

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT PT.
PELABUHAN INDONESIA II DALAM MENGELOLA
RELASI PELANGGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program studi Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



Di Susun Oleh :

**FAKHRANA NUR'AININA SYAFRIDA
1111003097**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.

Nama : Fakhra Nur'ainina Syafrida

NIM : 1111003097

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

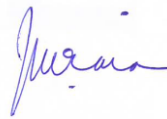
Tugas Akhir ini ditujukan oleh:

Nama : Fakhrana Nur'ainina Syafrida
NIM : 1111003097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Hubungan Masyarakat PT. PELABUHAN
INDONESIA II dalam Mengelola Relasi Pelanggan

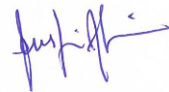
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanastasia, S.Sos., MMediaPrac



Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si



Penguji 2 : Dianingtyas M. Putri, M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan Kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Hubungan Masyarakat PT. PELABUHAN INDONESIA II dalam Mengelola Relasi Pelanggan”**. Adapaun tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) konsentrasi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Selesainya penulis menulis skripsi ini tidak terlepas karena bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dan dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
2. Ibu Mirana Hanastasia, S.Sos, M.Media Prac. Selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi saran dan memberi motivasi untuk menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Dianingtyas M. Putri, M.Si. selaku dosen pembahas pada saat sidang skripsi yang membantu dalam memberikan masukan bagi penulis.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu, dan pihak sekretariat yang telah banyak membantu penulis, terima kasih atas segala bantuan dan kebaikannya.

5. Terima kasih kepada kepala IPC Cabang Tanjung Priok yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan riset.
6. Untuk kedua orang tuaku Bapak dan Mama tercinta, dan adik serta untuk seluruh keluarga besar, terima kasih atas cinta dan kasih sayang, dukungan moril, materil serta do'a, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak ada yang lebih hebat selain do'a dan dukungan kalian.
7. Sahabat serta kekasih tercinta yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan sepenuh hati sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, walaupun agak sedikit terlambat.
8. Teman-teman seperjuangan Komunal 2011, berbagi suka dan duka, serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya.

Penulis menyadari bahwa pembahasan dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran atas kekurangan dan kelemahan yang ada. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta , Agustus 2018

Fakhrana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fakhrana Nur'ainina Syafrida
NIM : 1111003097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Hubungan Masyarakat PT.PELABUHAN INDONESIA II dalam
Mengelola Relasi Pelanggan”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan. Mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Agustus 2018

Yang menyatakan,



Fakhrana

STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT PT. PELABUHAN INDONESIA II DALAM MENGELOLA RELASI PELANGGAN

Fakhrana Nur'ainina Syafrida

ABSTRAK

PT Pelabuhan Indonesia II atau sekarang dikenal dengan International Port Container (IPC) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kepelabuhanan. Pelanggan bisnis Perusahaan memegang peranan penting untuk kemajuan Perusahaan. Mengingat pentingnya peran pelanggan ini, Perusahaan perlu untuk mengelolanya dengan baik. Hubungan Masyarakat PT Pelabuhan Indonesia II memiliki tugas untuk mengelola relasi pelanggan. Melangkah dari peran pelanggan ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi relasi pelanggan yang dilaksanakan oleh PT Pelabuhan Indonesia II dalam mengelola hubungan dengan pelanggan dalam menangani keluhan dan menyampaikan informasi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam kepada pihak IPC. Pertanyaan-pertanyaan penelitian merujuk kepada operasionalisasi konsep relasi pelanggan, yaitu penanganan keluhan dan penyampaian informasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mengelola keluhan pelanggan dan penyampaian informasi, PT Pelabuhan Indonesia II memiliki beberapa saluran dan aktivitas yaitu *i-Service*, *e-mail*, telepon, dan *coffee morning*.

Kata kunci : relasi pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, penyebaran informasi

PUBLIC RELATIONS STRATEGY PT. PELABUHAN INDONESIA II IN HANDLING A CUSTOMER RELATIONSHIP

Fakhrana Nur'ainina Syafrida

ABSTRACT

PT. PELABUHAN INDONESIA II or known as IPC is a company that run port service business. The company's customers had an important role for the company. Given the importance of this role of customers, company needs to manage them well. Public relations of PT. PELABUHAN INDONESIA II has a duty to manage their customers. This study attempts to analyze strategy customers relationship exercised by PT. PELABUHAN INDONESIA II in managing relationship with customers in dealing with complain and disseminating information.

The qualitative method was used in the descriptive study by using an in-depth interview technique to the informant from IPC and customers. Research questions refer to the concept operationalisation of customers relation's, namely the handling of complaints and dissemination of consumer information.

The result of this research suggests that in managing relationship and disseminating consumer information, PT. PELABUHAN INDONESIA II has some channels, such as the i-service activity, e-mail, phone and coffee morning.

Key word: *customer relations, complaint handling, consumer information*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Perumusan Masalah	7
I.3. Pembatasan Masalah	7

I.4.	Tujuan Penelitian	7
I.5.	Manfaat Penelitian	8
I.5.1.	Kegunaan Teoritis	8
I.5.2.	Kegunaan Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1.	Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	9
II.2.	Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	13
II.2.1.	Komunikasi Korporat	13
II.2.2.	Relasi Pelanggan	18
II.2.3.	Pelanggan.....	21
II.2.4.	Keluhan Pelanggan	25
II.2.5.	Kepuasan Pelanggan	27
II.3.	Kerangka Pemikiran	28

BAB III METODE PENELITIAN

III.1. Metode Penelitian	31
III.2. Objek Penelitian	31
III.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	32
III.3.1 Data Premier	32
III.3.2 Data Sekunder	34
III.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	34
III.5. Teknik Analisis Data	35
III.6. Teknik Pengajuan Keabsahan Data	36
III.7. Keterbatasan Penelitian	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1. Profil Perusahaan	38
IV.1.1. Sejarah Perusahaan	38
IV.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	40
IV.1.3. Bisnis Inti dan Bidang Usaha Perusahaan	42
IV.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	45
IV.1.5. Bidang-bidang Kerja	46
IV.2. Hasil Penelitian	54
IV.3. Pembahasan	65

BAB V PENUTUP

V.1. Kesimpulan	70
V.2. Saran	71
V.2.1 Saran Akademik	71
V.2.2 Saran Praktisi	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Halaman
Gambar 2.1	Deskriptif Terkait dengan 3 Penelitian Sebelumnya.....	9

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Halaman
Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	13
Gambar II.1	Proses Komunikasi Secara Sekunder	22
Gambar III.1	Logo IPC Cabang Tanjung Priok	57
Gambar III.2	Struktur Organisasi Corporate Secretary IPC (Indonesia Port Corporation) Cabang Tanjung Priok	58
Gambar III.3	Struktur Divisi Pelayanan Pelanggan	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN 2

LAMPIRAN 3