

SKRIPSI

**Strategi Digital PR (*Public Relations*) Prima
Contractor dalam Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

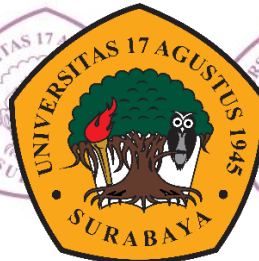
Efi Syah Risanti

NBI 11517000215

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2021

SKRIPSI
**Strategi Digital PR (*Public Relations*) Prima
Contractor dalam Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Efi Syah Risanti

NBI 11517000215

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945

SURABAYA

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Efi Syah Risanti

NPM : 11517000215

Judul : Strategi Digital PR (Public Relations) Prima *Contractor* dalam Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan

Surabaya, 28 Desember 2021

Mengetahui,
Dekan,
a.n. Wakil Dekan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Drs. Agung Pujianto, MM.



Moh. Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 28 Desember 2021

Dewan Penguji

1. Moh. Insan Romadhan S.I.Kom., M.Med.Kom.
2. DRS. Widyatmo Ekoputro M.A.
3. DR. Teguh priyo sadono, Msi.

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

a.n. Wakil Dekan

Drs. Agung Pujianto, MM.



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Efi Syah Risanti
NBI/ NPM : 1151700215
Fakultas : FISIP
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Strategi Digital PR (Public Relations) Prima Contractor dalam Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 13 Januari 2022

Yang Menyatakan,



(Efi Syah Risanti)

*Coret yang tidak perlu

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Efi Syah Risanti
NBI : 1151700215
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Digital PR (Public Relations) Prima Contractor dalam Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagian plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 13 Januari 2022

Yang membuat pernyataan


Efi Syah Risanti)

SEPULEH SERU BIJARAN
10000
METRAL
TEMPEL
B1EE8A1X638132514

ABSTRAK

Loyalitas klien tidak dengan mudah dibangun begitu saja, dibutuhkan strategi dalam membuat calon klien/klien merasa nyaman saat melakukan kegiatan transaksi. Oleh karena itu aktifitas dari media digital yang dilakukan PR sangat berpotensi dalam membangun kepercayaan klien yang telah melakukan transaksi dengan Perusahaan Prima *Contractor*. Tujuan dari penellitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana digital PR perusahaan Prima *Contractor* dapat menumbuhkan loyalitas konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya, yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data yang lebih concern pada suatu objek secara untuk melihat proses terjadinya suatu masalah dengan analysis mendalam. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa kenyamanan calon pelanggan berperan penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dalam melakukan kerjasama, selain itu profesionalitas juga dibutuhkan untuk membangun kepercayaan pelanggan dan membuat mereka melakukan kerjasama terus menerus dengan perusahaan Prima *Contractor*. Peneliti berharap dari penelitian ini dapat dapat menjadi masukan dan dikembangkan untuk menciptakan strategi digital PR dalam menumbuhkan loyalitas, Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan mencari sumber-sumber lain yang terkait strategi digital PR.

Kata Kunci : digital PR, Loyalitas, Kepercayaan pelanggan

ABSTRACT

Client loyalty is not easily built just like that, a strategy is needed to make prospective clients/clients feel comfortable when conducting transactions. Therefore, the activities of digital media carried out by PR have the potential to build the trust of clients who have made transactions with Prima Contractor Companies. The purpose of this research is to find out how the digital PR of the Prima Contractor company can grow consumer loyalty. This type of research is a qualitative descriptive research with a case study approach. Qualitative research aims to explain the phenomenon in depth through deep data collection, which is more emphasized is the problem of depth (quality) of data not the amount (quantity) of data that is more concerned with an object in order to see the process of occurrence of a problem with in-depth analysis. Researchers can conclude that the convenience of prospective customers plays an important role in creating customer loyalty in cooperating, besides that professionalism is also needed to build customer trust and make them collaborate continuously with Prima Contractor companies. digital PR strategy in growing loyalty, the researcher suggests to further researchers to be able to conduct research by looking for other sources related to digital PR strategies.

