



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SEBAGAI UPAYA
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS *CUSTOMER* PADA PERUSAHAAN
URBANASIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)

Anugrah Ikhsan Maulana

193516516408

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITIES

***MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY AS AN EFFORT TO
MAINTAIN CUSTOMER LOYALTY TO URBANASIA COMPANIES***

THESIS

Submitted as one of the conditions for obtaining a Bachelor of Communication

Science (S.I.Kom) degree

Anugrah Ikhsan Maulana

193516516408

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

2023

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anugrah Ikhsan Maulana

NPM : 193516516408

Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SEBAGAI
UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER
PADA PERUSAHAAN URBANASIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bawah Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang dipublikasikan sebelumnya atau yang ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian Pernyataan ini saya buat

Jakarta, 7 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Anugrah Ikhsan Maulana



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anugrah Ikhsan Maulana
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516408
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
CUSTOMER PADA PERUSAHAAN URBANASIA
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar
Sarjana Strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas
Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 1 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Drs. Adi Prakosa, M. Si.

Dekan

Dr. Erna Firmawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama Mahasiswa : Anugrah Ikhsan Maulana
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516408
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS CUSTOMER PADA
PERUSAHAAN URBANASIA

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Zumadin, M.Si

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Pembimbing I : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 Maret 2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anugrah Ikhsan Maulana
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516408
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
CUSTOMER PADA PERUSAHAAN URBANASIA

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Penguji II : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Anugrah Ikhsan Maulana
NPM : 193516516408
Fakultas/Akademik : FISIP
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 23 Februari 2023

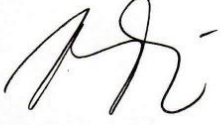
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

STRATEGI MAARKETING PUBLIC RELATIONS SEBAGAI UPAYA
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER PADA PERUSAHAAN
URBANASIA

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

*MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY AS AN EFFORT TO MAINTAIN
CUSTOMER LOYALTY TO URBANASIA COMPANIES*

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 1 Maret 2023	TGL : 1 Maret 2023	TGL : 1 Maret 2023
		

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur Peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini, yang berjudul “STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS *CUSTOMER* PADA PERUSAHAAN URBANASIA”. Penelitian proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta. Ketertarikan Peneliti dengan permasalahan dalam proposal skripsi ini adalah karena ingin mengetahui bagaimana strategi *Marketing public relations* sebagai upaya mempertahankan loyalitas Kostumer pada perusahaan Urbanasia

Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Peneliti tidak akan selesai tepat waktu proposal skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
- 2) Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- 3) Bapak Drs. Adi Prakoso, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- 4) Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

- 5) Bapak Drs. Adi Prakoso, M.Si. Selaku dosen pembimbing utama yang mengarahkan Peneliti dalam penyusunan proposal skripsi ini.
- 6) Bapak Bambang Pamungkas, M. Ilkom Selaku asisten dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk mengarahkan Peneliti dalam penyusunan proposal skripsi ini.
- 7) Segenap dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan civitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 8) Pihak perusahaan Urbanasia yang membantu dalam usaha memperoleh data yang Peneliti perlukan.
- 9) Orang tua, dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
- 10) Kepada Sahabat-sahabat saya, yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan kepada Peneliti dalam menulis skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan sehingga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut. Akhir kata, Peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 7 Februari 2022



Anugrah Ikhsan Maulana
Peneliti



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Anugrah Ikhsan Maulana
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Skripsi : *Strategy Marketing Public Relations* Sebagai Upaya
Mempertahankan *Loyalitas Customer*

Katakunci: <i>Marketing agency, Strategy, Marketing public relations, Loyalitas Customer</i>	Berbicara tentang perusahaan tidak terlepas dari mencari keuntungan, mengembangkan strategi dan layanan, banyak perusahaan sering menggunakan jasa agen pemasaran. Layanan ini dinilai mampu memberikan dampak yang jauh lebih cepat dan ekonomis dalam mengembangkan bisnis. Strategi marketing public relations diperlukan agar mampu bersaing dan berhasil dalam mendapatkan dan mempertahankan loyalitas klien. Urbanasia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Marketing Agency. Urbanasia, telah didirikan pada tahun 2017 dan bergerak untuk mendapatkan klien. Namun, pandemi Covid-19 mengubah arah kebijakan interaksi, termasuk promosi. Keterbatasan tatap muka membuat segala bentuk kolaborasi online dan 100% digital. Hal ini menyebabkan beberapa brand menghentikan sementara kolaborasinya dengan Urbanasia dan menyebabkan Urbanasia mengalami penurunan penjualan dari tahun 2019 memiliki 14 klien, kemudian pada tahun 2020 menurun menjadi 4 klien. Selain persaingan yang ketat dengan perusahaan lain, Urbanasia harus mempersiapkan dan mengembangkan strategi marketing public relations yang handal sehingga dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Metode Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, Hasil dari skripsi ini adalah penerapan strategi pemasaran PR yang digunakan oleh Urbanasia. layanan jualnya sangat agresif mulai dari mencari klien baru, mendekati service marketing, pitching dengan klien, menjaga hubungan baik dengan klien hingga menjaga loyalitas klien, dan membuat acara yang dapat menunjukkan eksistensi Urbanasia kepada publik. Masyarakat Indonesia. Karena terbukti dengan menjaga loyalitas klien akan lebih mudah mendapatkan keuntungan dibandingkan harus mencari klien baru.
Pembimbing	Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

