

DAFTAR PUSTAKA

- ¹ Wikipedia. 2021. *Konsultan*. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022. < <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsultan> > .
- ¹ NKD, Feradhita. 2022. *Konsultan IT: Tugas, Peran dan Kualifikasi yang Dibutuhkan*. Diakses pada tanggal 25 Desember 2022. < <https://www.logique.co.id/bl/2022/02/17/konsultan-it/> >
- ¹ Adila. 2022. *Apa yang dilakukan Konsultan Telekomunikasi?*. Diakses pada 18 Desember 2022. < <https://bl.usaha321.net/apa-yang-dilakukan-konsultan-telekomunikasi/index.html> >
- ¹ Yuniarti D, 2018. *Studi Analisis Industri Telekomunikasi Indonesia Untuk Mendukung Efisiensi*. Puslitbang Sumber Daya, Perangkat, dan Penyelenggaraan Pos dan Informatika Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi dan Informatika
<https://balitbangsdm.kominfo.go.id>
- ¹ XLoker, 2022, *Overview PT Cahaya Arif Abadi*. Diakses pada tanggal 17 November 2022. <<http://xloker.com/id/company/detail/13734>>
- ¹ Adm. 2010. *Daftar Perusahaan Layanan Telekomunikasi*. Diakses pada 19 Desember 2022. < <https://daftarperusahaanindonesia.com/> >
- ¹ PT Cahaya Arif Abadi. 2022. *Company Profile PT CAA*. Diakses pada 16 November 2022. <<https://www.caa-telco.com/customer>>
- ¹ Ibid.
- ¹ Arifin A. 1982. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico
<https://onsearch.id/Record/IOS2902.YOGYA0000000000002714>
- ¹ Tasbih, I. 2020. *Peran Humas dalam Membina Hubungan dengan Pelanggan Pada PT (PERSERO) Wilayah Riau KEPRI ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang*. *Skripsi*, Riau: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

<https://repository.uin-suska.ac.id/27218/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

¹ Suryanita, Z. 2015. Strategi Komunikasi Customer Relationship Management PT. Media Fajar Koran dalam Membangun Relasi dengan Publik. *Skripsi*, Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri (UIN) Alauddin.

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8316/1/ZAM-ZAM%20SURYANITA.pdf>

¹ Waruru, L.M. 2019. Strategi Public Relations PT. Sinar Surya Sehati dalam Eksternal Relations. *Skripsi*, Jakarta: Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika.

<https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/21876#>

¹ Oskandar, J.F. 2019. Peran Public Relations dalam Membangun Komunikasi Publik Internal di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Skripsi*, Medan: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

<http://repository.uinsu.ac.id/6798/1/skripsi.pdf.pdf>

¹ Veronica, V. 2018. Strategi Humas PT Sayaga Wisata Bogor dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Karyawan. *Skripsi*, Jakarta: Program Studi Hubungan Masyarakat Akademi Komunikasi BSI Jakarta.

<https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/16216>

¹ Panjaitan F. *Pengaruh Total Quality Service dan Customer Relationship Management Terhadap Satisfaction dan Dampaknya Pada Customer Loyalty*, (Surabaya: PT Revka Petra Media, 2016) Hal. 25

¹ Wijaya, O. Y. A. 2019. *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture*. Jawa Timur: Deepblish. H. 26

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1318280>

¹ Hertita, D. 2018. *Setiap Pebisnis Harus Punya Buku Ini! Rahasia Meningkatkan Income dengan Pelayanan*. Jakarta: Gramedia. H. 43-44

<https://ebooks.gramedia.com/id/buku/setiap-pebisnis-harus-punya-buku-ini-new-edition>

- ¹ Buttle, F. 2004. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concept and Tools*. Malang: Bayumedia Publishing. H. 4-14
<http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/05/customer-relationship-management-crm/>
- ¹ Saleh, M A. 2014. *Customer Relationship Management (CRM)*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Di akses pada tanggal 20 November 2022.
<<http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/05/customer-relationship-management-crm/>>
- ¹ Ibid
- ¹ Yulianita, N. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas. H. 21-23
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0.5&cluster=17612309628535410787
- ¹ Rachmadi, F. 2002 *Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hal. 16
<https://onesearch.id/Record/IOS2863.JATEN000000000201439>
- ¹ Ruslan, R. 2007. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. H. 16
<https://onesearch.id/Author/Home?author=Rosady+Ruslan%2C+SH%2C+MM>
- ¹ Nova, F. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press. Hal. 45
<https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=6417>
- ¹ Linggar, AM. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 1-2
<http://perpus.tasikmalayakab.go.id/opac/detail-opac?id=7039>
- ¹ Saputra, W dan Nasrullah, R. 2011. *Teori dan Praktik 2.0: Public Relations di Era Cyber*. Bekasi: Gramata Publishing. H. 125
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=969199>
- ¹ Ruslan, R. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. H. 6

<https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=6803>

¹ Ruslan, R. 2010. *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo. H. 19

<https://onesearch.id/Record/IOS6530.ai:slims-1971>

¹ Kusumastuti, F. 2002. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Ghalia Indonesia. H. 15

<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205965/dasar-dasar-humas>

¹ Nurjaman, K. dan Umam, K. 2012. *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia. H. 113

https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=y6BMMacAAAAJ&citation_for_view=y6BMMacAAAAJ:u5HHmVD_uO8C

¹ Rumanti, M A. 2002. *Dasar-dasar Public Relations : Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=346178>

¹ Umar, H. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. H. 31

<https://books.google.co.id/books?id=iljGIZWnAgwC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

¹ Effendy O U. 2007. *Ilmu Komunikasi Terori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya. H. 32

<https://rosda.co.id/komunikasi/249-ilmu-komunikasi-teori-dan-praktek.html>

¹ Ruslan, R. 2014. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya*. Edisi revisi. Jakarta: RajaGrafindo Persada. H. 134

<https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=104217>

¹ Ibid.

¹ Scott, C. 1952. *Effective Public Relations*. Terjemahan Tri Wibowo, 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.

http://library.fip.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=3611

¹ Masindo, Abdul A. 2018. *Strategi Public Relations Detikcom dalam Meningkatkan Brand Loyalty*. *Skripsi*. Jakarta: Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu
Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43880/1/ABDUL%20AZIZ%20MASINDO-FDK.pdf>

¹ Suyyeti, Kurniawan G. 2005. *Pelayanan Prima (Customer Care)*. Jakarta: Yudhistira.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=277313>

¹ Alkaf, N. H. 2009. *Metodelogi Pendidikan*. Ciputat: Penerbit Islamic Research Publishing. H. 37

¹ Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.

<https://scholar.google.com/citations?user=WGVkqjQAAAAJ&hl=en>

¹ Nasir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. H. 54

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=711887>

¹ A.Muri Yusuf. 2017. *Metode Penelitian : Kuantitatif,Kualitatif,dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri,2017 Cet.4 hal.328

¹ A Albi dan S Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak. H. 8

¹ Amirin T M. 2000. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. H. 92-93

<https://onesearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000000018222>

¹ Suwandi dan Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. H. 188

<https://pustaka.pekanbaru.go.id/inlislite3/opac/detail-opac?id=17525>

¹ A Nur Laeli. 2023. *Pengertian Data, Fungsi, Manfaat dan Contoh*. Diakses pada tanggal 6 Februari 2023 <<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-data/>>

- ¹ A Suharsimi, 2010. *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=801361>
- ¹ W Purhantara. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- ¹ Putri, A. M. Dan Ruliana, P. 2019. “*Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant*” *Journal Of Creative Communication*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi. Vol 1 No 1
<https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/346>
- ¹ Sutopo. 2013. *Pengumpulan dan Pengolahan Data dalam Penelitian Kualitatif (Metodelogi Penelitian Kualitatif, Tinjauan Teoritis dan Praktis)*. Malang: Lembaga Penelitian Unisma,t.t). H 111
https://library.unisma.ac.id/slims_unisma/index.php?p=show_detail&id=1689
- ¹ P, Andi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan dan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- ¹ Moleong J Lexy. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. H. 332
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- ¹A dan Ghony.2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media. H 321
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=853632>
- ¹ Mamik. 2015. *Metododologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. H 117
- ¹ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. H. 192
- ¹ Moleong J Lexy. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. H. 332
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- ¹ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. H. 192
- ¹ Ibid
- ¹ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. H. 192

¹ Muhison Salafudin. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang*. Skripsi. Fakultas Adab Dan Humaniora. UIN Jakarta

¹ Ibid.

¹ S Sandu dan S M Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. H. 124

¹ Ibid.





LAMPIRAN

Lampiran I

Permohonan Penelitian dan Informasi Data

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7606700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Nomor : 170 /WD/I/2023 Jakarta, 20 Januari 2023
Lamp : -
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Bapak/Ibu Pimpinan PT Cahaya Arif Abadi

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Istiqhara Adinda Fahira
Nomor Induk Mahasiswa : 193516416226
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*
Alamat Rumah : Jl Raya Ragunan 185 Pasar Minggu, Jakarta Selatan
HP : 08985451206

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: *Strategi Public Relations PT Cahaya Arif Abadi dalam Menjalin Hubungan Baik pada Customers*, Dengan Dosen Pembimbing : Yuyu Sriwartini , S.Sos., M.Si.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si



Lampiran II

Penugasan Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P. O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Istiqhara Adinda Fahira
Nomor Pokok : 193516416226
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran III

Catatan Koreksi

Catatan Koreksi

Istiqhara Adinda Fahira - 193516416226

No	Pokok Bahasan	Catatan Koreksi
1	Bimbingan Revisi 1	Selasa, 22 November 2022 Bab 1 kurangnya data pendukung, pada Bab 2 kurang menambahkan <i>research gap</i> dan <i>novelty</i> , pada Bab 3 kurang menambahkan uji keabsahan data.
2	Bimbingan 2	Selasa, 27 Desember 2022 Bimbingan bersama mahasiswa kualitatif melalui video <i>conference</i> dengan pembahasan "Bab 3/Kategorisasi Pertanyaan Wawancara"
3	Bimbingan Revisi 3	Rabu, 4 Januari 2023 Revisi latar belakang ada beberapa paragraph yang harus diubah dan mengganti teori yang ada dengan teori mengenai <i>Customer Relations Management</i> .
4	Bimbingan 4	Sabtu, 7 Januari 2023 Bimbingan bersama mahasiswa kualitatif melalui video <i>conference</i> dengan pembahasan "Tahapan Analisis Data"
5	Bimbingan Revisi 5	Minggu, 8 Januari 2023 Bimbingan bersama Dosen Pendamping Bu Rosanah melalui video conference dengan pembahasan Bab 1-Bab 3 dan revisi beberapa poin dari draft wawancara
6	Bimbingan Revisi 6	Rabu, 11 Januari 2023 Bab 2 kurang menambahkan konsep-konsep dan merombak kerangka pemikiran. Draft wawancara kurang dikembangkan lagi.
7	Bimbingan Revisi 7	Sabtu, 18 Januari 2023 Kurang menambahkan hal yang menarik pada <i>key informan</i> dan penulisan kata-kata masih ada yang salah.
8	Bimbingan Revisi 8	Kamis, 2 Februari 2023 Menyusun bab 4-bab 5. Pada bab 2 masih ada salah dalam penulisan <i>foot note</i> dan sistematika penulisan
9	Bimbingan Revisi 9	Sabtu, 4 Februari 2023 Bimbingan bersama Dosen Pembimbing Bu Yayu melalui video <i>conference</i> dengan pembahasan bab 1-bab 3. Pada bab 1 point tidak penting harus dihapuskan, pada bab 2 teknik penomoran masih harus dibenarkan dan pada bab 3 menghapuskan paradigma fenomenologi.
10	Bimbingan Revisi 10	Minggu, 5 Februari 2023 Rapihkan spasi, kesalahan kata dan pada bab 3 kurang menambahkan poin-poin alasan menggunakan metodologi tersebut.

