan memberikan ilmu kepada peneliti.
6. Orang Tua peneliti Bapak Ferly Susanto dan Ibu Titin Suprihatin yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang dan semangat kepada peneliti dalam proses penyusunan proposal ini
7. Kepada orang – orang terkasih Cerly, Dinda, Nada, Yollanda dan Aga Suprayoga yang memberikan dukungan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan proses penyusunan proposal ini.
8. Kepada diri saya sendiri yang telah semangat berjuang melewati tantangan dan rintangan yang muncul selama proses penyusunan proposal ini.
9. Para Narasumber penelitian ini yaitu, Agnes, Alchia, Rafly, Fadilah dan Reiza yang telah memberikan data dan informasi terkait penelitian ini.
10. Serta, semua pihak yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.

Tidak ada yang sempurna didunia ini. Begitupun dengan proposal ini yang masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritik serta saran demi kesempurnaan dari proposal ini.

Jakarta, 3 Januari 2025

Firza Nur Shabrina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.4.3 Manfaat Sosial.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Komunikasi.....	24
2.2.2 Strategi Komunikasi	26
2.2.3 Public Relations.....	29
2.2.4 Strategi Public Relations	31
2.2.5 Customer Relationship Management (CRM).....	35
2.2.6 Loyalitas Pelanggan.....	35

2.2.7 Transformasi dalam Public Relations Digital.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subjek Penelitian.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data Primer.....	42
3.4.2 Data Sekunder	42
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum PT. Gramedia Asri Media.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan	46
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	47
4.1.3 Logo PT. Gramedia Asri Media	47
4.1.4 Struktur PT. Gramedia Asri Media.....	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Fact Finding.....	50
4.2.2 Planning	52
4.2.3 Communications.....	57
4.2.4 Evaluations	65
4.3 Pembahasan	69
4.3.1 Fact Finding.....	70
4.3.2 Planning	72
4.3.3 Communication	73
4.3.4 Evaluation.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Akademis.....	78
5.2.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kompetitor Toko Buku Gramedia	2
Gambar 4. 1 Logo PT. Gramedia Asri Media	47
Gambar 4. 2 Stuktur PT. Gramedia Asri Media.....	48
Gambar 4. 3 Program Seasonal.....	54
Gambar 4. 4 Konten Instagram	60
Gambar 4. 5 Event Poundfit 7 Kota ‘Harmony In Our Body’	61
Gambar 4. 6 Event Mindful Reading and Painting On Pottery di Gramedia Matraman	62
Gambar 4. 7 Program Sapa Member.....	63
Gambar 4. 8 Survey Program Loyalitas Pelanggan ‘Mindful Reading and Painting On Pottery’	66
Gambar 4. 9 Survey Program Loyalitas Pelanggan ‘Harmony In Our Body’	66
Gambar 4. 10 Kerangka Berpikir Strategi PR menurut Cutlips.....	69



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan untuk Data Skripsi.....	84
Lampiran 2 Panduan Wawancara.....	85
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	89
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	107
Lampiran 5 Curriculum Vitae (CV) Peneliti.....	110
Lampiran 6 Pernyataan Similarity Check	112