ABSTRACT

Name : Anugrah Ikhsan Maulana
Study Program : *Communication Science*
Thesis : *Marketing Public Relations Strategy As An Effort to Maintain Customer Loyalty To Urbanasia Company*

<p>Keywords: <i>Marketing agency, Strategy, Marketing public relations, Customer loyalty.</i></p>	<p><i>Talking about companies is inseparable from seeking profits, developing strategies and services, many companies often use the services of marketing agents. This service is considered capable of providing a much faster and more economical impact in developing a business. A marketing public relations strategy is needed in order to be able to compete and succeed in getting and maintaining client loyalty. Urbanasia is a company engaged in the field of Marketing Agency. Urbanasia, has been established in 2017 and is moving to get clients. However, the Covid-19 pandemic changed the direction of interaction policies, including promotions. Face-to-face limitations make all forms of collaboration online and 100% digital. This caused several brands to temporarily stop their collaboration with Urbanasia and caused Urbanasia to experience a decrease in sales from 2019 having 14 clients, then in 2020 it decreased to 4 clients. As well as intense competition with other companies, Urbanasia must prepare and develop a reliable marketing public relations strategy so that it can compete with other services company. This research method is a qualitative of descriptive, The result of this thesis is the application of the PR marketing strategy used by Urbanasia. the selling services its very aggressively starting from finding new clients, approaching service marketing, pitching with clients, maintaining good relations with clients to maintaining client loyalty, and creating events that can show Urbanasia's existence to the public. Indonesian society. because it is proven that by maintaining client loyalty it will be easier to get profits than having to find new clients.</i></p>
<p>Mentor</p>	<p>Drs. Adi Prakosa, M.Si</p>

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Mafaat Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penelitian	8
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terlebih Dahulu.....	11
2.1.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Strategi	15
2.2.2 Komunikasi	18
2.2.3 Strategi Marketing.....	23
2.2.4 <i>Marketing Public Relatios</i>	26
2.2.5 <i>Public relations</i>	39
2.2.6 <i>Loyalitas Customers</i>	42
2.3 Kerangka Pemikiran	48
BAB III.....	50
METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Jenis Metode Penelitian.....	50
3.1.1 Pendekatan Penelitian	50

3.1.2	Paradigma Penelitian.....	53
3.1.3	Subjek dan Objek Penelitian	53
3.2	Penentuan Informan	54
3.2.1	Informan Utama	55
3.2.2	Informan Pendukung.....	55
3.3	Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1	Data Primer	56
3.3.2	Data Sekunder	57
3.4	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	58
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	60
3.5.1	Lokasi Penelitian.....	60
3.5.2	Jadwal Penelitian.....	61
BAB IV	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Profil Perusahaan.....	62
4.1.2	VISI.....	66
4.1.3	MISI	67
4.1.4	Struktur Perusahaan	67
4.1.5	SOP Perusahaan	68
4.1.6	Karakteristik Informan	69
4.2	Hasil Penelitian.....	72
4.3	Pembahasan	117
BAB V	126

KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130
DAFTAR LAMPIRAN	133
Lampiran I	133
Lampiran II.....	134
Lampiran III.....	135
Lampiran IV.....	137
Lampiran V.....	141
Lampiran VI.....	159
Lampiran VII.....	164



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Annual Client Progress Report.....	4
Gambar 2. 1 Unsur-unsur komunikasi	19
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	62
Gambar 4. 2 Event Telkomsel X Urbanasia	65
Gambar 4. 3 Perusahaan Kolaborasi Urbanasia 2022.....	66
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Urbanasia 2022	67
Gambar 4. 5 Profile Informan Utama	69
Gambar 4. 6 Profile Informan Utama 2 Customer	70
Gambar 4. 7 Profile Informan Pendukung	71
Gambar 4. 8 Proses Pitching.....	82
Gambar 4. 9 Klien Urbanasia, MOTI.....	82
Gambar 4. 10 Klien Brand Urbanasia.....	103
Gambar 4. 11 URcrosswalk 2020	110
Gambar 4. 12 URVideo X Telkomsel 2020.....	111
Gambar 4. 13 Urbanasia Fashion Week 2022.....	112
Gambar 4. 14 Press Launching MOTI 2022.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir.....	48
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	61
Tabel 4.1 SOP Perusahaan.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Ketersediaan Bimbingan.....	125
Lampiran II Surat Tugas	126
Lampiran III Lembar Konsultasi.....	127
Lampiran IV <i>Field Note</i> Observasi.....	129
Lampiran V Transkrip Wawancara.....	132
Lampiran VI Dokumentasi.....	150
Lampiran VII Daftar Riwayat Hidup.....	155