Lampiran IV

Konsultasi Bimbingan



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516416226
Nama : ISTIQHFARA ADINDA FAHIRA
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 October, 2022	assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu. berikut ini adalah bimbingan 1 (bab 1). mohon bantuannya untuk disetujui ya bu, terima kasih banyak :) wassalamualaikum wr wb.	Sudah Ditanggapi
11 October, 2022	assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu. berikut ini adalah bimbingan 2 (bab 2). mohon bantuannya untuk disetujui ya bu, terima kasih banyak :) wassalamualaikum wr wb.	Sudah Ditanggapi
11 October, 2022	assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu. berikut ini adalah bimbingan 3 (bab 3). mohon bantuannya untuk disetujui ya bu, terima kasih banyak :) wassalamualaikum wr wb.	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
---------	-------------------	--------

29 November, 2022	<p>assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal pada 19 november 2022.</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
29 November, 2022	<p>assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal. file sudah saya email pada 22 november 2022.</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu dilindungi allah swt aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
8 January, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan (revisi) pasca sidang proposal pada 4 januari 2022.</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
8 January, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal melalui google meet pada 7 januari 2022 dengan pembahasan "tahapan analisis data".</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi



8 January, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat sore bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal melalui google meet pada 27 desember 2022 dengan pembahasan "bab 3/kategorisasi pertanyaan wawancara".</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
8 January, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat sore bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal melalui google meet pada 08 januari 2023 dengan pembahasan "bab 1 – bab 3 dan draft wawancara" oleh bu rosanah (dosen pendamping)</p> <p>terima kasih, semoga bu yayu selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
11 January, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat siang bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal (revisi) pada 11 januari 2023 didamping dengan bu rosanah (dosen pendamping)</p> <p>terima kasih, semoga bu yayu selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
29 January, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat malam bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal pada 18 januari 2023 mengenai kendala pada key informan dan sudah diperbaiki.</p> <p>terima kasih, semoga bu yayu selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat malam bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal pada 02 januari 2023 mengenai bab 1 - bab 5</p> <p>terima kasih, semoga bu yayu selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb</p>	Sudah Ditanggapi
5 February, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat malam bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal melalui google meet/ vidcon pada 04 februari 2023 bab 1- bab 5</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi

5 February, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat malam bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan (revisi) pasca sidang proposal pada 5 februari 2023. revisi bab 4</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi
6 February, 2023	<p>assalamualaikum wr wb, selamat malam bu yayu.</p> <p>berikut ini adalah bimbingan pasca sidang proposal melalui google meet/ vidcon pada 06 februari 2023 bab 3- bab 4</p> <p>terima kasih atas bimbingannya sejauh ini bu, semoga selalu sehat wal afiat aamiin. :)</p> <p>wassalamualaikum wr wb.</p>	Sudah Ditanggapi



Lampiran V

Surat Keterangan



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Arsha
Jabatan : Human Resource Department
Instansi : PT Cahaya Arif Abadi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Istiqhara Adinda Fahira
NPM : 193516416226
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Nasional

Telah melaksanakan Penelitian di PT Cahaya Arif Abadi terhitung mulai tanggal 19 September 2022 - 31 Januari 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 31 Januari 2023



Muhammad Arsha
Human Resource Department

PT. Cahaya Arif Abadi
Jl. Tebet Barat X No. 33 RT 06/05
Kelurahan Tebet Barat, Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan 12810
Phone : +622122831299
www.caa-telco.com

Lampiran VI

Hasil Turnitin

tahap 1

ORIGINALITY REPORT



Lampiran

Kategorisasi Pertanyaan Wawancara

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT CAHAYA ARIF ABADI DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK PADA *CUSTOMERS*

Subyek Riset : Strategi *Public Relations*

Obyek Riset : PT Cahaya Arif Abadi

No	Pertanyaan	Narasumber untuk Data PT Cahaya Arif Abadi		
		Key Informan	Informan 1	Informan 2
Pertanyaan Umum				
1	Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?	√	√	√
2	Siapa pendiri PT Cahaya Arif Abadi?	√	–	–
3	PT Cahaya Arif Abadi bergerak pada bidang apa?	√	–	–
4	Mengapa PT Cahaya Arif Abadi fokus pada dua bidang?	√	–	–
5	Apakah PT Cahaya Arif Abadi dapat <i>manage</i> 2 bidang dengan baik?	√	–	–
6	Apa saja kendala dan <i>suka cita</i> PT Cahaya Arif Abadi sejak perusahaan ini berdiri hingga sampai saat ini?	√	–	–
7	Siapa saja <i>Customers</i> PT Cahaya Arif Abadi?	√	–	–
8	Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam <i>menjaln</i> hubungan baik pada <i>Customers</i> ? apakah sudah terealisasikan?	√	√	√
Fungsi <i>Public Relations</i>				
1	Dalam perusahaan ini, siapa yang memiliki kewenangan untuk menjadi <i>penghubung</i> untuk <i>menjaln</i> hubungan baik dengan <i>Customers</i> ?	√	–	–
2	Apa fungsi <i>Public Relations</i> terhadap <i>Customers</i> PT Cahaya Arif Abadi?	√	–	–
3	Bagaimana cara <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi memelihara komunikasi yang baik dengan <i>Customers</i> ?	√	–	–
4	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah melayani dengan baik para <i>Customer</i> ?	√	–	–
5	Apakah kegiatan <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada <i>Customers</i> ?	√	√	√

6	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan <i>Customers</i> ?	√	√	√
7	Apakah ada kendala dalam menjalankan fungsinya sebagai <i>Public Relations</i> ? apa solusinya?	√	–	–
8	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah menjalankan semua fungsinya dengan baik?	–	√	√
Strategi Pembuatan Tujuan Program				
1	Bagaimana strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i> nya?	√	–	–
2	Bagaimana pembuatan tujuan program dalam strategi PT Cahaya Arif Abadi?	√	–	–
3	Apakah tujuan program strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sesuai dengan hasil yang diharapkan?	√	–	–
4	Apa sajakah program yang dibuat oleh PT Cahaya Arif Abadi? mohon sebutkan contohnya!	√	–	–
5	Bagaimana kesadaran merek pada pelayanan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi <i>Customers</i> dalam pengambilan setiap putusan tujuan pada perusahaan?	√	–	–
6	Apakah setelah tujuan program tersebut terealisasi, <i>Public Relations</i> perusahaan ini melakukan evaluasi program agar menuju sesuatu yang lebih baik?	√	√	√
7	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi mengalami sebuah kendala dalam mengimplementasikan program strateginya?	√	–	–
8	Dari banyaknya strategi yang dilakukan <i>Public Relations</i> , strategi mana yang paling berperan penting dalam menjalin hubungan baik <i>Customer</i> perusahaan ini?	√	–	–
Hubungan dengan <i>Customers</i>				
1	Apakah PT Cahaya Arif Abadi sudah menghargai kepentingan dan kebutuhan <i>Customers</i> ? Apa contoh yang dilakukan?	√	–	–
2	Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan <i>Customers</i> ? apa yang dilakukan?	√	√	√
3	Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara <i>professional</i> terhadap <i>Customers</i> ?	√	√	√
4	Bagaimana cara <i>Public Relations</i> dalam mengatasi kehilangan <i>Customer</i> perusahaan ini?	√	–	–
5	Apakah PT Cahaya Arif Abadi bisa diandalkan?	√	√	√
6	Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi <i>Customers</i> ?	√	√	√

7	Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi <i>Customers</i> hingga selesai?	√	√	√
8	Bagaimana sudut pandang anda sebagai <i>Customer</i> perusahaan ini?	–	√	√
Perencanaan <i>Customer Relations</i>				
1	Apakah media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?	√	√	√
2	Bagaimana cara kerja media periklanan yang digunakan pada perusahaan ini?	√	–	–
3	Apakah <i>Customer</i> sering mengeluh terhadap perusahaan ini? apa masalahnya?	√	√	√
4	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan <i>Customers</i> ?	√	√	√
5	Apakah PT Cahaya Arif Abadi sering mengadakan <i>customer gathering</i> ? apa tujuannya?	√	–	–
6	Apakah dampak yang terlihat dari adanya kegiatan <i>customer gathering</i> ini?	√	–	–
7	Bagaimana strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi memberikan pelayanan yang terbaik terhadap <i>Customers</i> ?	√	–	–
8	Dari semua upaya yang dilakukan perusahaan ini, apakah anda sebagai <i>Customer</i> akan melakukan kerja sama jangka panjang?	–	√	√
Tahapan <i>Customer Relationship Management</i>				
1	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan <i>Customers</i> baru?	√	√	√
2	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan <i>Customers</i> yang sudah ada?	√	√	√
3	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan <i>Customers</i> ?	√	√	√
4	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan <i>Customers</i> ?	√	√	√
5	Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk <i>Customers</i> sudah berjalan dengan efektif?	√	√	√
6	Apakah perusahaan ini sudah memenuhi kebutuhan <i>Customer</i> ?	–	√	√
7	Jika diharuskan memilih, lebih baik mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada atau mencari <i>Customer</i> baru? apa alasannya?	√	–	–
8	Apakah <i>Customer</i> puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini?	–	√	√

Lampiran

Draft Wawancara Key Informan

Pertanyaan Umum

1. Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?
2. Siapa pendiri PT Cahaya Arif Abadi?
3. PT Cahaya Arif Abadi bergerak dalam bidang apa?
4. Mengapa PT Cahaya Arif Abadi fokus dalam dua bidang?
5. Apakah PT Cahaya Arif Abadi dapat me-manage 2 bidang dengan baik?
6. Apa saja kendala dan suka cita PT Cahaya Arif Abadi sejak perusahaan ini berdiri hingga sampai saat ini?
7. Siapa saja *Customers* PT Cahaya Arif Abadi?
8. Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*? apakah sudah terealisasikan?

Fungsi *Public Relations*

1. Dalam perusahaan ini, siapa yang memiliki kewenangan untuk menjadi penghubung untuk menjalin hubungan baik dengan *Customers*?
2. Apa fungsi *Public Relations* terhadap *Customers* PT Cahaya Arif Abadi?
3. Bagaimana cara *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi memelihara komunikasi yang baik dengan *Customers*?

4. Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah melayani dengan baik para *Customer*?
5. Apakah kegiatan *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada *Customers*?
6. Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan *Customers*?
7. Apakah ada kendala dalam menjalankan fungsinya sebagai *Public Relations*? apa solusinya?

Strategi Pembuatan Tujuan Program

1. Bagaimana strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada *Customer*-nya?
2. Bagaimana pembuatan tujuan program dalam strategi PT Cahaya Arif Abadi?
3. Apakah tujuan program strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sesuai dengan hasil yang diharapkan?
4. Apa sajakah program yang dibuat oleh PT Cahaya Arif Abadi? mohon sebutkan contohnya!
5. Bagaimana kesadaran merek pada pelayanan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi *Customers* dalam pengambilan setiap putusan tujuan pada perusahaan?
6. Apakah setelah tujuan program tersebut terealisasi, *Public Relations* perusahaan ini melakukan evaluasi program agar menuju sesuatu yang lebih baik?

7. Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi mengalami sebuah kendala dalam mengimplementasikan program strateginya?
8. Dari banyaknya strategi yang dilakukan *Public Relations*, strategi mana yang paling berperan penting dalam menjalin hubungan baik *Customer* perusahaan ini?

Hubungan dengan Customers

1. Apakah PT Cahaya Arif Abadi sudah menghargai kepentingan dan kebutuhan *Customers*? Apa contoh yang dilakukan?
2. Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan *Customers*? apa yang dilakukan?
3. Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara profesional terhadap *Customer*?
4. Bagaimana cara *Public Relations* dalam mengatasi kehilangan *Customer* perusahaan ini?
5. Apakah PT Cahaya Arif Abadi bisa diandalkan?
6. Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi *Customers*?
7. Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi *Customers* hingga selesai?

