

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET) DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Valerie Tjaman

00000047311

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET) DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Valerie Tjaman

0000047311

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valerie Tjaman
NIM : 00000047311
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:
**Strategi Marketing Public Relations PT Indomarco Primatama (Indomaret)
Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 03 Juni 2024



A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and diagonal strokes, is located to the right of the stamp.

Valerie Tjaman

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Strategi Marketing Public Relations PT Indomarco Prismatama (Indomaret) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Oleh

Nama : Valerie Tjaman

NIM : 00000047311

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Mei 2024

Pembimbing


Dr. Indiwati Seto Wahjuwibowo, M.Si.
0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Oleh

Nama : Valerie Tjaman
NIM : 00000047311
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji




Digitally signed
by Fakhriy
Dinansyah
Date: 2024.06.28
15:16:34 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
NIDN 0304039001



Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0302077104

Pembimbing



Dr. Indiwana Seto Wahjuna, M.Si.
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.28
18:39:39 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Valerie Tjaman
NIM : 00000047311
Program Studi : Ilmu Kounikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS PT INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET)
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valerie Tjaman', is written over the right side of the UMN logo watermark.

Valerie Tjaman

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* PT Indomarco Prismatama (Indomaret) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan” dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari peran dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan doa serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi tersebut dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan serta keputusan selama berlangsungnya sidang skripsi.
6. Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si., selaku Penguji yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama sidang skripsi berlangsung.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan inspirasi dan menjadi manfaat bagi para pembaca sehingga menjadi acuan untuk pembaharuan penelitian.

Tangerang, 3 Juni 2024



Valerie Tjaman

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Valerie Tjaman

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Penting bagi suatu bisnis waralaba, khususnya Indomaret dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui *marketing public relations* agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing Public Relations* PT Indomarco Prismatama (Indomaret) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Public Relations* merupakan praktik komunikasi yang memiliki tujuan untuk membangun dan memelihara citra positif dari suatu organisasi, perusahaan, ataupun individu di masyarakat. PT Indomarco Prismatama (Indomaret) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang waralaba dan tentu mempunyai banyak pesaing yang bergerak di bidang yang sama. Tentunya terdapat banyak tantangan yang perlu dihadapi dan strategi yang harus dilakukan untuk dapat tetap bertahan di bidang tersebut. PT Indomarco Prismatama (Indomaret) akan melihat kompetensi dan kinerja dari *public relations* untuk menentukan meningkatkan *Customer Relationship Management* dan strategi tersebut untuk mempertahankan loyalitas pelanggan perusahaan. Paradigma Penelitian yang digunakan adalah post-positivis dan teknik analisa data yang digunakan adalah penjadohan pola. Penelitian ini menggunakan konsep dari model *Seven Steps Strategy* milik Thomas L. Harris dan *Three Ways Strategy* dari Philip Kotler. Keseluruhan dari penerapan kegiatan marketing yang dilakukan oleh PT Indomarco Prismatama (Indomaret) dinilai sudah seturut dengan konsep yang digunakan dan memiliki potensi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, Customer Relationship Management, Loyalitas Pelanggan*

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION PT INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Valerie Tjaman

ABSTRACT

This research is a qualitative descriptive research using the case study research method. It is important for a franchise business, especially Indomaret, to maintain customer loyalty through marketing public relations in order to survive in business competition. The data collection techniques used were in-depth interviews and documentation. The purpose of this research is to find out how the Marketing Public Relations Strategy of PT Indomarco Prismatama (Indomaret) increases customer loyalty. Public Relations is a communication practice that has the aim of building and maintaining a positive image of an organization, company or individual in society. PT Indomarco Prismatama (Indomaret) is a company that operates in the franchise sector and of course has many competitors operating in the same field. Obviously, there are many challenges that need to be faced and strategies that must be implemented to survive in this field. PT Indomarco Prismatama (Indomaret) will look at the competence and performance of public relations to determine improving Customer Relationship Management and this strategy to maintain company customer loyalty. The research paradigm used is post-positivist and the data analysis technique used is pattern matching. This research uses concepts from Thomas L. Harris's Seven Steps Strategy model and Philip Kotler's Three Ways Strategy. The overall implementation of marketing activities carried out by PT Indomarco Prismatama (Indomaret) is considered to be in accordance with the concept used and has the potential to increase customer loyalty.

Keywords: *Marketing Public Relations, Customer Relationship Management, Customer Loyalty*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	
1.5.2 Kegunaan Praktis	
1.5.3 Kegunaan Sosial	
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	24
2.3 Alur Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	36
3.3 Metode Penelitian	37
3.4 Key Informan (Partisipan)	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39

3.6	Keabsahan Data	40
3.7	Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	40
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.3	Pembahasan.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
	5.2.1 Saran Akademis.....	78
	5.2.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		81



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 11



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perkembangan Gerai Indomaret tahun 2024.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Gerai Indomaret tahun 2022.....	3
Gambar 1.3 Indomaret Raih Penghargaan pada IFBC Expo 2023.....	4
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Foto Profil Piter Sim Narasumber Legitimate.....	41
Gambar 4.2 Foto Profil Jason Wan Narasumber Kompeten.....	42
Gambar 4.3 Foto Profil Magda Harahap Ahli Ilmu Komunikasi.....	43
Gambar 4.4 Logo Indomaret.....	44
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Marketing Indomaret.....	45
Gambar 4.6 Festival Kuliner Indomaret.....	46
Gambar 4.7 Aksi Donor Darah oleh PMI.....	53
Gambar 4.8 Aksi Bantuan Sosial oleh Indomaret.....	54
Gambar 4.9 Website Klik Indomaret.....	55
Gambar 4.10 Merchandise Kolaborasi Indomaret dengan Brand Lokal.....	62
Gambar 4.11 Platform Customer Service Indomaret.....	66
Gambar 4.12 Bukti Wawancara dengan Ahli Komunikasi.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Transkrip Wawancara.....	100
Lampiran B Hasil Turnitin.....	103
Lampiran C Bukti Bimbingan Skripsi.....	107
Lampira D Formulir Konsultasi Skripsi.....	109

