

**STRATEGI DAN PELAKSANAAN *CUSTOMER RELATIONS*  
UNTUK Mendukung Kepuasan Pengecer Big Cola  
DI SLEMAN TAHUN 2012**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh:**

**Irmina Susanti  
060903128/kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI DAN PELAKSANAAN *CUSTOMER RELATIONS*  
UNTUK Mendukung Kepuasan Pengecer Big Cola  
DI SLEMAN TAHUN 2012**

**SKRIPSI**

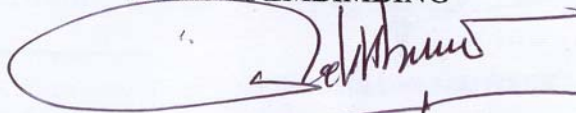
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

**Irmina Susanti**  
**060903128/kom**

DISETUJUI OLEH

DOSEN PEMBIMBING



**Drs. Setio Budi HH., M.Si.**  
Dosen Pembimbing

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI DAN PELAKSANAAN *CUSTOMER RELATIONS* UNTUK Mendukung Kepuasan Pengecer Big Cola di Sleman Tahun 2012  
Penyusun : Irmina Susanti  
NIM : 060903128 / KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Senin, 24 September 2012  
Pukul : 11.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP Lt. 1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tim Penguji

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

\_\_\_\_\_  
Penguji Utama

Drs. Setio Budi HH., M.Si.

\_\_\_\_\_  
Dosen Penguji I

Ike Devi S., M.Si.

\_\_\_\_\_  
Dosen Penguji II

  
.....  
  
.....  
  
.....

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irmina Susanti

No. Mhs. : 060903128 / KOM

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : STRATEGI DAN PELAKSANAAN *CUSTOMER RELATIONS*  
UNTUK Mendukung Kepuasan Pengecer Big Cola  
di Sleman Tahun 2012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisionil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, September 2012

Saya yang menyatakan,

  
(Irmina Susanti) 

## ABSTRAKSI

### STRATEGI DAN PELAKSANAAN *CUSTOMER RELATIONS* UNTUK MENDUKUNG KEPUASAN PENGECEK BIG COLA DI SLEMAN TAHUN 2012

Oleh: **Irminda Susanti (060903128/kom)**

Sebagai perusahaan yang tergolong masih baru di Indonesia, Big Cola mengharapkan mendapatkan dukungan yang berarti dari para pengecer agar menjadi bagian dari jaringan distribusi Big Cola, sehingga produk ini akan dapat merebut pangsa pasar yang ada. Dukungan tersebut akan didapatkan jika perusahaan mampu memenuhi harapan pengecer, kepanjangan tangan jaringan distribusi, sehingga pengecer akan mendapatkan keuntungan lebih dibandingkan menjual merk lainnya dari produk sejenis atau dengan kata lain perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada pengecer. Upaya ini bisa dilakukan dengan menerapkan strategi *customer relations marketing* melalui aktivitas *customer relations*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan pelaksanaan program *customer relations* yang dijalankan *Public Relations* perusahaan untuk mendukung kepuasan pengecer agar loyal menjual Big Cola di Sleman 2012.

Penelitian ini berusaha menjelaskan strategi dan pelaksanaan program *customer relations* Big Cola dalam meningkatkan kepuasan *retailer* agar loyal menjual Big Cola di Sleman. Program *customer relations* Big Cola akan dikaji dengan pendekatan aktivitas komunikasi PR berdasarkan aspek-aspek: *financial bonds*, *social bonds*, *customization bonds*, dan *structural bonds*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan data dinyatakan dalam bentuk simbolik seperti pertanyaan-pertanyaan, tafsiran, tanggapan-tanggapan lisan harafiah, tanggapan non verbal (tidak berupa ucapan lisan).

Proses pengumpulan data dan analisis memperoleh hasil penelitian sebagai berikut: (1) strategi komunikasi PR PT AJE Indonesia dilakukan dengan proses-proses: pendefinisian problem, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program, (2) kegiatan *customer relations* yang dilakukan PR PT. AJE Indonesia diimplementasikan dalam bentuk pelayanan yang baik kepada pengecer sehingga pengecer merasa senang dan loyal menjual Big Cola, (3) PR PT. AJE Indonesia dalam kegiatan *customer relations* dengan pengecer dilakukan melalui kegiatan-kegiatan komunikasi perusahaan kepada pengecer, misalnya: melalui acara *gathering* dan *reward*, pemecahan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi pengecer melalui salesman, dan sebagainya, (4) meskipun secara umum pelayanan kepada pengecer sudah baik, namun ada pengecer yang merasa kurang mendapatkan perhatian karena adanya perbedaan perlakuan dengan toko waralaba.

**Kata Kunci:** strategi, pelaksanaan, *customer relations*, kepuasan pengecer.

## MOTTO

*"It's impossible to fail, as long as you never quit"*

*"Yesterday's the past, tomorrow's the future, but today is a gift. That's why  
it's called the present"*

*"Life is change. Growth is optional. Choose wisely"*

---

*Especially to my beloved parents and my whole family that always give me support.*

## KATA PENGANTAR

*....Adil Ka' Talino Bacuramin Ka' Saruga Basengat Ka' Jubata....*

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Sang Pencipta, Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan anugerah dan kasih sayang-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu perkenankanlah saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta, Ir. Marsianus, Sy dan Maria Elmiana. Adik saya, Yosafat Pangarevo dan Bavo Baltazar. Serta seluruh keluarga besar saya atas doa, dorongan, semangat, dukungan moril, materiil, ceramah serta omelan.
2. Bapak Setio Budi HH. M.Si selaku dosen pembimbing terima kasih atas semua coretan di buku bimbingan dari halaman pertama hingga cover halaman terakhir yang sangat bermanfaat.
3. Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. dan Ibu Ike Devi, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan.
4. Bapak Yudha Raditya Pratama, selaku Manajer PR PT. AJE Indonesia yang telah memberikan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu pemilik atau pengelola toko pengecer Big Cola di wilayah Sleman yang menjadi responden penelitian yang telah memberikan informasi dan data nya.

