

**STRATEGI DIGITAL PR (PUBLIC RELATIONS)  
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS  
PELANGGAN DI @KACAMATAMOO**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**CINDY MEILANIA**  
**NPM : 1151900140**

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

**STRATEGI DIGITAL PR (PUBLIC RELATIONS)  
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS  
PELANGGAN DI @KACAMATAMOO**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**CINDY MEILANIA**  
**NPM : 1151900140**

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



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Cindy Meilania  
NBI : 1151900140  
Judul : Strategi Digital PR (Public Relations) Dalam  
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di  
@Kacamatamoo

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik



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

Surabaya, 26 Juni 2023  
Disetujui Oleh Dosen  
Pembimbing



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

## 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 Insan 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,



**Drs. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**

NPP. 20120.87.0103



## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Meilania  
NBI : 1151900140  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Strategi Digital PR (Public Relations) Dalam  
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di  
@KacamataMoo

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



**Cindy Meilania**  
**NBI. 1151900140**



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Cindy Meilania**  
NBI : **1151900140**  
Fakutas : **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 Digital PR (Public Relations) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di @Kacamatomoo”**

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,



Cindy Meilania  
**NBL.1151900140**

## ABSTRACT

In the era of globalization, characterized by the widespread use of the internet and social media, organizations have leveraged these platforms to promote their brands and create awareness among the masses. This phenomenon, known as Digital Public Relations (PR), involves utilizing digital media as a means of brand publicity. This research focuses on the application of Digital PR strategies in maintaining customer loyalty at Kacamatomoo, a unique and captivating eyewear company, and optical retailer. Additionally, Kacamatomoo operates several offline stores in the Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (JABODETABEK) areas. Employing a descriptive qualitative research method with a case study approach, the study incorporates interviews with the company's owner and marketing communication personnel as primary sources of information. Furthermore, observations of Kacamatomoo's Instagram and TikTok social media accounts were conducted to support the findings. The theoretical frameworks employed in this study are the Excellence PR theory and the Two-Way Symmetrical Model. The results indicate that Kacamatomoo utilizes digital public relations strategies by adopting the Two-Way Symmetrical Model, employing its four elements to maintain customer loyalty effectively. This strategy proves to be highly effective, informative, and responsive when implemented on digital media platforms, enabling broader customer reach and fostering loyalty towards the Kacamatomoo brand.

***Keywords: Digital Public Relations, Social Media, Customer Loyalty, Kacamatomoo***

## ABSTRAK

Di era globalisasi dengan kehadirannya internet dan media sosial ini dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan suatu brand kepada masyarakat luas agar lebih mengetahui lebih dalam tentang suatu brand. Hal ini disebut dengan *Digital Public Relations*, aktivitas *public relations* yang menggunakan media digitaln sebagai sarana publisitasnya suatu brand. Penelitian ini membahas mengenai Strategi Digital PR (Public Relation) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Kacamatomoo. Kacamatomoo merupakan sebuah perusahaan sekaligus optic yang menjual berbagai macam kacamata yang unik dan menarik sehingga berbeda dengan lainnya. Kacamatomoo juga memiliki beberapa offline store di daerah JABODETABEK sekitarnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Narasumber dalam penelitian ini yaitu owner dan marketing komunikasi dari Kacamatomoo. Penulis juga melakukan observasi melalui media sosial Instagram dan Tiktok milik Kacamatomoo untuk mendukung penulisan skripsi ini. Teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah Teori Excellence PR dan Two way symmetric model. Hasil dari penelitian ini adalah Kacamatomoo menggunakan strategi digital public relation media digital dengan menggunakan two way symmetric model public relations. Ada empat elemen two way symmetric model public relations yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Kacamatomoo. Strategi tersebut dinilai sangat efektif, informatif, dan responsif untuk diterapkan pada media digital sehingga pelanggan menjadi lebih mudah menjangkau dan lebih luas, membuat pelanggan menjadi loyal terhadap Brand Kacamatomoo.

**Kata Kunci : Digital Public relations, Media sosial, Loyalitas pelanggan, Kacamatomoo**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, serta karunia-Nya atas kemudahan dan kelancaran yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Digital PR (Public Relation) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di @Kacamatamoo”. Penelitian ini akan membahas bagaimana strategi digital PR Kacamatamoo ini dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan dalam memenuhi dan mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan masukan dari pembaca sangat dibutuhkan untuk membantu penyempurnaan penelitian selanjutnya. Tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi, dan juga dukungan dari berbagai pihak, penulis tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini.

Ungkapan terima kasih yang tulus, penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Eko Wiyarsono, S.H. dan Ibunda Fitriani Susilowati atas dukungan berupa moril, materi, semangat, motivasi dan juga kasih sayang yang tulus tidak terhingga. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada adik saya Conny Dea Herawati yang telah memberikan dukungan dan doa selama menjalani penulisan penelitian ini. Dan juga terakhir adalah salah satu orang yang menjadi support system saya selama pengerjaan skripsi mulai dari awal hingga akhir, saya ucapkan terima kasih kepada kekasih saya Yudha Mei Sonanda yang telah membantu dan memberikan dukungan selalu kepada saya selama penulisan penelitian ini.