Perencanaan Customer Relations

1. Apa media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?

2. Bagaimana cara kerja media periklanan yang digunakan pada perusahaan ini?
3. Apakah *Customer* sering mengeluh terhadap perusahaan ini? apa masalahnya?
4. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan *Customers*?
5. Apakah PT Cahaya Arif Abadi sering mengadakan *customer gathering*? apa tujuannya?
6. Apa dampak yang terlihat dari adanya kegiatan *customer gathering* ini?
7. Bagaimana strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi memberikan pelayanan yang terbaik terhadap *Customers*?

Tahapan *Customer Relationship Management*

1. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan *Customers* baru?
2. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan *Customers* yang sudah ada?
3. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan *Customers*?
4. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan *Customers*?
5. Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk *Customers* sudah berjalan dengan efektif?

6. Jika diharuskan memilih, lebih baik mempertahankan *Customer* yang sudah ada atau mencari *Customer* baru? apa alasannya?



Lampiran

Draft Wawancara Informan 1 dan 2

Pertanyaan Umum

1. Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?
2. Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*? apakah sudah terealisasi?

Fungsi *Public Relations*

1. Apakah kegiatan *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada *Customers*?
2. Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan *Customers*?
3. Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menjalankan semua fungsinya dengan baik?

Hubungan dengan *Customers*

1. Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan *Customers*? apa yang dilakukan?
2. Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara *professional* terhadap *Customers*? apakah bisa diandalkan?
3. Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi *Customers*?

4. Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi *Customers* hingga selesai?
5. Bagaimana sudut pandang anda sebagai *Customer* perusahaan ini?

Perencanaan *Customer Relations*

1. Apa media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?
2. Apakah *Customer* sering mengeluh terhadap perusahaan ini? apa masalahnya?
3. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan *Customers*?
4. Dari semua upaya yang dilakukan perusahaan ini, apakah anda sebagai *Customer* akan melakukan kerja sama jangka panjang?

Tahapan *Customer Relationship Management*

1. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan *Customers* baru?
2. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan *Customers* yang sudah ada?
3. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan *Customers*?
4. Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan *Customers*?
5. Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk *Customers* sudah berjalan dengan efektif?
6. Apakah perusahaan ini sudah memenuhi kebutuhan *Customer*?

7. Apakah *Customer* puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini.



Lampiran

Transkrip Wawancara Key Informan

Nama : Rizki Aditia Sumardji

Usia : 44 Tahun

Jabatan : *Sales Account Executive/ Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi

Pertanyaan Umum

1. Peneliti: Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?

Informan: Berdiri itu di awal tahun 2000.

2. Peneliti: Siapa pendiri PT Cahaya Arif Abadi?

Informan: Ownernya itu Pak Arief Hidajat yang awalnya bekerja sama dengan teman-temannya.

3. Peneliti: PT Cahaya Arif Abadi bergerak dalam bidang apa?

Informan: Awal CAA berdiri itu sebagai konsultan Telekomunikasi saja, kemudian pada tahun 2000 CAA mulai merambah ke implementasi Telekomunikasi. Lalu pada 2001 bergerak di bidang IT, *support* di internet IOT sama *digital* transformasi yang berjalan sampai saat ini.

4. Peneliti: Mengapa PT Cahaya Arif Abadi fokus dalam dua bidang?

Informan: Karena pada saat itu di tahun 2000an bisnis di bidang Telekomunikasi maupun di bidang IT prospeknya bagus dan sampai sekarang terus berkembang.

5. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi dapat *me-manage* 2 bidang dengan baik?

Informan: Kami dapat mengatur jalannya 2 bidang dalam satu perusahaan. Buktinya kami masih bertahan pada 2 bidang tersebut. Tidak ada yang tidak bisa kecuali tanpa kerja keras.

6. Peneliti: Apa saja kendala dan suka cita PT Cahaya Arif Abadi sejak perusahaan ini berdiri hingga sampai saat ini?

Informan: Berbicara mengenai sebuah kendala itu pasti ya akan dialami oleh semua perusahaan baru termasuk juga PT Cahaya Arif Abadi jalanin hingga saat ini. Dari kendala itu kami tetap belajar untuk tetap bertahan dibisnis ini. Ya bisa dibilang itu adalah suka cita kami. Banyak *challenge* baru dan pengalaman-pengalaman yang akhirnya kami mampu bertahan sampai saat ini.

7. Peneliti: Siapa saja *Customers* PT Cahaya Arif Abadi?

Informan: *Customer* yang paling awal tentunya sampai saat ini Telkomsel , selain itu kita ada XL Axiata, Petrokimia Gresik, BRI, PLN, Bakti, Protelinfo dan masih banyak lagi.

8. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*? apakah sudah terealisasikan?

Informan: Tentu kami memiliki macam-macam strategi demi menjalin hubungan baik pada Customer kami, dan itu sudah terealisasikan dengan baik.

Fungsi Public Relations

1. Peneliti: Dalam perusahaan ini, siapa yang memiliki kewenangan untuk menjadi penghubung untuk menjalin hubungan baik dengan *Customers*?

Informan: Sampai saat ini saya selama bergabung di perusahaan CAA, selain Pak Arief Hidajat sebagai *Owner* yang memang dia perintis awal ya, tentunya adalah perintis awal dibisnis ini. Terus akhirnya saya masuk sebagai *Sales Account Executive* untuk peranan membantu dan menjaga hubungan baik dengan para *Customer* sampai saat ini. Bukan hanya saya saja, tapi saya juga dibantu tim. Tim saya juga hingga saat ini masih bertahan membantu. Saya selain menjadi *Sales Account Executive* di CAA juga diberikan tanggung jawab oleh Pak Arief Hidajat sebagai *Public Relations*.

2. Peneliti: Apa fungsi *Public Relations* terhadap *Customers* PT Cahaya Arif Abadi?

Informan: Di CAA fungsi PR sangat berperan penting terutama *Customers*. Tanpa PR di perusahaan ini saya rasa juga untuk menggait dan membuat *Customer* bertahan itu akan sulit. Jadi saya disini sebagai *Sales* yang diberi amanah juga kepada *Owner* sebagai PR harus membuat *Customer* kita tuh merasa puas atas apa yang perusahaan ini beri. Baik itu pelayanan, jasa serta menjalin komunikasi yang baik dan menyenangkan. Selain itu tentunya membuat *Customer* percaya kepada CAA.

3. Peneliti: Bagaimana cara *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi memelihara komunikasi yang baik dengan *Customers*?

Informan: Tentunya saya sebagai *Sales Account Executive* sekaligus *Public Relations* dalam perusahaan ini memiliki strategi khusus ya

dalam memelihara komunikasi yang baik dengan *Customers*. Salah satunya itu *intens* menjalin komunikasi dua arah yang baik tentunya. Serta komunikasi yang dapat menyenangkan *Customers*.

4. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah melayani dengan baik para *Customer*?

Informan: Sampai sejauh ini tentunya sudah karena kami masih bertahan dengan beberapa *project* yang berjalan dengan baik. Hal tersebut seperti yang diharapkan oleh *Customer* yang telah bekerja sama dengan kami.

5. Peneliti: Apakah kegiatan *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada *Customers*?

Informan: Kami sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada *Customer* kita. Karena tanpa berperilaku dan moral yang baik, tentunya kami sudah banyak kehilangan *Customer*. Bagi saya, moral dan perilaku baik penting ditunjukkan kepada *Customers*. Hal ini tidak hanya saya sebagai PR, namun semua karyawan perusahaan ini ketika berhadapan langsung maupun tidak langsung kepada *Customer*.

6. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan *Customers*?

Informan: Saya sudah mengabdikan kepentingan *Customer*, apapun yang *Customer* minta akan kami turuti sebisa mungkin. Ibarat pembeli adalah raja, jadi saya mengimpelementasikan ibarat itu kepada para *Customer*.

Intinya antara CAA dan para *Customer* itu saling menguntungkan sama lain.

7. Peneliti: Apakah ada kendala dalam menjalankan fungsinya sebagai *Public Relations*? apa solusinya?

Informan: Kendala sudah pasti ada, seperti *miss*-komunikasi antar tim terhadap apa permintaan *Customer*. Yang membuat tim menjadi kerja dua kali, tapi hal semacam itu biasa terjadi mbak. Kendala tersebut solusinya adalah saya selalu adakan *meeting all project* setiap hari Senin. Jadi di pertemuan itu semua jelas, terbuka dan menghindari kesalahfahaman tentunya.

Strategi Pembuatan Tujuan Program

1. Bagaimana strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada *Customer* nya?

Informan: Strategi yang kami lakukan adalah dengan membuat program khusus. Program tersebut meski terlihat sepele, namun alurnya sangat membantu saya dan tim dalam menjalin hubungan baik pada *Customer*. Hingga saat ini ketika ada *Customer* baru, kami selalu merealisasikan program ini. Tidak hanya *Customer* baru saja, namun *Customer* yang sudah ada juga kami implementasikan program tersebut.

2. Peneliti: Bagaimana pembuatan tujuan program dalam strategi PT Cahaya Arif Abadi?

Informan: Pembuatan program dalam tujuan strategi PR dilakukan dengan menganalisa terlebih dahulu sebuah kejanggalan atau masalah yang ada di CAA.

3. Peneliti: Apakah tujuan program strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sesuai dengan hasil yang diharapkan?

Informan: Alhamdulillah sampai saat ini sesuai yang diharapkan oleh para *Customer*. *Customer* tentunya juga *happy* dengan *improvement* yang diberikan.

4. Peneliti: Apa sajakah program yang dibuat oleh PT Cahaya Arif Abadi? Mohon sebutkan contohnya.

Informan: Terkait ini saya mengamati terlebih dahulu sebuah masalah yang ada, kemudian membuat strategi perencanaan terkait cara untuk menggait *Customer* kembali. Seperti sebelumnya masalah pernah terjadi itu kami pernah kehilangan *Customer* hanya karena masalah komunikasi serta implementasi yang tidak sesuai yang diharapkan oleh *Customer*. Setelah itu saya dengan tim juga dibantu untuk membuat strategi lanjutan terkait bagaimana supaya bisa kedepannya bisa lebih baik. Tentunya diakhiri dengan implementasi lanjutan dan program yang akan nantinya dijalankan.

5. Peneliti: Bagaimana kesadaran merek pada pelayanan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi *Customers* dalam pengambilan setiap putusan tujuan pada perusahaan?

Informan: Saya terus berusaha mempengaruhi para *Customer* agar *Customer* tahu bahwa ini loh perusahaan kami. Perusahaan konsultan IT dan Telekomunikasi yang menyediakan pelayanan dan jasa terbaik.

6. Peneliti: Apakah setelah tujuan program tersebut terealisasi, *Public Relations* perusahaan ini melakukan evaluasi program agar menuju sesuatu yang lebih baik?

Informan: Setelah melakukan tujuan-tujuan program tersebut, saya selaku PR CAA selalu melakukan evaluasi untuk melihat apakah tujuan yang telah dilakukan evaluasi berupa melihat kembali implementasi-
implementasi sebelumnya. Evaluasi yang dilakukan ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada perubahan atau perkembangan dalam perusahaan.

7. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi mengalami sebuah kendala dalam mengimplementasikan program strateginya?

Informan: Kendala yang terjadi pasti ada, namun kendala itu tidak terlalu rumit dan bisa langsung diatasi oleh saya dan tim. Intinya sih harus jeli dan kreatif dalam *problem solving*.

8. Peneliti: Dari banyaknya strategi yang dilakukan *Public Relations*, strategi mana yang paling berperan penting dalam menjalin hubungan baik *Customer* perusahaan ini?

Informan: Semua strategi berperan penting bagi saya. Karena jika semua strategi berjalan dengan semestinya maka tujuan saya dalam menjalin hubungan baik pada *Customer* pun akan lancar dan tidak ada kendala.

Untuk itu saya selalu memaksimalkan semua strategi yang ada. Semua itu semata-mata untuk membuat *Customer* betah menjalani bisnis dengan CAA.

Hubungan dengan Customers

1. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi sudah menghargai kepentingan dan kebutuhan *Customers*? apa contoh yang dilakukan?

