

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN
PADA MAHAR AGUNG ORGANIZER**

SKRIPSI

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



Oleh :

Iga Aulia Syafir

NBI: 1151900291

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

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN
PADA MAHAR AGUNG ORGANIZER**

SKRIPSI

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



Oleh :

Iga Aulia Svafir

NBI: 1151900291

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana :

Dewan Penguji

1. Mohammad Inan
Romadhan.S.I.Kom.,M.Med.Kom
Ketua



2. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
Anggota



3. Drs. Jupriono, M.Si
Anggota



Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Iga Aulia Syafir
NBI : 1151900291
Judul : Strategi *Customer Relations* Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada Mahar Agung Organizer

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti,
M.P
NPP. 20120.87.0103

Surabaya,
Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Mohammad Insan
Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom
NPP. 20150170741

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iga Aulia Syafir
NBI : 1151900291
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi *Customer Relations* Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada Mahar Agung Organizer

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 sebagai 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.

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

Surabaya, 26 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Iga Aulia Syafir
NBI. 1151900291



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45
SURABAYATLP. 031 593 1800
(EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

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 : Iga Aulia Syafir
NBI : 1151900291
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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

“Strategi *Customer Relations* Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada Mahar Agung Organizer”

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 : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Iga Aulia Syafir
NBI. 1151900291

ABSTRAC

Customer relations is one of the public relations activities that plays an important role for the company through the relationship that occurs between the customer and the company. This study aims to find out how public relations activities in the customer relations strategy carried out by Mahar Agung Organizer and their relation to the concept of customer relationship management (CRM) by using the ten principles in the theory of excellence as a theoretical basis. This study uses a qualitative descriptive type approach with primary data collection methods through data collection techniques in the form of interviews. The data analysis technique used is the three-stage data analysis model of Miles and Huberman which consists of data reduction, data presentation and drawing conclusions. From the research results that have been obtained, it can be seen how the customer relations strategy at Mahar Agung Organizer is based on the principles of excellence theory as a research indicator supported by the concept of customer relationship management (CRM). The results of this study indicate that Mahar Agung Organizer uses a customer relations strategy involving four stages, namely customer identification, customer differentiation, customization and interaction. In the application of this model there is conformity with the theory of excellence namely involvement, managerial, empowerment and two way symmetrical models.

Keywords : *customer relations, wedding organizer, excellence theory, customer relationship management, good relations.*

ABSTRAK

Customer relations merupakan salah satu kegiatan *public relations* yang berperan penting bagi perusahaan melalui hubungan yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *public relations* pada strategi *customer relations* yang dilakukan oleh Mahar Agung Organizer dan keterkaitannya dengan konsep *customer relationship management (CRM)* dengan menggunakan sepuluh prinsip dalam teori *excellence* sebagai landasan teori. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif dengan metode pengumpulan data primer melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah tiga tahap analisis data model Miles and Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian yang telah didapatkan dapat dilihat bagaimana strategi *customer relations* pada Mahar Agung Organizer berdasarkan prinsip-prinsip teori *excellence* sebagai indikator penelitian yang didukung dengan konsep *customer relationship management (CRM)*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Mahar Agung Organizer menggunakan strategi *customer relations* dengan melibatkan empat tahapan yaitu identifikasi pelanggan, diferensiasi pelanggan, kustomisasi dan interaksi. Pada penerapannya model tersebut terdapat kesesuaian pada teori *excellence* yaitu *involvement, managerial, empowerment* dan *two way symmetrical model*.

Kata kunci : *customer relations, wedding organizer, teori excellence, customer relationship management, hubungan baik.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, peneliti dapat memperoleh kelancaran untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Customer Relations Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada Mahar Agung Organizer” dengan tepat waktu.

Dengan adanya ridho Allah SWT serta dukungan dalam bentuk doa maupun motivasi dari orang terdekat peneliti, tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik dan lancar sampai dengan akhir. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat memberikan ilmu baru dan referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa.

Akhir kata peneliti ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penulisan nama, tempat, gelar dan lain-lain. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini namun peneliti tetap berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bukan hanya bagi peneliti saja tetapi juga bagi para pembacanya.

Surabaya, 15 Juni 2023

Penulis,

Iga Aulia Syafir

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini berjalan dengan tidak mudah, terjadi beberapa kendala selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Meskipun demikian, peneliti tetap bersyukur dan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat selama proses perkuliahan dan pengerjaan tugas akhir ini. Tugas akhir ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan dan dorongan, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas ridho dan kuasanya dalam segala aspek kehidupan saya sehingga segala sesuatu yang saya lewati diberi kemudahan dan kelancaran.
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku Kepala program studi Ilmu Komunikasi serta dosen pembimbing 1 atas arahan dalam membimbing saya selama pengerjaan tugas akhir.
3. Dra. Ni Made Ida Pertiwi, MM selaku dosen Pembimbing 2 atas saran dan masukan selama menjalani proses bimbingan pengerjaan tugas akhir.
4. Diri sendiri karena sudah kuat bertahan dalam setiap situasi dan kondisi yang terjadi dalam hidup saya salah satunya dengan menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu.
5. Orang tua dan keluarga khususnya eyang tercinta yang selalu memberi dukungan dan doa.
6. Teman-teman saya yang sedang berjuang bersama dalam proses menyelesaikan tugas akhir terutama kepada Chiera Desta yang selalu memberi saya motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini, dan juga kepada Chyntia Rasya, Asyam Palevi, Arief Rachman, Annisa Salsabila dan Dicky Bagus yang selalu memberikan support.
7. Seluruh narasumber yang telah berkenan memberikan informasi dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Excellence Theory	12
2.3. Landasan Konseptual.....	14
2.3.1. Public Relations.....	14
2.3.2. Customer Relations	15
2.3.3. Customer Relationship Management (CRM).....	16
2.3.4. Pelanggan	19
2.4. Kerangka Pemikiran	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1. Pendekatan Penelitian	21
3.2. Jenis Penelitian	21
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	22

3.4.1.	Jenis Data.....	22
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data	22
3.5.	Teknik Analisis Data	24
3.6.	Keabsahan Data	24
BAB IV	25
HASIL PENELITIAN	25
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	25
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	26
4.2.1.	Strategi Customer Relations Melalui Identifikasi Pelanggan.....	26
4.2.2.	Strategi Customer Relations Melalui Diferensiasi Pelanggan.....	32
4.2.3.	Strategi Customer Relations Melalui Kustomisasi.....	35
4.2.4.	Strategi Customer Relations Melalui Interaksi.....	40
BAB V	47
PENUTUP	47
5.1.	Kesimpulan	47
5.2.	Rekomendasi.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Kriteria Informan	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Mahar Agung Organizer.....	4
Gambar 1. 2 Ulasan Pada Akun Mahar Agung Organizer.....	5
Gambar 2. 1 <i>IDIC: Managing Customer Relationship</i>	17
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Logo Mahar Agung Organizer	25
Gambar 4. 2 Paket Layanan Mahar Agung Organizer	34
Gambar 4. 3 Review Pelanggan	43
Gambar 4. 4 Testimoni Kedua Mempelai	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	53
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	57
Lampiran 3. Lembar Revisi Penguji 1	76
Lampiran 4. Lembar Revisi Penguji 2	77
Lampiran 5. Lembar Revisi Penguji 3	78
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	79
Lampiran 7. Lembar Bimbingan	83