



**PENDEKATAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PT.
MITRA ADI PERKASA DALAM MEMBANGUN PELAYANAN
PRIMA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif pada ZARA Mall Kota Kasablanka
Jakarta)**

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Hilaliah

44217120030

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hilaliah
NIM : 44217120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pendekatan Komunikasi Interpersonal PT
Mitra Adi Perkasa Dalam Membangun
Pelayanan Prima (Studi Deskriptif Kualitatif
pada ZARA Mall Kota Kasablanka)

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 didalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Februari 2025


METERAI
TEMA PEL
8FAMX201139755
(Hilaliah)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Hilaliah
NIM : 44217120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pendekatan Komunikasi Interpersonal PT
Mitra Adi Perkasa Dalam Membangun
Pelayanan Prima (Studi Deskriptif
Kualitatif pada ZARA Mall Kota
Kasablanka)

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 Public Relations, Fakultas Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN : 0318116602
Ketua Penguji : Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom
NIDN : 0326089202
Penguji Ahli : Novi Erlita, S.Sos, M.A
NIDN : 0309118502

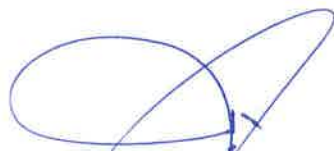
()
()
()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 28 Februari 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	: Hilaliah
NIM	: 44217120030
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pendekatan Komunikasi Interpersonal PT Mitra Adi Perkasa Dalam Membangun Pelayanan Prima (Studi Deskriptif Kualitatif pada ZARA Mall Kota Kasablanka)

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 diatas 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, 28 Februari 2025



(Hilaliah)

ABSTRAK

Nama : Hilaliah
NIM : 44217120030
Program Studi : Public Relation
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal PT Mitra Adi Perkasa Dalam Membangun Pelayanan Prima (Studi Deskriptif Kualitatif pada ZARA Mall Kota Kasablanka)
Pembimbing :

Penelitian ini membahas peran komunikasi interpersonal dalam menciptakan pelayanan prima di sektor ritel, dengan studi kasus pada brand Zara yang dikelola oleh PT Mitra Adi Perkasa di Mall Kota Kasablanka. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana komunikasi interpersonal, baik verbal, nonverbal, maupun digital, memengaruhi koordinasi tim dan interaksi dengan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta keterlibatan dan motivasi karyawan. Namun, beberapa tantangan yang dihadapi meliputi perbedaan karakter pelanggan, kurangnya rasa percaya diri staf, serta miskomunikasi dalam kebijakan *exchange/refund* antara toko offline dan online.

Untuk mengatasi hambatan ini, perusahaan menerapkan berbagai strategi, seperti pelatihan rutin, simulasi kasus pelanggan, serta peningkatan komunikasi internal melalui briefing harian dan sistem umpan balik. Kompetensi komunikasi interpersonal staf dinilai berdasarkan tiga aspek utama, yaitu motivasi, pengetahuan, dan keterampilan, yang diukur melalui KPI, umpan balik pelanggan, serta observasi langsung oleh manajer. Studi ini memberikan wawasan bagi industri ritel dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan pengalaman pelanggan serta efisiensi operasional perusahaan.

Komunikasi interpersonal yang efektif merupakan fondasi dari pelayanan prima. Pelayanan yang memuaskan tidak hanya mencakup penyampaian informasi yang jelas dan sikap ramah, tetapi juga kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara mendalam. Dalam konteks ritel fashion, pelayanan prima menjadi elemen penting untuk menjaga daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen. Melalui pendekatan pelayanan prima yang berkualitas, brand dapat menciptakan kesan positif yang berkelanjutan pada konsumen.