Informan: Sudah dong, seluruh tim yang berhubungan dengan *Customer* sangat menghargai kepentingan dan kebutuhan *Customer* kami. Karena kami meminimalisir kekecewaan dimata *Customer*. Kalau contoh yang dilakukan ya seperti menjalin komunikasi yang baik, mendengarkan dan menuruti apa mau *Customer* dan memprioritaskan *Customer*.

2. Peneliti: Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan *Customers*? apa yang dilakukan?

Informan: Kami selalu memberikan sikap tindak perilaku yang baik. Tidak mungkin kami memperlakukan *Customer* seenaknya, bisa-bisa mereka memutuskan kerja sama. Untuk itu kami selalu mengutamakan kesopanan dan ramah kepada *Customer* kita.

3. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara *professional* terhadap *Customer*?

Informan: Tentunya kami sebagai konsultan Telekomunikasi dan IT selalu berusaha semaksimal mungkin *professional* terhadap *Customer*. CAA ini kan menjual produk dan jasa, jadi yang dilihat *Customer* pasti *services value* dari sebuah perusahaan.

4. Peneliti: Bagaimana cara *Public Relations* dalam mengatasi kehilangan *Customer* perusahaan ini?

Informan: Jujur saja, ketika kita kehilangan *Customer* maka tidak mudah untuk membuat *Customer* percaya kembali. Sangat membutuhkan waktu. Salah satu cara ialah menunjukkan kepada *ex-Customer* kita dengan perbedaan CAA antara dulu dan sekarang melalui bukti-bukti *progress* yang berhasil.

5. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi bisa diandalkan?

Informan: Sangat bisa diandalkan para *Customer* karena kami sangat bertanggung jawab dalam hal apapun tujuannya untuk tidak membuat *Customer* kecewa.

6. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi *Customers*?

Informan: Tentunya. Itu penting karena kembali lagi diawal saya bicara, bahwa tujuan CAA untuk menunjukkan bahwa CAA layak dan pantas untuk dijadikan *vendor* oleh *Customer*. Kalau saya sebagai PR tidak perhatian terhadap masalah *Customer*, pasti para *Customer* menjalin kerja sama dengan CAA tidak dalam jangka waktu lama.

7. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi *Customers* hingga selesai?

Informan: Kami selalu mengutamakan tanggungjawab penuh dalam menyelesaikan masalah yang dihaapi *Customer*. Bagaimanapun kita ini

kan saling menguntungkan satu sama lain. Jadi sekecil apapun masalah harus diselesaikan dengan rasa tanggungjawab.

Perencanaan *Customer Relations*

1. Peneliti: Apa media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?

Informan: Media awal yang digunakan ialah *website* kemudian juga seiring waktu perkembangan jaman kita bergerak dimedia sosial seperti *Linkdln*. Media periklanan CAA juga ada *jobstreet* dan *job.id*. Kalau media periklanan di *Facebook* sebenarnya ada cuma kurang efektif karena hanya berbentuk halaman saja. Kalau yang lebih efektif tuh di *website* dan *Linkdln*.

2. Peneliti: Bagaimana cara kerja media periklanan yang digunakan pada perusahaan ini?

Informan: Cara kerjanya dimonitor oleh HR dan saya selaku PR.

3. Peneliti: Apakah *Customer* sering mengeluh terhadap perusahaan ini? apa masalahnya?

Informan: Kalau sering sih tidak ya, tapi kalau *Customer* mengeluh jelas pernah. Biasanya hanya masalah *miss*-komunikasi contohnya target yang melebihi estimasi perjanjian. *Miss*-komunikasinya terletak di kendala eksternal. Jadi intinya bolanya bukan di CAA.

4. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan *Customers*?

Informan: Berbicara terkait keluhan *Customer* tidak menutup kemungkinan kami pun juga menerima itu. Lalu kami coba *feedback* dengan segera keluhan yang disampaikan dari *Customer* melalui email. Kemudian kita rangkul dengan mengadakan pertemuan secara langsung dengan tujuan supaya masalah segera terselesaikan. Jadi itulah yang biasa kami lakukan untuk menghindari keluhan itu berkepanjangan, karena prinsip kami *Customer* itu harus kita jaga.

5. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi sering mengadakan *customer gathering*? apa tujuannya?

Informan: Biasanya selain kami mengadakan *gathering* dengan pihak *internal* yang dilakukan setahun sekali kami juga mengadakan *gathering* dengan pihak *Eksternal* yaitu *Customer* kami. Itu kami lakukan untuk menjaga hubungan baik juga.

6. Peneliti: Apa dampak yang terlihat dari adanya kegiatan *customer gathering* ini?

Informan: Secara tidak langsung komunikasi yang terjalin itu bakal lebih terasa. Selain itu lebih terjaga juga dan lebih tau apa yang diinginkan oleh *Customer* dan kita coba lakukan pelayanan yang lebih baik kedepannya untuk *Customer* tentunya.

7. Peneliti: Bagaimana strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi memberikan pelayanan yang terbaik terhadap *Customers*?

Informan: Dengan bermacam-macam cara seperti melakukan implementasi dengan semaksimal mungkin, mengejar target yang

diminta oleh *Customer*, menjadikan CAA solusi bagi *Customer* dan mengikuti apa yang diinginkan *Customer*.

Tahapan *Customer Relationship Management*

1. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan

Customers baru?

Informan: Berdasarkan *Customer* yang sudah ada, yang kami lakukan untuk mendapatkan *Customer* baru yaitu kami *intouch* secara langsung dengan calon *Customer* dan dibantu oleh beberapa *Lead Customer* kami yang alhamdulillah sampai saat ini dapat bekerja sama hingga sekarang. Selain lewat *website* juga lewat email *broadcast* dan beberapa persen lewat sosial media.

2. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan *Customers* yang sudah ada?

Informan: Tentunya menjaga hubungan baik dan komunikasi yang baik yang harus dijaga juga.

3. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan *Customers*?

Informan: Apa yang diinginkan *Customer* kami coba penuhi, kemudian memberikan *service* tambahan berupa *entertain* dengan maksud untuk menjalin hubungan yang lebih baik lagi.

4. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan *Customers*?

Informan: Dengan menjadikan *Customer* bak raja, memberikan pelayanan yang bagus, menjadikan solusi bagi *Customer* dan selalu mengejar *progress* agar kejar target sehingga *Customer* puas dengan apa yang kami lakukan.

5. Peneliti: Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk *Customers* sudah berjalan dengan efektif?

Informan: Sudah, karena kami akan selalu berusaha keras mengenai strategi-strategi implementasi apapun itu kami lakukan selagi dijalan yang benar demi membuat *Customer* setia, nyaman dan percaya kepada kami.

6. Peneliti: Jika diharuskan memilih, lebih baik mempertahankan *Customer* yang sudah ada atau mencari *Customer* baru? apa alasannya?

Informan: Jika diharuskan memilih, lebih baik mempertahankan *Customer* yang sudah ada. Karena bagi kami mempertahankan *Customer* yang sudah ada lebih baik dari pada mencari *Customer* baru. Karena ibaratnya *Customer* lama itu akar dari sebuah tanaman. Yang paling tahu kinerja kami, yang paling tahu pelayanan kami.

Lampiran

Transkrip Wawancara Informan 1

Nama : Fitriawan

Usia : 49 Tahun

Jabatan : *Supervisor Maintenace Service* BTS di Telkomsel

Pertanyaan Umum

1. Peneliti: Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?

Informan: Pada tahun 2000.

3. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*? apakah sudah terealisasi?

Informan: Sudah direalisasikan CAA dengan baik. Tentunya CAA juga punya strategi pasti.

Fungsi *Public Relations*

1. Peneliti: Apakah kegiatan *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada *Customers*?

Informan: Sejauh ini moral dan perilaku CAA kepada kami baik-baik aja, karena nggak ada *issue* buruk mengenai moral dan perilaku CAA terhadap kami.

2. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan *Customers*?

Informan: Misal kita menyarankan untuk A, bagusnya CAA ini langsung nurut gitu Mbak, nggak ngeyel gitu lah. Jadi kalau mengabdikan kepentingan kami ya tentu sudah dilakukan CAA.

3. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menjalankan semua fungsinya dengan baik?

Informan: Mungkin sudah Mbak, bisa langsung di-*compare* nanti dengan hasil penelitian Mbak ini ya. Kebetulan dari sisi tim CAA juga *responsive* dalam kerja sama, salah satunya PR nya CAA itu ya Pak Oki namanya.

Hubungan dengan *Customers*

1. Peneliti: Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan *Customers*? apa yang dilakukan?

Informan: Sikap CAA dalam melayani kami ya biasa-biasa saja. CAA itu bekerja sama sesuai dengan SOW yang kami berikan. Tapi CAA itu bekerja sama sesuai dengan perjanjian yang telah kami dan CAA sepakati hitam diatas putih. Kalau yang dilakukan CAA ya itu seperti yang saya bilang, biasa saja dalam maksud disini tu normal ya, bukan ke hal negatif.

2. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara *professional* terhadap *Customers*?

Informan: Sampai detik ini CAA masih *professional* terhadap kami, kami selalu mengandalkan Vendor-Vendor kami termasuk CAA.

3. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi dapat diandalakn?

Informan: Sangat bisa diandalkan

4. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi *Customers*?

Informan: Ketika ada masalah missal *progress*-nya yang terkendala terus kami tegur, CAA langsung eksekusi.

5. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi *Customers* hingga selesai?

Informan: Sejauh ini iya.

6. Peneliti: Bagaimana sudut pandang anda sebagai *Customer* perusahaan ini?

Informan: CAA itu termasuk Vendor yang lama di Telkomsel. Jadi bisa disimpulkan sendiri lah.

Perencanaan *Customer Relations*

1. Peneliti: Apa media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?

Informan: Saya kurang tahu ini Mbak.

2. Peneliti: Apakah *Customer* sering mengeluh terhadap perusahaan ini? apa masalahnya?

Informan: Lebih tepatnya jarang, tapi kami akan menegur ketika CAA tidak mencapai target. Nah disitu kami cerewet betul tuh, paling tidak suka kalau CAA targetnya meleset.

3. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan *Customers*?

Informan: Target tidak sesuai perkiraan setelah diadakan *meeting* eksternal. Ternyata CAA terkendala merekrut tim implementasi yang tidak bagus, tidak hanya itu. Kadang terkendala cuaca buruk dan warga sekitar tower yang tidak mengizinkan. Sehingga memakan waktu lama.

4. Peneliti: Dari semua upaya yang dilakukan perusahaan ini, apakah anda sebagai *Customer* akan melakukan kerja sama jangka panjang?

Informan: Buktinya CAA dengan Telkomsel sudah bekerja sama cukup lama.

Tahapan *Customer Relationship Management*

1. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan *Customers* baru?

Informan: Saya kurang tahu Mbak

2. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan *Customers* yang sudah ada?

Informan: CAA mampu membuat *Customer*-nya dekat hal itu yang membuat CAA *plus* dimata kami, sehingga hubungan kami pun sangat terjalin baik.

3. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan *Customers*?

Informan: Ya seperti ketika diberi tugas dilaksanakan sesuai SOW dan ketika ada kendala selalu mencari *problem solving*, itu yang kami suka.

4. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan *Customers*?

Informan: CAA itu pintar dalam menggait *Customer*-nya, ya karena kami kan sudah kenal siapa pendirinya, GM dan PM nya pun kami kenal. Jadi hubungan kami baik sampai saat ini.

