



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG
STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI MALL

FX SUDIRMAN



NAMA: JUNYKO BATARA

NIM: 12140110075

FAKULTAS: ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI: PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tangerang

2015

**PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI MALL**

FX SUDIRMAN

Oleh
Nama : Junyko Batara
NIM : 12140110075
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

Tangerang, 7 Januari 2016

Pembimbing

Penguji

(Robertus Aditya S.Sos, M.H.)

(Dra. Joice Carroll Siagian, M.Si.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bertha Sri Eko M.,M.Si)

Lembar Pernyataan tidak melakukan plagiat dalam penyusunan Laporan Kerja Magang

Dengan ini saya:

Nama: Junyko Batara

NIM: 12140110075

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang:

Nama Perusahaan: PT Plaza Lifestyle Prima

Divisi: Customer Relationship Manangement and Event

Alamat: Jalan Jendral Sudirman-Pintu Satu Senayan Jakarta 10270

Periode magang: 1 Juli – 30 September 2015

Pembimbing lapangan: Bapak Indra Hedy Lesmana dan Ibu Olivya Yosephine

Laporan kerja magang merupakan hasil karya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudianhari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 November 2015

(Junyko Batara)

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan para stakeholder maupun shareholders. Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan Customer Relationship Management (CRM) untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara mereka. Dengan demikian kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke lain produk dan merek.

Kata kunci

Customer Relationship Management, Event, Database, dan Media Komunikasi

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmatnya dan karunia-Nya, penulis dapat melaksanakan praktek kerja lapangan serta dapat menyelesaikan laporannya tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti.

Laporan Kerja Praktek Lapangan ini disusun berdasarkan apa yang telah kami lakukan pada saat dilapangan yakni pada Mall fX Sudirman yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman-Pintu Satu Senayan, Jakarta. dimulai dari tanggal 1 Juli 2015 s/d 30 September 2015.

Kerja praktek lapangan ini merupakan salah syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi Ilmu Komunikasi. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh kerja praktek ini ternyata banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun untuk pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di bangku kuliah.

Dalam penyusunan laporan hasil kerja praktek lapangan ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.
2. Dosen pembimbing laporan magang. Bapak Robertus Aditya S.Sos, M.H yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.
3. Kedua orang tua penulis yaitu Hendry dan Sunyta Fatma, saudara-saudara penulis, Lysan Kumala dan Hansen Batara yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam penyelesaian laporan magang ini.
4. Pembimbing lapangan sekaligus *Event & Marketing Communication* Section Head Bapak Indra Hedy Lesmana, ibu Olivya Yosephine sebagai *Staff Marketing Communication*, Bapak Bayu Adhi Prakoso selaku *Staff Event*, dan Bapak Tio selaku *Sound Engineer*, yang telah memberikan

kesempatan pada penulis untuk terlibat dalam pekerjaannya, membimbing dan mengajarkan banyak hal, serta berbagai pengalaman kepada penulis.

5. Teman-teman Penulis yang telah membantu dan memberikan semangat selama mengerjakan laporan kerja magang, yaitu Antony Dinata, Joshua Bastiano, Shinta Aprillia, dll yang telah memberikan solusi dan warna dalam pembuatan laporan magang.

Penulis akui penulis tidaklah sempurna seperti kata pepatah tak ada gadig yang tak retak begitu pula dalam penulisan ini, apabila nantinya terdapat kekeliruan dalam penulisan laporan kerja praktek ini penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya.

Akhir kata semoga laporan kerja praktek lapangan ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Tangerang, 23 November 2015

UMMN

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Profil Perusahaan	6
2.1.1 Visi dan Misi fX Sudirman	7
2.1.2 Budaya Perusahaan	7
2.1.3 Logo fX Sudirman	8
2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi.....	10
BAB 3 PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Kordinasi	12
3.2 Tugas Yang Dilakukan	12

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	15
3.4 Kendala	22
3.5 Solusi	23

BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan.....	24
4.2 Saran	25
4.2.1 Saran untuk Universitas	24
4.2.2 Saran untuk fX Sudirman.....	24