Kata kunci : pendekatan komunikasi, komunikasi interpersonal, pelayanan prima

ABSTRACT

Name : Hilaliah
NIM : 44217120030
Study Program : Public Relation
Tittle Thesis Report : *Strategi Komunikasi Interpersonal PT Mitra Adi Perkasa Dalam Membangun Pelayanan Prima (Studi Deskriptif Kualitatif pada ZARA Mall Kota Kasablanka)*
Consellor :

This study examines the role of interpersonal communication in delivering excellent service in the retail sector, focusing on the Zara brand managed by PT Mitra Adi Perkasa at Kota Kasablanka Mall. The research highlights how effective interpersonal communication—whether verbal, nonverbal, or digital—enhances team coordination and customer interactions. Findings indicate that strong interpersonal communication improves customer satisfaction, employee engagement, and motivation. However, challenges such as diverse customer characteristics, employees' lack of confidence, and miscommunication regarding exchange/refund policies between offline and online stores were identified.

To address these issues, the company implements various strategies, including regular training, customer case simulations, and improved internal communication through daily briefings and feedback systems. Employees' interpersonal communication skills are assessed based on three key aspects: motivation, knowledge, and skills, measured through KPIs, customer feedback, and direct manager observations. This study provides valuable insights for the retail industry in developing more effective communication strategies to enhance customer experience and operational efficiency.

Effective interpersonal communication is the foundation of excellent service. Excellent service includes not only clear information delivery and a friendly demeanor, but also the ability to deeply understand customers' needs and wants. In the context of fashion retail, service excellence is an important element to maintain competitiveness and retain customer loyalty. Through a quality service approach, brands can create a sustainable positive impression on consumers.

Keywords : communication approach, interpersonal communication, excellent service

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Interpersonal PT. Mitra Adi Perkasa dalam Membangun Pelayanan Prima (Studi Deskriptif Kualitatif pada ZARA Mall Kota Kasablanka)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh Penulis. Sehingga penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, mudah-mudahan dikemudian hari penulis dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis selalu mendapatkan bimbingan, motivasi, dukungan serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta, Ibu saya Mardiyah, dan Bapak saya Elang Saputra yang selalu mendo'akan serta memberikan semangat yang luar biasa dan memberikan dukungan moril maupun materil. Untuk Abang saya Iwan Febrian, Kakak Ipar saya Muttaharoh serta Keponakan saya Muhammad Zayyan yang selalu memberikan do'a dan semangat untuk saya segera menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan juga kepada orang yang penulis hormati, yaitu kepada :

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fikom Universitas Mercu Buana sekaligus Dosen Pembimbing
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi Universitas MercuBuana
3. Staf akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang telah membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Teman-teman seperjuangan sekaligus sahabat Nurmaya Safira, Nadya Mutiara Ramadani, Hilma Vita, Madianti Meilani, Alfia dan Alevia terima kasih telah membagi ilmu dan pengalaman selama penyusunan skripsi ini dilakukan.
6. Rekan-rekan Mahasiswa Public Relations Angkatan 2017, atas segala bantuan dan kerjasamanya.
7. Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah berhasil menyelesaikan skripsi ini dan mampu mengatasi segala rintangan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Banyak pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Namun, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan berharap semoga segala amal baik dari semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih dan Penyayang. Aamiin. Sebagai penutup, penulis berharap agar tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan harapan. Demikianlah kata pengantar ini penulis sampaikan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 27 Februari 2025

Hilaliah

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 TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Interpersonal	18
2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal	18
2.2.2 Fungsi Komunikasi Interpersonal	20
2.2.3 Sifat-sifat Komunikasi	23
2.2.4 Faktor-Faktor Menumbuhkan Interpersonal dalam Komunikasi Interpersonal	24
2.3 Teori Kompetensi Komunikasi Interpersonal	26
2.5 Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>)	28
2.5.1 Pengertian Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>)	28
2.5.2 Konsep Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>)	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32

3.2 Metode Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Teknik Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Hasil Penelitian	45
4.3 Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68



DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	13
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar POV Pelayanan Zara	4
1.2 Gambar Review Zara	5
4.1 Gambar Logo PT. Mitra Adi Perkasa	38
4.2 Gambar Logo Brand ZARA	42
4.3 Gambar Struktur Organisasi PT Mitra Adi Perkasa	44
4.4 Gambar Struktur Organisasi Perusahaan ZARA	45
4.5 Gambar QR Scan feedback dari customer terhadap ZARA Mall Kota Kasablanka	50
4.6 Gambar Brifing Tiap buka store dan tutup store mengenai feedback dari customer	51