Keyword : digital PR, Loyalty, Customer trust

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan yang maha Esa yang telah memberikan kepada saya hikmat dan karunia-NYA, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dengan judul “Strategi Digital PR (*Public Relations*) Prima Contractor dalam Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan”. Penyusunan skripsi ini menjadi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Saya selaku peneliti menyadari bahwa proses penulisan penelitian ini banyak mengalami kesulitan, namun karena mendapatkan bantuan bimbingan dari berbagai pihak dan support. Dalam kesempatan ini peneliti, dengan segala kerendahan hati berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan hormat, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Zakariya, M.M., M.S. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Moh. Insan Romadhon S.I.Kom., M.Med.Kom. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan dosen wali, yang telah memberikan motivasi bagi saya untuk penyusunan skripsi ini.
4. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M Med.Kom Selaku dosen pembimbing II, yang telah berkenan menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini serta beliau dengan sabar mengarahkan, mengoreksi dan memberikan penjelasan saat pembuatan skripsi ini.
5. DR. Teguh priyo sadono, Msi. Dan DRS. Widyatmo Ekoputro M.A. Selaku dosen penguji ,yang juga telah berkenan menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini serta beliau dengan sabar mengarahkan, mengoreksi dan memberikan penjelasan saat pembuatan revisi skripsi ini.
6. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi saya sehingga saya mampu menyusun skripsi ini.
7. Terima kasih kepada orang tua saya, yang telah mendukung, dan memberikan support bagi saya untuk menyelesaikan studi dengan baik.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Pembahasan.....	4
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	12

BAB III.....	21
METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Tipe penelitian.....	21
3.2 Peran Penelitian.....	21
3.3 Lokasi Penelitian.....	22
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5. Teknik Analisis Data.....	24
3.6 Keabsahan Data.....	25
BAB IV.....	27
HASIL PENELITIAN, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Objek.....	27
4.2 Penyajian Data.....	29
4.3 Hasil Wawancara.....	29
4.4 Hasil Penelitian.....	45
BAB V.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
Lampiran.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Data Informan.....	22
Tabel Wawancara Untuk Digital PR.....	53
Tabel Pelanggan / Klien Prima Contractor.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	27
Gambar 4.2 Lokasi Perusahaan.....	28
Gambar 4.3.1.3 Insight Instagram Prima Contractor.....	32
Gambar 4.3.1.4 Insight Tik Tok Prima Contractor.....	33
Gambar 4.3.1.5 Komentar Tik Tok Prima Contractor.....	34
Gambar 4.3.1.6 Statistik Website Prima Contractor.....	35
Gambar 4.3.1.7 Testimoni By Whatsapp.....	35
Gambar 4.3.1.8 Testimoni By Whatsapp Di Website.....	35
Gambar 4.3.2.2 Desain Rumah Ibu Gita.....	37
Gambar 4.3.2.3 Rumah Ibu Gita Sebelum Di Renovasi.....	38
Gambar 4.3.2.4 Rumah Ibu Gita Dalam Proses Pengerjaan.....	38
Gambar 4.3.2.5 Desain Rumah Ibu Nofi Teman Ibu Gita.....	39
Gambar 4.3.2.6 Desain Rumah Saudara Dari Ibu Gita.....	39
Gambar 4.3.3.1 Wawancara Dengan Pak Dimas.....	41
Gambar 4.3.3.2 Desain Rumah Pak Dimas.....	41
Gambar 4.3.3.3 Desain Rumah Pak Dimas.....	42
Gambar 4.3.3.4 Desain rumah Pak Dimas.....	42
Gambar 4.3.3.5 Desain Rumah Pak Dimas.....	43
Gambar 4.3.3.6 Desain Rumah Pak Dimas.....	43
Gambar 4.3.3.7 Desain Rumah Pak Dimas.....	44
Gambar 4.3.3.8 Desain Rumah Pak Dimas.....	44
Gambar 4.4.1 Tiktok Prima contractor.....	45
Gambar 4.4.2 Instagram Prima contractor.....	46
Gambar 4.4.3 web Portofolio Prima contractor.....	47

LAMPIRAN

1.1 Pedoman Wawancara.....	53
1.2 Wawancara kepada informan 1 dan 2.....	54
Transkrip Wawancara Dengan Digital PR Prima Contractor.....	54
Transkrip Wawancara Dengan Ibu Gita Customer Loyal Prima Contractor.....	56
Lembar Acc Revisi.....	58
Lembar Turnitin.....	61