Selama penyusunan skripsi, penulis mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari beberapa pihak sehingga penyusunan skripsi dapat berjalan dengan lancar dan tepat waktu. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

3. Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Dosen Pembimbing I yang selalu sabar membimbing dan memberi arahan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. selaku dosen pembimbing II yang juga sabar memberikan bimbingan, waktu, serta saran selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen wali, terima kasih telah membimbing dan memberikan arahan selama menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Bapak dan Ibu Dosen pengajar yang selama masa perkuliahan telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Segenap staf perpustakaan dan karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah melayani dan membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
9. Teruntuk yang terkasih, ayah dan ibu selaku donatur tetap dalam kehidupan penulis, serta adik yang setiap hari dengan senang hati melatih kesabaran selama penyusunan skripsi. Terima kasih atas perjuangan, doa dan dukungannya.
10. Kepada Kacamatomoo yang bersedia dijadikan objek penelitian. Ci Cindy Oktavian selaku Owner Kacamatomoo, Customer Service, Marketing Komunikasi terima kasih atas perijinannya.
11. Teman-teman seperjuangan, Varamitha Windy Cantika, Anisa Lailatul Khoiriyah, Nur Afni Chasanah, Indriani Iska Ningrum yang selalu memberikan dukungan dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
12. Teruntuk Adinda Paramita, S.I.Kom dan Mutiah Hasyim terima kasih telah membantu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dan juga terima kasih atas kesabaran yang memberikan semangat selalu.

13. Orang yang spesial dihidup penulis, yang selalu sabar akan sifat baik maupun buruk penulis selama penyusunan skripsi, dan juga selalu memberikan semangat selalu. Terima kasih kepada kekasih Yudha Mei Sonanda. Terima kasih selalu memberikan motivasi yang terbaik dan menemani penulis selalu hingga selesai di dunia perkuliahan.
14. Kepada idola saya Mahalini Raharja yang selalu menjadikan saya semangat dan menghibur saya dengan lagu-lagunya dikala penyusunan skripsi dimulai hingga akhir.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Last but not least, kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah berjuang selama 4 tahun ini dan mengalahkan rasa malas meski sulit. Kamu hebat! Kamu terbaik!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan pembaca serta dapat menjadikan sumber referensi.

Surabaya, 14 Juni 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

Cover .....	i
Halaman Judul.....	ii
Tanda Persetujuan Skripsi .....	iii
Tanda Pengesahan Skripsi .....	iv
Surat Pernyataan Keaslian .....	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi .....	vi
Abstract.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Tabel .....	xvii
Daftar Bagan .....	xviii
Daftar Lampiran .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Pendidikan .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Teori Excellence PR .....	10

2.3 Landasan Konseptual.....	12
2.3.1 Digital Marketing .....	12
2.3.2 Strategi Digital PR.....	13
2.3.3 Media Sosial.....	15
2.3.4 Loyalitas Pelanggan.....	16
2.4 Kerangka Pemikiran .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3.3.1 Subjek Penelitian .....	20
3.3.2 Objek Penelitian .....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Sekunder) .....	20
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5 Teknik Analisis Data .....	21
3.5.1 Reduksi Data.....	22
3.5.2 Penyajian Data .....	22
3.5.3 Penarikan Kesimpulan.....	22
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	22
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian.....	23
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian .....	23
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian .....	24
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	31
4.2.1 Digital PR Dalam Bentuk E-Mail.....	31
4.2.2 Digital PR Dalam Bentuk Website .....	33

4.2.3 Digital PR Dalam Bentuk Blog.....	35
4.2.4 Analisis Strategi Digital PR (Public Relation) .....	37
4.2.5 Komunikasi Dua Arah .....	40
4.2.6 Keseimbangan Kepentingan .....	43
4.2.7 Person to Person .....	47
4.2.8 Evaluasi Pemahaman Bersama .....	50
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Rekomendasi .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>64</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Kacamataamoo .....	4
Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Internet .....	4
Gambar 4. 1 Media Kelola @Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 2 Jenis Lensa Photochromic .....	22
Gambar 4. 3 Jenis Lensa CRMC .....	22
Gambar 4. 4 Jenis Lensa Blue-ray .....	22
Gambar 4. 5 Jenis Lensa Blue-Chromic .....	22
Gambar 4. 6 Jenis Lensa HI-INDEX 1.67 .....	22
Gambar 4. 7 Logo Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 8 Store Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 9 Jumlah Penggunaan Internet dan Media Sosial .....	22
Gambar 4. 10 Email Perusahaan.....	22
Gambar 4. 11 Website Kacamataamoo.....	22
Gambar 4. 12 Pencarian Website Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 13 Blog Kacamataamoo.....	22
Gambar 4. 14 Pertanyaan Customer pada Blog .....	22
Gambar 4. 15 Komentar Customer pada Blog .....	22
Gambar 4. 16 Blog Kacamataamoo.....	22
Gambar 4. 17 Media Sosial Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 18 Instagram Katalog Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 19 Berita Kacamataamoo 2021 .....	22
Gambar 4. 20 Influencer @Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 21 Kontak Person Admin @Kacamataamoo .....	22
Gambar 4. 22 Tanda Pada Tangkai Kacamata .....	22
Gambar 4. 23 Packaging Pertama @Kacamataamoo .....	22

Gambar 4. 24 Packaging Kedua @Kacamatamoo.....	22
Gambar 4. 25 Packaging Ketiga @Kacamatamoo .....	22
Gambar 4. 26 Detail Packaging @Kacamatamoo .....	22
Gambar 4. 27 Detail Packaging @Kacamatamoo .....	22

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Informan Utama .....	20
Tabel 3. 2 Informan Tambahan .....	21



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	17
-------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	65
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	67
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Pendukung.....	74
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara .....	81
Lampiran 5 Kartu Bimbingan .....	85
Lampiran 5 Lembar Revisi .....	87
Lampiran 6 Lembar Turnitin .....	90