5. Peneliti: Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk *Customers* sudah berjalan dengan efektif?

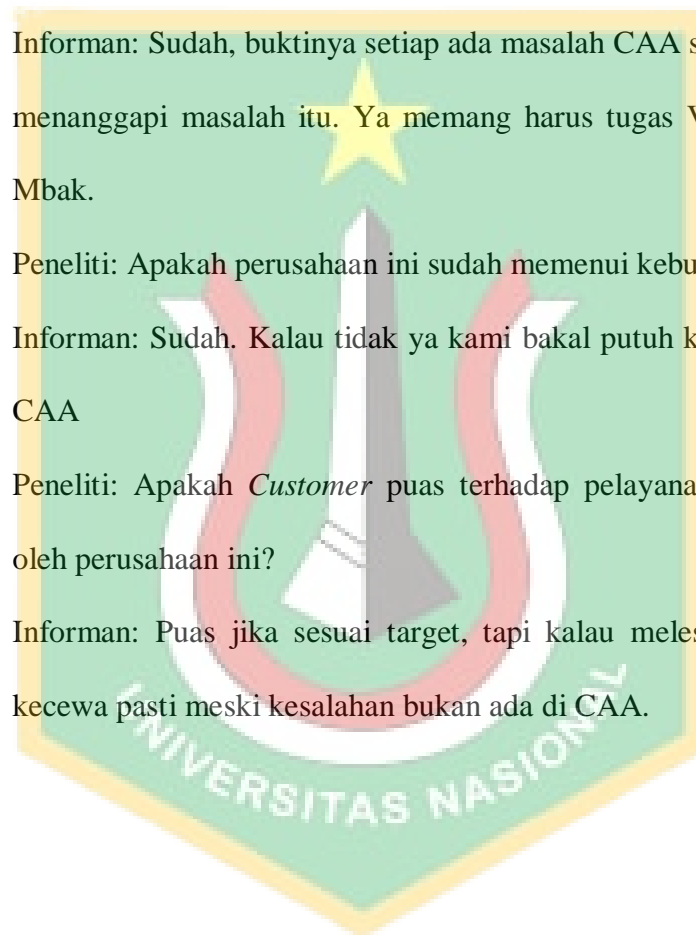
Informan: Sudah, buktinya setiap ada masalah CAA selalu sigap dalam menanggapi masalah itu. Ya memang harus tugas Vendor seperti itu Mbak.

6. Peneliti: Apakah perusahaan ini sudah memenuhi kebutuhan *Customer*?

Informan: Sudah. Kalau tidak ya kami bakal putus kerja sama dengan CAA

7. Peneliti: Apakah *Customer* puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini?

Informan: Puas jika sesuai target, tapi kalau meleset dari target ya kecewa pasti meski kesalahan bukan ada di CAA.



Lampiran

Transkrip Wawancara Informan 2

Nama : Jannes BP Sirait

Usia : 45 Tahun

Jabatan : *Project Coordinator XL Axiata*

Pertanyaan Umum

1. Peneliti: Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?

Informan: Tahun 2000-an.

2. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*? apakah sudah terealisasi?

Informan: Tentunya ada karena setiap perusahaan mempunyai strategi masing-masing.

Fungsi *Public Relations*

1. Peneliti: Apakah kegiatan *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada *Customers*?

Informan: Sudah, perilaku CAA terhadap kami sangat baik.

2. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan *Customers*?

Informan: Sudah mengabdikan kepada kami dengan cukup baik.

3. Peneliti: Apakah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi sudah menjalankan semua fungsinya dengan baik?

Informan: Tidak semuanya, pasti ada yang terlewat. Kadang PR CAA *slow respon* dalam menanggapi pesan.

4. Peneliti: Apakah setelah tujuan program tersebut terealisasi, *Public Relations* perusahaan ini melakukan evaluasi?

Informan: Sepertinya iya, melihat PR CAA orangnya *responsive* dalam menyelesaikan *problem* yang ada.

Hubungan dengan Customers

1. Peneliti: Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan *Customers*? apa yang dilakukan?

Informan: Sikap CAA dalam melayani kami cukup baik. Bisa memberikan opsi lain ketika kami tidak srek dengan opsi pertama. Maksud saya disini CAA bisa memberikan solusi.

2. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara *professional* terhadap *Customers*? apakah bisa diandalkan?

Informan: *Profesional* dan bisa diandalkan kinerja dilapangannya

3. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi *Customers*?

Informan: Iya, karena CAA bagaimanapun akan dilakukan demi mempertahankan kerja sama dengan kami tentunya.

4. Peneliti: Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi *Customers* hingga selesai?

Informan: Iya, bagusnya CAA selalu tidak pernah lari dari masalah.

5. Peneliti: Bagaimana sudut pandang anda sebagai *Customer* perusahaan ini?

Informan: Sebagai *Customer* tentunya saya senang bisa menjalin kerja sama dengan perusahaan ini. Ya karena banyak suka nya dari pada duka.

Perencanaan *Customer Relations*

1. Peneliti: Apa media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?

Informan: Kami terkoneksi melalui media *Linkidln* .

2. Peneliti: Apakah *Customer* sering mengeluh terhadap perusahaan ini? Apa masalahnya?

Informan: 3 bulan terakhir ini lancar-lancar aja, tidak ada keluhan kami terhadap CAA. Itu artinya jarang ada masalah.

3. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan *Customers*?

Informan: Biasanya CAA langsung mengagendakan pertemuan *offline* atau *online* untuk membicarakan solusinya.

4. Peneliti: Dari semua upaya yang dilakukan perusahaan ini, apakah anda sebagai *Customer* akan melakukan kerja sama jangka panjang?

Informan: Untuk saat ini saya akan bilang iya, harapannya sih CAA harus selalu bisa diandalkan terus.

Tahapan *Customer Relationship Management*

1. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan *Customers* baru?

Informan: Kala itu CAA menampilkan *company profil* disertai prestasi-prestasinya setelah kami tertarik baru kita mulai membicarakan harga. Selanjutnya CAA memberikan penawaran harga dan terjadilah negosiasi kedua belah pihak hingga awal kerja sama pun bisa terjalin.

2. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan *Customers* yang sudah ada?

Informan: Dengan memberikan pelayanan yang baik dan jalinan hubungan yang dilakukan CAA terhadap kami dengan *intens*.

3. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan *Customers*?

Informan: Dengan memberikan sebuah *entertain*.

4. Peneliti: Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan *Customers*?

Informan: Dengan tidak membuat kecewa kami.

5. Peneliti: Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk *Customers* sudah berjalan dengan efektif?

Informan: Sudah efektif karena kami masih berlanjut dengan CAA

6. Peneliti: Apakah perusahaan ini sudah memenuhi kebutuhan *Customer*?

Informan: Tentunya, apa yang kami minta CAA harus mengimplementasikannya.

7. Peneliti: Apakah *Customer* puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini?

Informan: Puas. Terkecuali CAA membuat kecewa kami, baru kami merasa tidak puas.



Lampiran

Kategorisasi Jawaban Narasumber dan Analisisnya

No	Pertanyaan	Narasumber untuk Data PT Cahaya Arif Abadi		
		Key Informan 1	Informan 1	Informan 2
Pertanyaan Umum				
1	Sejak kapan PT Cahaya Arif Abadi berdiri?	√	√	√
	Informan 1: Berdiri itu di awal tahun 2000 Informan 2: Pada tahun 2000 Informan 3: Sejak 2000-an	Kode dan Kategori: PT Cahaya Arif Abadi berdiri pada tahun 2000 (1)		
	Pemaparan dalam Narasinya: Berdasarkan pada informan 1, informan 2 dan informan 3 menyebutkan bahwa PT Cahaya Arif Abadi berdiri pada tahun 2000. Hal itu dibenarkan oleh Informan 1 bahwa PT Cahaya Arif Abadi berdiri diawal tahun 2000.			
2	Siapa pendiri PT Cahaya Arif Abadi?	√	-	-
	Informan 1: Ownernya itu Pak Arief Hidajat yang awalnya bekerja sama dengan teman-temannya. Informan 2: - Informan 3: -	Kode dan Kategori: <i>Owner</i> PT Cahaya Arif Abadi Bapak Arief Hidajat (1)		
	Pemaparan dalam Narasinya: Berdasarkan yang disebutkan oleh informan 1 bahwa pendiri/ Owner PT Cahaya Arif Abadi adalah Pak Arief Hidajat yang bermula dan bekerja sama dengan rekan-rekannya.			
3	PT Cahaya Arif Abadi bergerak pada bidang apa?	√	-	-
	Informan 1: Awal CAA berdiri itu sebagai konsultan Telekomunikasi saja, kemudian pada tahun 2000, CAA mulai merambah ke implementasi Telekomunikasi. Lalu pada 2001 bergerak di bidang IT, <i>support</i> di internet <i>IOT</i> sama <i>digital</i> transformasi yang berjalan sampai saat ini. Informan 2: - Informan 3: -	Kode dan Kategori: PT Cahaya Arif Abadi bergerak pada bidang Telekomunikasi (1) PT Cahaya Arif Abadi bergerak dalam bidang IT (2)		
	Pemaparan dalam Narasinya: Informan 1 menyebutkan bahwa awalnya PT Cahaya Arif Abadi hanya sebagai konsultan IT. Lalu pada tahun 2000 PT Cahaya Arif Abadi mulai bergerak pada bidang Telekomunikasi dimana terdapat tim Implementasi. Pada tahun 2001 barulah PT Cahaya Arif Abadi bergerak pada bidang IT dimana pendukung di internet IOT dan digital transformasi. 2 bidang yang dimiliki PT Cahaya Arif Abadi masih berjalan sampai saat ini.			
4	Mengapa PT Cahaya Arif Abadi fokus pada dua bidang?	√	-	-

	<p>Informan 1: Karena pada saat itu di tahun 2000an bisnis di bidang Telekomunikasi maupun di bidang IT prospeknya bagus dan sampai sekarang terus berkembang.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: PT Cahaya Arif Abadi di bidang Telekomunikasi dan IT terus berkembang (1) Prospek PT Cahaya Arif Abadi bagus (2)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Bisnis PT Cahaya Arif Abadi di bidang IT dan Telekomunikasi prospeknya bagus. Hal itu dibenarkan oleh Informan 1 dimana beliau berkata “Karena pada saat itu di tahun 2000an bisnis di bidang Telekomunikasi maupun di bidang IT prospeknya bagus dan sampai sekarang terus berkembang”</p>			
5	Apakah PT Cahaya Arif Abadi dapat <i>manage</i> 2 bidang dengan baik?	√	-	-
	<p>Informan 1: Kami dapat mengatur jalannya 2 bidang dalam satu perusahaan. Buktinya kami masih bertahan pada 2 bidang tersebut. Tidak ada yang tidak bisa kecuali tanpa kerja keras.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: PT Cahaya Arif Abadi masih bertahan dalam 2 bidang sekaligus (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: PT Cahaya Arif Abadi dapat mengatur 2 bidang sekaligus yaitu pada bidang Telekomunikasi dan IT. Informan 1 menyatakan bahwa jika PT Cahaya Arif Abadi tidak dapat bertahan pada 2 bidang tersebut, tentunya tidak akan bisa bertahan hingga saat ini. Hal itu dilalui dengan kerja keras yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
6	Apa saja kendala dan <i>suka cita</i> PT Cahaya Arif Abadi sejak perusahaan ini berdiri hingga sampai saat ini?	√	-	-
	<p>Informan 1: Berbicara mengenai sebuah kendala itu pasti ya akan dialami oleh semua perusahaan baru termasuk juga PT Cahaya Arif Abadi jalanin hingga saat ini. Dari kendala itu kami tetap belajar untuk tetap bertahan dibisnis ini. Ya bisa dibidang itu adalah <i>suka cita</i> kami. Banyak challenge baru dan pengalaman-pengalaman yang akhirnya kami mampu bertahan sampai saat ini.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Sebuah pengalaman mampu membuat sebuah perusahaan bertahan (1) Tantangan mampu membuat sebuah perusahaan bertahan (2) Suatu kendala pasti dialami perusahaan baru (3)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Sebuah kendala menurut informan 1 pasti akan dialami oleh Perusahaan termasuk PT Cahaya Arif Abadi. PT Cahaya Arif Abadi menghadapi sebuah kendala dimana kendala tersebut dijadikan suatu pembelajaran karena dengan adanya kendala tersebut PT Cahaya Arif Abadi mampu bertahan hingga saat ini. Hal tersebut juga merupakan <i>suka cita</i> PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
7	Siapa saja <i>Customers</i> PT Cahaya Arif Abadi?	√	-	-
	<p>Informan 1: <i>Customer</i> yang paling awal tentunya sampai saat ini Telkomsel, selain itu kita ada XL Axiata, Petrokimia Gresik, BRI, PLN, Bakti, Protelinfo dan masih banyak lagi.</p>	<p>Kode dan Kategori: <i>Customer</i> Swasta (1) <i>Customer</i> Pemerintahan (2)</p>		