6. Nes, Elda, Mely, Enny, Nindy, Medi teman slamanya.. Makasih buat kata kata pedas dan peringatan juga dorongan serta sindiran nya. Finally gurlss!!!
7. Raiisa alias Echa yang selalu membantu dalam kesulitan dan selalu menguatkan di saat aku lemah.
8. Ajeng Ayu Anglaina dan Addientha Rizqa... Perjuangan dan pengorbanan serta kesabaran berbuah sesuatu.. Akhirnya keluar dengan terhormat lah dari kampus ini..
9. Semua teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan masukan, kritikan, maupun dukungan, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. *Last but not least, my spirit and motivation, Anderson. Thanks for the miracle that u've give to me.*

Meskipun skripsi ini masih banyak kekurangannya, namun saya berharap bisa bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi bagi yang membutuhkan.

Yogyakarta, September 2012

**Irmina Susanti**



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Abstraksi .....	v
Halaman Motto dan Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Bagan .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Landasan Teori .....	10
1. Strategi Komunikasi yang Dijalankan <i>Public Relations</i> .....	11
2. <i>Customer Relations</i> .....	24
3. Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan .....	37
F. Kerangka Konsep .....	40
G. Metode Penelitian .....	41
BAB II    DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	53
A. Perusahaan Big Cola .....	53
1. Deskripsi Perusahaan .....	53
2. Struktur Organisasi dan Pembagian Kerja .....	54

	B. Pengecer Big Cola .....	62
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....	66
	A. Hasil Penelitian .....	66
	1. Strategi <i>Public Relations</i> perusahaan Big Cola (PT AJE Indonesia) .....	66
	2. Pelaksanaan program <i>customer relations</i> yang dijalankan <i>Public Relations</i> perusahaan untuk mendukung kepuasan pengecer agar loyal .....	81
	3. Pelaksanaan <i>Customer Relations</i> Berdasarkan Temuan Dalam Wawancara dengan Responden di Sleman .....	90
	B. Analisis .....	115
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN .....	140
	A. Kesimpulan .....	140
	B. Saran .....	142
	DAFTAR PUSTAKA .....	143

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Proses Perencanaan Strategis PR .....	20
Tabel I.2	Jumlah Penduduk di Propinsi DIY Berdasarkan Sensus Penduduk 2010 .....	42
Tabel II.1	Deskripsi Kerja PR PT AJE Indonesia .....	61
Tabel III.1	Hasil Penelitian Manajemen Strategi Komunikasi PR Big Cola.....	67
Tabel III.2	Strategi dan Pelaksanaan <i>Customer Relations</i> Berdasarkan Indikator <i>Relations Marketing</i> .....	69
Tabel III.3	Program Kegiatan <i>Customer Relations</i> Pada PR Big Cola .....	90
Tabel III.4	Hasil Wawancara Mengenai Komunikasi Persuasi dari Salesman Berdasarkan Pelayanan dan Kelebihan-kelebihan Big Cola .....	95
Tabel III.5	Hasil Wawancara Mengenai Komunikasi Persuasi dari Salesman Tentang <i>Social Bond</i> melalui Survei Kebutuhan Pelanggan .....	99
Tabel III.6	Hasil Wawancara Mengenai Komunikasi Persuasi dari Salesman Tentang <i>Customization Bonds</i> .....	103
Tabel III.7	Hasil Wawancara Mengenai Komunikasi Persuasi dari Salesman Tentang <i>Structural Bonds</i> .....	105
Tabel III.8	Hasil Wawancara Mengenai Kepuasan Pengecer .....	109
Tabel III.9	Hasil Wawancara Mengenai Kebutuhan dan Keinginan Pengecer	112
Tabel III.10	Hasil Wawancara tentang Komunikasi dan Pelayanan .....	114

## DAFTAR BAGAN

Bagan II.1. Struktur Organisasi PT. AJE Indonesia .....	53
Bagan III.1 Keberhasilan Komunikasi Persuasi Salesman .....	96
Bagan III.2 Keberhasilan Komunikasi Persuasi Salesman .....	100



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1. Skema penelitian .....	41
Gambar III.1. BCA Bizz Expo .....	79
Gambar III.2. FA Cup.....	79
Gambar III.3. Contoh pemasangan merek Big Cola di toko .....	107
Gambar III.4. Big Cola dalam acara “Bukan 4 Mata” Tukul Arwana .....	122



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Layout</i> Website Big Cola .....	146
Lampiran 2. Hasil Jawaban PR Big Cola melalui email .....	147 - 148
Lampiran 3. Panduan Wawancara.....	149 - 150
Lampiran 4. Transkrip Wawancara .....	151 - 175
Lampiran 5. Surat Izin Peneltian .....	176