	<p>Informan 2: - Informan 3: -</p>			
	<p>Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>PT Cahaya Arif Abadi mempunyai <i>Customer</i> dibidang pemerintahan dan di bidang swasta. Hal itu disebutkan oleh informan 1 “<i>Customer</i> yang paling awal tentunya sampai saat ini Telkomsel , selain itu kita ada XL Axiata, Petrokimia Gresik, BRL, PLN, Bakti, Protelinfo dan masih banyak lagi.”</p>			
8	Apakah PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dalam menjalin hubungan baik pada <i>Customers</i> ? apakah sudah terealisasi?	√	√	√
	<p>Informan 1: Tentu kami memiliki macam-macam strategi demi menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i> kami., dan itu sudah terealisasi dengan baik. Informan 2: Sudah direalisasikan CAA dengan baik. Tentunya CAA juga punya strategi pasti. Informan 3: Tentunya ada karena setiap perusahaan mempunyai strategi masing-masing.</p>	<p>Kode dan Kategori: Strategi untuk menjalin hubungan baik pada <i>Customers</i> (1) Strategi sudah terealisasi dengan baik (2) Setiap perusahaan memiliki strategi (3)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Informan 1 dan informan 2 sepakat bahwa PT Cahaya Arif Abadi memiliki strategi dan sudah melakukan strategi tersebut. Hal itu dibenarkan oleh informan 1 dimana PT Cahaya Arif Aabadi memiliki macam strategi dengan tujuan menjalin hubungan baik pada <i>Customers</i>.</p>			
Fungsi Public Relations				
1	Dalam perusahaan ini, siapa yang memiliki kewenangan untuk menjadi penghubung untuk menjalin hubungan baik dengan <i>Customers</i> ?	√	-	-
	<p>Informan 1: Sampai saat ini saya selama bergabung di perusahaan CAA, selain Pak Arief Hidajat sebagai <i>Owner</i> yang memang dia perintis awal ya, tentunya adalah perintis awal dibisnis ini. Terus akhirnya saya masuk sebagai <i>Sales Account Executive</i> untuk peranan membantu dan menjaga hubungan baik denga para <i>Customer</i> sampai saat ini. Bukan hanya saya saja, tapi saya juga dibantu tim. Tim saya juga hingga saat ini masih bertahan membatu. Saya selain menjadi <i>Sales Account Executive</i> di CAA juga diberikan tanggung jawab oleh Pak Arief Hidajat sebagai <i>Public Relations</i>. Informan 2: - Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Peran sebagai <i>Public Relations</i> dalam menjaga hubungan baik dengan <i>Customers</i> (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Informan 1 menuturkan bahwa selama bergabung di PT Cahaya Arif Abadi yang di dirikan oleh Pak Arief Hidajat selaku Owner bisnis ini juga mempercayakan Informan 1 sebagai sebagai <i>Sales Account Executive</i> sekaligus diberikan tanggung jawab sebagai <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dengan tujuan menjaga hubungan baik <i>Customers</i>. Menjaln hubungan baik dengan <i>Customers</i> tentunya tidak dilakukan oleh informan 1, namun juga dibantu oleh tim.</p>			

2	<p>Apa fungsi <i>Public Relations</i> terhadap <i>Customers</i> PT Cahaya Arif Abadi?</p>	√	-	-
<p>Informan 1: Di CAA fungsi PR sangat berperan penting terutama <i>Customers</i>. Tanpa PR di perusahaan ini saya rasa juga untuk menggait dan membuat <i>Customer</i> bertahan itu akan sulit. Jadi saya disini sebagai <i>Sales</i> yang diberi amanah juga kepada <i>Owner</i> sebagai PR harus membuat <i>Customer</i> kita tuh merasa puas atas apa yang perusahaan ini beri. Baik itu pelayanan, jasa serta menjalin komunikasi yang baik dan menyenangkan. Selain itu tentunya membuat <i>Customer</i> percaya kepada CAA. Informan 2: - Informan 3: -</p>		<p>Kode dan Kategori: Membuat <i>Customer</i> percaya (1) Membuat <i>Customer</i> puas dengan sebuah pelayanan (2) Menjalin komunikasi yang baik dan menyenangkan (3) Tanpa <i>Public Relations</i> akan sulit membuat <i>Customers</i> bertahan (4)</p>		
<p>Pemaparan dalam Narasinya: Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1 dinyatakan bahwa <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi berperan penting terutama bagi <i>Customers</i>. Tanpa <i>Public Relations</i> di PT Cahaya Arif Abadi untuk mendapatkan <i>Customers</i> akan sulit.</p>				
3	<p>Bagaimana cara <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi memelihara komunikasi yang baik dengan <i>Customers</i>?</p>	√	-	-
<p>Informan 1: Tentunya saya sebagai <i>Sales Account Executive</i> sekaligus <i>Public Relations</i> dalam perusahaan ini memiliki strategi khusus ya dalam memelihara komunikasi yang baik dengan <i>Customers</i>. Salah satunya itu <i>intens</i> menjalin komunikasi dua arah yang baik tentunya. Serta komunikasi yang dapat menyenangkan <i>Customers</i>. Informan 2: - Informan 3: -</p>		<p>Kode dan Kategori: Strategi dalam memelihara komunikasi yang baik dengan <i>Customers</i> (1) Komunikasi 2 arah (2)</p>		
<p>Pemaparan dalam Narasinya: Dipaparkan oleh informan 1 bahwa sebagai <i>Sales Account Executive</i> sekaligus <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dimana memiliki strategi khusus dalam memelihara komunikasi yang baik dengan para <i>Customer</i>. Strategi khusus tersebut contohnya sering menjalin komunikasi dua arah yang baik dan mampu menyenangkan <i>Customer</i> dalam hal berkomunikasi.</p>				
4	<p>Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah melayani dengan baik para <i>Customer</i>?</p>	√	-	-
<p>Informan 1: Sampai sejauh ini tentunya sudah karena kami masih bertahan dengan beberapa <i>project</i> yang berjalan dengan baik. Hal tersebut seperti yang diharapkan oleh <i>Customer</i> yang telah bekerja sama dengan kami. Informan 2: - Informan 3: -</p>		<p>Kode dan Kategori: Melayani <i>Customers</i> dengan baik (1)</p>		
<p>Pemaparan dalam Narasinya:</p>				

	Informan 1 menyatakan bahwa Public Relations PT Cahaya Arif Abadi sudah melayani Customers dengan baik. Hal itu dibenarkan dengan project PT Cahaya Arif Abadi yang berjalan dengan baik. Hal tersebut tentunya juga diharapkan oleh Customers PT Cahaya Arif Abadi.			
5	Apakah kegiatan <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada <i>Customers</i> ?	√	√	√
	<p>Informan 1: Kami sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada <i>Customer</i> kita. Karena tanpa berperilaku dan moral yang baik, tentunya kami sudah bayak kehilangan <i>Customer</i>. Bagi saya, moral dan perilaku baik penting ditunjukkan kepada <i>Customers</i>. Hal ini tidak hanya saya sebagai PR, namun semua karyawan perusahaan ini ketika berhadapan langsung maupun tidak langsung kepada <i>Customer</i>.</p> <p>Informan 2: Sejauh ini moral dan perilaku CAA kepada kami baik-baik aja, karena nggak ada <i>issue</i> buruk mengenai moral dan perilaku CAA terhadap kami.</p> <p>Informan 3: Sudah, perilaku CAA terhadap kami sangat baik.</p>	<p>Kode dan Kategori: Moral dan perilaku yang baik pada Customer (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Ketiga informan sepakat bahwa kegiatan <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah menitik beratkan moral dan perilaku yang baik pada <i>Customers</i>. Seperti yang dituturkan oleh informan 2 bahwa sejauh ini moral dan perilaku PT Cahaya Arif Abadi terhadap Telkomsel baik. Karena menurut informan 2, PT Cahaya Arif Abadi tidak ada masalah mengenai moral dan perilaku.</p>			
6	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan <i>Customers</i> ?	√	√	√
	<p>Informan 1: Saya sudah mengabdikan kepentingan <i>Customer</i>, apapun yang <i>Customer</i> minta akan kami turuti sebisa mungkin. Ibarat pembeli adalah raja, jadi saya mengimpelemtasikan ibarat itu kepada para <i>Customer</i>. Intinya antara CAA dan para <i>Customer</i> itu saling menguntungkan sama lain.</p> <p>Informan 2: Misal kita menyarankan untuk A, bagusnya CAA ini langsung nurut gitu Mbak, nggak ngeyel gitu lah. Jadi kalau mengabdikan kepentingan kami ya tentu sudah dilakukan CAA.</p> <p>Informan 3: Sudah mengabdikan kepada kami dengan cukup baik.</p>	<p>Kode dan Kategori: Mengabdikan kepentingan Customer (1) Pembeli adalah raja (2) Bisnis yang saling menguntungkan satu sama lain (3)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah mengabdikan kepentingan <i>Customers</i>. Hal itu disepakati oleh informan 1, Informan 2 dan Informan 3. Apapun yang diinginkan <i>Customer</i> maka akan dilakukan PT Cahaya Arif Abadi, karena ini adalah bisnis yang harus menguntungkan satu sama lain. Seperti yang di katakan</p>			

	oleh Informan 3 bahwa PT Cahaya Arif Abadi selalu menuruti apa yang Telkomsel mau.			
7	Apakah ada kendala dalam menjalankan fungsinya sebagai <i>Public Relations</i> ? apa solusinya?	√	-	-
	<p>Informan 1: Kendala sudah pasti ada, seperti <i>miss</i>-komunikasi antar tim terhadap apa permintaan <i>Customer</i>. Yang membuat tim menjadi kerja dua kali, tapi hal semacam itu biasa terjadi mbak. Kendala tersebut solusinya adalah saya selalu <i>adakan meeting all project</i> setiap hari Senin. Jadi di pertemuan itu semua jelas, terbuka dan menghindari kesalahfahaman tentunya.</p> <p>Informan 2: - Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Kendala <i>miss</i>-komunikasi (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Informan 1 menyatakan bahwa PT Cahaya Arif Abadi memiliki kendala dalam menjalankan fungsinya sebagai <i>Public Relations</i>. Kendala tersebut contohnya kesalahfahaman yang terjadi antara tim PT Cahaya Arif Abadi terhadap apa yang diminta Customers tidak sinkron. Mengakibatkan Tim PT Cahaya Arif Abadi membuang-buang waktu. Namun kesalahfahaman tersebut biasa terjadi dan solusinya ialah mengadakan pertemuan rapat wajib setiap hari senin. Jadi pada pertemuan ini semuanya akan dikupas tuntas dan bersifat terbuka dengan tujuan menghindari kesalahfahaman.</p>			
8	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sudah menjalankan semua fungsinya dengan baik?	-	√	√
	<p>Informan 1: - Informan 2: Mungkin sudah Mbak, bisa langsung di-<i>compare</i> nanti dengan hasil penelitian Mbak ini ya. Kebetulan dari sisi tim CAA juga <i>responsive</i> dalam kerja sama, salah satunya PR nya CAA itu ya Pak Oki Namanya. Informan 3: Tidak semuanya, pasti ada yang terlewat. Kadang PR CAA <i>slow respon</i> dalam menanggapi pesan.</p>	<p>Kode dan Kategori: Cepat tanggap dalam bekerja sama (1) Lama dalam menanggapi sebuah pesan (2)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Menurut informan 3 bahwa tidak <i>semua</i> fungsi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi berjalan dengan baik. Beliau mengatakan “Tidak semuanya, pasti ada yang terlewat. Kadang PR CAA <i>slow respon</i> dalam menanggapi pesan.” Berbeda dengan tanggapan informan 2 bahwa <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi cepat tanggap dalam bisnis yang berlangsung.</p>			
Strategi Pembuatan Tujuan Program				
1	Bagaimana strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i> nya?	√	-	-
	<p>Informan 1: Strategi yang kami lakukan adalah dengan membuat program khusus. Program tersebut meski terlihat sepele, namun alurnya sangat membantu saya dan tim dalam menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i>. Hingga saat ini ketika ada</p>	<p>Kode dan Kategori: Program khusus untuk menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i> (1) Merealisasikan sebuah program (2)</p>		

	<p><i>Customer</i> baru, kami selalu merealisasikan program ini. Tidak hanya <i>Customer</i> baru saja, namun <i>Customer</i> yang sudah ada juga kami implementasikan program tersebut.</p> <p>Informan 2: - Informan 3: -</p>			
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Informan 1 menuturkan bahwa Public Relations PT Cahaya Arif Abadi memiliki program khusus yang akan selalu direalisasikan oleh Public Relations PT Cahaya Arif Abadi kepada <i>Customer</i> baru maupun <i>Customer</i> yang sudah terjalin kerja sama dengan PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
2	<p>Bagaimana pembuatan tujuan program dalam strategi PT Cahaya Arif Abadi?</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Pembuatan program dalam tujuan strategi PR dilakukan dengan menganalisa terlebih dahulu sebuah kejanggalaan atau masalah yang ada di CAA.</p> <p>Informan 2: Informan 3:</p>	<p>Kode dan Kategori: Strategi dengan cara menganalisa suatu masalah (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Dari data yang diperoleh dilapangan bahwa informan 1 menyatakan dalam pembuatan tujuan strategi <i>Public Relations</i> dilakukan dengan menganalisa sebuah kejanggalaan atau masalah yang ada di PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
3	<p>Apakah tujuan program strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sesuai dengan hasil yang diharapkan?</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Alhamdulillah sampai saat ini sesuai yang diharapkan oleh para <i>Customer</i>. <i>Customer</i> tentunya juga <i>happy</i> dengan <i>improvement</i> yang diberikan.</p> <p>Informan 2: Informan 3:</p>	<p>Kode dan Kategori: Strategi yang dilakukan sesuai yang diharapkan <i>Customer</i> (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Informan 1 mengklaim bahwa strategi khusus yang dibuat <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi sesuai yang diharapkan oleh <i>Customer</i>. Hal tersebut membuat <i>Customer</i> puas dengan perbaikan yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
4	<p>Apa sajakah program yang dibuat oleh PT Cahaya Arif Abadi? Mohon sebutkan contohnya.</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Terkait ini saya mengamati terlebih dahulu sebuah masalah yang ada, kemudian membuat strategi perencanaan terkait cara untuk menggait <i>Customer</i> kembali. Seperti sebelumnya masalah pernah terjadi itu kami pernah kehilangan <i>Customer</i> hanya karena masalah komunikasi serta implementasi yang tidak sesuai yang diharapkan oleh <i>Customer</i>. Setelah itu saya dengan tim juga dibantu untuk membuat strategi lanjutan terkait bagaimana supaya bisa kedepannya bisa lebih baik. Tentunya diakhiri dengan</p>	<p>Kode dan Kategori: Mengamati sebuah masalah (1) Membuat strategi perencanaan terkait cara menggait <i>Customer</i> (2) Evaluasi (3)</p>		

	<p>impelentasi lanjutan dan program yang akan nantinya dijalankan.</p> <p>Informan 2:</p> <p>Informan 3:</p>			
	<p align="center">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Informan 1 menyebutkan program yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi. <i>Public Relations</i> pertama kali yang dilakukan yaitu mengamati sebuah masalah yang ada di PT Cahaya Arif Abadi. Setelah itu membuat perencanaan terkait cara untuk menggait para <i>Customer</i> kembali. Karena sebelumnya PT Cahaya Arif Abadi pernah mengalami kehilangan <i>Customer</i>-nya, disebabkan karena masalah komunikasi serta implementasi yang tidak sesuai yang diharapkan oleh <i>Customer</i>. Selanjutnya <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dibantu dengan Tim membuat strategi lanjutan terkait bagaimana supaya bisa kedepannya bisa lebih baik. Strategi terkahir adalah impelentasi lanjutan dan program yang akan nantinya dijalankan.</p>			
5	<p>Bagaimana kesadaran merek pada pelayanan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi <i>Customers</i> dalam pengambilan setiap putusan tujuan pada perusahaan?</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Saya terus berusaha mempengaruhi para <i>Customer</i> agar <i>Customer</i> tahu bahwa ini loh perusahaan kami. Perusahaan konsultan IT dan Telekomunikasi yang menyediakan pelayanan dan jasa terbaik.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p align="center">Kode dan Kategori:</p> <p>Mempengaruhi <i>Customer</i> (1) Peusahaan konsultan IT dan Telekomunikasi terbaik (2)</p>		
	<p align="center">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Public Relations PT Cahaya Arif Abadi terus berusaha mempengaruhi <i>Customer</i> agar <i>Customer</i> mengetahui bahwa PT Cahaya Arif Abadi adalah perusahaan konsultan IT dan Telekomunikasi yang menyediakan pelayanan dan jasa terbaik.</p>			
6	<p>Apakah setelah tujuan program tersebut terealisasi, <i>Public Relaitons</i> perusahaan ini melakukan evaluasi program agar menuju sesuatu yang lebih baik?</p>	√	√	√
	<p>Informan 1: Setelah melakukan tujuan-tujuan program tersebut, saya selaku PR CAA selalu melakukan evaluasi untuk melihat apakah tujuan yang telah dilakukan. Evaluasi berupa melihat kembali implementasi-implementasi sebelumnya. Evaluasi yang dilakukan ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada perubahan atau perkembangan dalam perusahaan.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p align="center">Kode dan Kategori:</p> <p>Melakukan evaluasi (1)</p>		
	<p align="center">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p><i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi melakukan evaluasi setelah melakukan tujuan-tujuan program tersebut. Evaluasi tersebut yaitu melihat kembali implementasi tim implementasi sebelumnya. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat apakah ada perubahan atau perkembangan pada PT Cahaya Arif Abadi. Tentunya evaluasi program ini agar menuju sesuatu yang lebih baik.</p>			

7	Apakah <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi mengalami sebuah kendala dalam mengimplementasikan program strateginya?	√	-	-
	<p>Informan 1: Kendala yang terjadi pasti ada, namun kendala itu tidak terlalu rumit dan bisa langsung diatasi oleh saya dan tim. Intinya sih harus jeli dan kreatif dalam <i>problem solving</i></p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Kendala yang tidak terlalu rumit (1) Jeli dan kreatif dalam <i>problem solving</i> (2)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Informan 1 mengatakan bahwa <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi mengalami sebuah kendala dalam mengimplementasikan program strateginya, namun kendala itu tidak terlalu rumit karena langsung bisa diatasi oleh <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dibantu oleh Tim. Dimana harus jeli dan kreatif dalam mencari penyelesaian suatu masalah.</p>			
8	Dari banyaknya strategi yang dilakukan <i>Public Relations</i> , strategi mana yang paling berperan penting dalam menjalin hubungan baik <i>Customer</i> perusahaan ini?	√	-	-
	<p>Informan 1: Semua strategi berperan penting bagi saya. Karena jika semua strategi berjalan dengan semestinya maka tujuan saya dalam menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i> pun akan lancar dan tidak ada kendala. Untuk itu saya selalu memaksimalkan semua strategi yang ada. Semua itu semata-mata untuk membuat <i>Customer</i> betah menjalani bisnis dengan CAA.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Strategi berperan penting bagi <i>Public Relations</i> (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi menyatakan bahwa semua strategi yang dilakukan sangat berperan penting bagi <i>Public Relations</i>. Karena jika semua strategi berjalan dengan baik maka tujuan <i>Public Relations</i> dalam menjalin hubungan baik pada <i>Customer</i> akan berjalan lancar dan tidak ada kendala. Untuk itu <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi selalu memaksimalkan semua strategi yang ada. Hal tersebut bertujuan untuk membuat <i>Customer</i> nyaman menjalin bisnis dengan PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
Hubungan dengan Customers				
1	Apakah PT Cahaya Arif Abadi sudah menghargai kepentingan dan kebutuhan <i>Customers</i> ? Apa contoh yang dilakukan?	√	-	-
	<p>Informan 1: Sudah dong, seluruh tim yang berhubungan dengan <i>Customer</i> sangat menghargai kepentingan dan kebutuhan <i>Customer</i> kami. Karena kami meminimalisir kekecewaan dimata <i>Customer</i>. Kalau contoh yang dilakukan ya seperti menjalin komunikasi yang baik, mendengarkan dan menuruti apa mau <i>Customer</i> dan memprioritaskan <i>Customer</i>.</p> <p>Informan 2: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Menghargai kepentingan <i>Customer</i> (1) Meminimalisir kekecewaan dimata <i>Customer</i> (2) Menjalin komunikasi yang baik (3) Memprioritaskan <i>Customer</i> (4) Mendengarkan <i>Customer</i> (5) Menuruti permintaan <i>Customer</i> (6)</p>		

	Informan 3: -			
	Pemaparan dalam Narasinya:			
	PT Cahaya Arif Abadi sudah menghargai kepentingan <i>Customers</i> . Seperti yang dinyatakan oleh Informan 1 bahwa seluruh tim yang terhubung dengan <i>Customers</i> PT Cahaya Arif Abadi termasuk <i>Public Relations</i> sangat menghargai kepentingan dan kebutuhan <i>Customers</i> . Hal tersebut dimaksudkan PT Cahaya Arif Abadi supaya meminimalisir kekecewaan dimata <i>Customers</i> . Contoh yang dilakukan seperti menjalin komunikasi yang baik terhadap <i>Customers</i> , mendengarkan dan menuruti permintaan <i>Customer</i> dan memprioritaskan <i>Customers</i> .			
2	Bagaimana sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam hal melayani kebutuhan <i>Customers</i> ? apa yang dilakukan?	√	√	√
	<p>Informan 1: Kami selalu memberikan sikap tindak perilaku yang baik. Tidak mungkin kami memperlakukan <i>Customer</i> seenaknya, bisa-bisa mereka memutuskan kerja sama. Untuk itu kami selalu mengutamakan kesopanan dan ramah kepada <i>Customer</i> kita.</p> <p>Informan 2: Sikap CAA dalam melayani kami ya biasa-biasa saja. CAA itu bekerja sama sesuai dengan SOW yang kami berikan. Tapi CAA itu bekerja sama sesuai dengan perjanjian yang telah kami dan CAA sepakati hitam diatas putih. Kalau yang dilakukan CAA ya itu seperti yang saya bilang, biasa saja dalam maksud disini tu normal ya, bukan ke hal negatif.</p> <p>Informan 3: Sikap CAA dalam melayani kami cukup baik. Bisa memberikan opsi lain ketika kami tidak srek dengan opsi pertama. Maksud saya disini CAA bisa memberikan solusi.</p>	Kode dan Kategori:		
		Memberikan sikap tindak perilaku yang baik pada <i>Customers</i> (1) Mengutamakan kesopanan dan keramahan pada <i>Customers</i> (2) Bekerja sesuai dengan SOW (3) Dapat memberikan solusi (4)		
	Pemaparan dalam Narasinya:			
	Sikap tindak perilaku PT Cahaya Arif Abadi dalam melayanai kebutuhan <i>Customers</i> baik. Karena tidak mungkin PT Cahaya Arif Abadi melakukan <i>Customers</i> tidak baik. Hal tersebut tidak adakn terjadi karena fokus <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi untuk menjalin hubungan baik pada <i>Customers</i> . Menurut informan 1 juga sopan santun dan bersikap ramah terhadap <i>Customer</i> sangat penting. Informan 3 menyetujui bahwa PT Cahaya Arif Abadi bersikap baik dalam melayani. Tidak hanya itu, Informan 3 juga mengatakan bahwa PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan pilihan lain ketika pilihan sebelumnya tidak disetujui. Dimana itu berarti PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan solusi terhadap kebingangan <i>Customer</i> .			
3	Apakah PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara professional terhadap <i>Customers</i> ? apakah bisa diandalkan?	√	√	√
	<p>Informan 1: Tentunya kami sebagai konsultan telekomunikasi dan IT selalu berusaha semaksimal mungkin professional terhadap <i>Customer</i>. CAA ini kan menjual produk dan jasa, jadi yang dilihat <i>Customer</i> pasti <i>services value</i> dari sebuah perusahaan.</p>	Kode dan Kategori:		
		Professional terhadap <i>Customers</i> (1) <i>Customer</i> melihat <i>services value</i> (2) Dapat diandalkan kinerja dilapangan (3)		

	<p>Informan 2: Sampai detik ini CAA masih professional terhadap kami, kami selalu mengandalkan Vendor-Vendor kami termasuk CAA.</p> <p>Informan 3: Profesional dan bisa diandalkan kinerja dilapangannya</p>			
	<p align="center">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>PT Cahaya Arif Abadi bekerja secara professional terhadap <i>Customer</i> dan bisa diandalkan. Hal itu disetujui oleh ketiga informan. Seperti yang dikatakan Informan 2 bahwa PT Cahaya Arif Abadi sampai detik ini masih professional dan salah satu Vendor yang bisa diandalkan <i>Customer</i>. Begitu juga dengan Informan 3 yang menyetujui bahwa PT Cahaya Arif Abadi professional dan bisa diandalkan mengenai kinerja dilapangan.</p>			
4	<p>Bagaimana cara <i>Public Relations</i> dalam mengatasi kehilangan <i>Customer</i> perusahaan ini?</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Jujur saja, ketika kita kehilangan <i>Customer</i> maka tidak mudah untuk membuat <i>Customer</i> percaya kembali. Sangat membutuhkan waktu. Salah satu cara ialah menunjukan kepada <i>ex-Customer</i> kita dengan perbedaan CAA antara dulu dan sekarang melalui bukti-bukti <i>progress</i> yang berhasil.</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	<p align="center">Kode dan Kategori: Kekecewaan dimata <i>Customer</i> (1)</p>		
	<p align="center">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p><i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi dalam mengatasi kehilangan <i>Customer</i> tentunya tidak mudah. Hal itu dijelaskan oleh informan 1 bahwa membuat <i>Customer</i> percaya kembali sangat membutuhkan waktu. Salah satu cara <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi membangkitkan kepercayaan dimata <i>Customer</i> yang sudah hilang yaitu dengan menunjukan perbedaan PT Cahaya Arif Abadi yang saat ini dengan disertakan bukti <i>progress</i> yang berhasil dilakukan PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
5	<p>Apakah PT Cahaya Arif Abadi dapat diandalkan?</p>	√	√	√
	<p>Informan 1: Sangat bisa diandalkan para <i>Customer</i> karena kami sangat bertanggung jawab dalam hal apapun tujuannya untuk tidak membuat <i>Customer</i> kecewa.</p> <p>Informan 2: Sangat bisa diandalkan</p> <p>Informan 3: Kami setuju kalau CAA bisa diandalkan karena kinerjanya dilapangan bagus.</p>	<p align="center">Kode dan Kategori: Perusahaan yang dapat diandalkan (1) Kinerja dilapangan bagus (2)</p>		
	<p align="center">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>PT Cahaya Arif Abadi dapat diandalkan Customernya. Hal itu di sepekatinya oleh ketiga informan. Seperti yang dikatakan informan 3 bahwa PT Cahaya Arif Abadi bisa diandalkan dari sisi pekerjaan dilapangan.</p>			
6	<p>Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi <i>Customers</i>?</p>	√	√	√
	<p>Informan 1: Tentunya. Itu penting karena kembali lagi diawal saya bicara, bahwa tujuan CAA untuk menunjukan bahwa CAA layak dan pantas untuk dijadikan</p>	<p align="center">Kode dan Kategori:</p>		

	<p>vendor oleh <i>Customer</i>. Kalau saya sebagai PR tidak perhatian terhadap masalah <i>Customer</i>, pasti para <i>Customer</i> menjalin kerja sama dengan CAA tidak dalam jangka waktu lama.</p> <p>Informan 2: Ketika ada masalah misal <i>progress</i>-nya yang terkendala terus kami tegur, CAA langsung eksekusi.</p> <p>Informan 3: Iya, karena CAA bagaimanapun akan dilakukan demi mempertahankan kerja sama dengan kami tentunya.</p>			
	Pemaparan dalam Narasinya:			
	<p>PT Cahaya Arif Abadi selalu memberikan perhatian terhadap masalah <i>Customer</i>. Seperti yang dikatakan Informan 1 bahwa memberikan perhatian kepada <i>Customer</i> sangat penting karena itu sama saja menunjukkan bahwa PT Cahaya Arif Abadi layak dan pantas untuk dijadikan Vendor. Karena jika PT Cahaya Arif Abadi tidak perhatian terhadap <i>Customer</i>, maka <i>Customer</i> tidak akan mau bekerja sama dengan PT Cahaya Arif Abadi dalam jangka waktu yang lama.</p>			
7	Apakah PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi <i>Customers</i> hingga selesai?	√	√	√
	<p>Informan 1: Kami selalu mengutamakan tanggungjawab penuh dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi <i>Customer</i>. Bagaimanapun kita ini kan saling menguntungkan satu sama lain. Jadi sekecil apapun masalah harus diselesaikan dengan rasa tanggungjawab</p> <p>Informan 2: Sejauh ini iya</p> <p>Informan 3: Iya, bagusnya CAA selalu tidak pernah lari dari masalah.</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori:</p> <p>Mengutamakan tanggungjawab terhadap <i>Customer</i> (1) Saling menguntungkan satu sama lain (2) Tidak pernah lari dari suatu masalah (3)</p>		
	Pemaparan dalam Narasinya:			
	<p>Berdasarkan pada temuan data dilapangan bahwa ketiga informan sepakat bahwa PT Cahaya Arif Abadi selalu bertanggung jawab penuh dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi <i>Customer</i> hingga selesai. Karena bagaimanapun PT Cahaya Arif Abadi telah menjalin kerja sama yang saling menguntungkan satu sama lain. Jadi seperti yang dituturkan informan 1 bahwa sekecil apapun masalah harus diselesaikan dengan rasa tanggungjawab.</p>			
8	Bagaimana sudut pandang anda sebagai <i>Customer</i> perusahaan ini?	-	√	√
	<p>Informan 1: -</p> <p>Informan 2: CAA itu termasuk Vendor yang lama di Telkomsel. Jadi bisa disimpulkan sendiri lah.</p> <p>Informan 3: Sebagai <i>Customer</i> tentunya saya senang bisa menjalin kerja sama dengan perusahaan ini. Ya karena banyak suka nya dari pada duka.</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori:</p> <p>Banyak suka dari pada duka (1)</p>		
	Pemaparan dalam Narasinya:			
	<p>Menurut sudut pandang informan 2 dan informan 3 bahwa <i>Customer</i> senang dapat bekerja sama dengan PT Cahaya Arif Abadi jika informan 3 dengan alasan lebih banyak suka dari pada duka berbeda dengan informan 2 yang sangat</p>			

	mengandalkan PT Cahaya Arif Abadi hal itu bisa dilihat kerja sama yang terjalin antara Telkomsel dengan PT Cahaya Arif Abadi terjalin cukup lama.			
Perencanaan <i>Customer Relations</i>				
1	Apa media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi? apakah berjalan efektif?	√	√	√
	<p>Informan 1: Media awal yang digunakan ialah website kemudian juga seiring waktu perkembangan jaman kita bergerak dimedia sosial seperti <i>Linkdln</i>. Media periklanan CAA juga ada <i>jobstreet</i> dan <i>job.id</i>. Kalau media periklanan di <i>Facebook</i> sebenarnya ada cuma kurang efektif karena hanya berbentuk halaman saja. Kalau yang lebih efektif tuh di <i>website</i> dan <i>Linkdln</i>.</p> <p>Informan 2: Saya kurang tahu ini Mbak.</p> <p>Informan 3: Kami terkoneksi melalui media <i>Linkidln</i></p>	Kode dan Kategori: Media periklanan <i>Linkidln</i> (1)		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Media periklanan yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi dan yang paling efektif adalah <i>Linkdin</i>. Informan 3 mengatakan bahwa <i>Linkdln-nya</i> terkoneksi dengan PT Cahaya Arif Abadi. Media awal yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi seperti yang dikatakan informan 1 ialah <i>website</i>. Sering berkembangnya zaman mulai bergerak pada media sosial seperti <i>Linkdln</i>, <i>Jobstreet</i>, <i>Job.id</i> dan <i>Facebook</i>. Dari banyaknya sosial media yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi dengan tujuan untuk periklanan yang paling tidak efektif adalah media sosial <i>Facebook</i> karena hanya berbentuk halaman saja. Sedangkan yang paling efektif adalah <i>website</i> dan <i>Linkdln</i>.</p>			
2	Bagaimana cara kerja media periklanan yang digunakan pada perusahaan ini?	√	-	-
	<p>Informan 1: Cara kerjanya dimonitor oleh HR dan saya selaku PR</p> <p>Informan 2: -</p> <p>Informan 3: -</p>	Kode dan Kategori: Dimonitor oleh HR dan <i>Public Relations</i> (1)		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Cara kerja media periklanan paling efektif yang digunakan PT Cahaya Arif Abadi seperti <i>Website</i> dan <i>Linkdln</i> cara kerjanya dipantau oleh <i>Human Resources Departmenet</i> dan <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
3	Apakah <i>Customer</i> sering mengeluh terhadap perusahaan ini? Apa masalahnya?	√	√	√
	<p>Informan 1: Kalau sering sih tidak ya, tapi kalau <i>Customer</i> mengeluh jelas pernah. Biasanya hanya masalah <i>miss-komunikasi</i> contohnya target yang melebihi estimasi perjanjian. <i>Miss-komunikasinya</i> terletak di kendala eksternal. Jadi intinya bolanya bukan di CAA.</p> <p>Informan 2: Lebih tepatnya jarang, tapi kami akan menegur ketika CAA tidak mencapai target. Nah disitu kami cerewet betul tuh, paling tidak suka kalau CAA targetnya meleset.</p>	Kode dan Kategori: Jarang ada suatu masalah (1)		

	<p>Informan 3: 3 bulan terakhir ini lancar-lancar aja, tidak ada keluhan kami terhadap CAA. Itu artinya jarang ada masalah.</p>			
	<p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Dari pemaparan informan 1, informan 2 dan informan 3 menyatakan bahwa PT Cahaya Arif Abadi jarang menerima keluhan <i>Customer</i>. Sesekali PT Cahaya Arif Abadi menerima keluhan karena hal kesalahfahaman saja dan masalah tersebut tidak sering terjadi.</p>			
4	<p>Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan <i>Customers</i>?</p>	√	√	√
	<p>Informan 1: Berbicara terkait keluhan <i>Customer</i> tidak menutup kemungkinan kami pun juga menerima itu. Lalu kami coba <i>feedback</i> dengan segera keluhan yang disampaikan dari <i>Customer</i> melalui email. Kemudian kita rangkul dengan mengadakan pertemuan secara langsung dengan tujuan supaya masalah segera terselesaikan. Jadi itulah yang biasa kami lakukan untuk menghindari keluhan itu berkepanjangan, karena prinsip kami <i>Customer</i> itu harus kita jaga.</p> <p>Informan 2: Target tidak sesuai perkiraan setelah diadakan <i>meeting</i> eksternal. Ternyata CAA terkendala merekrute tim implementasi yang tidak bagus, tidak hanya itu. Kadang terkendala cuaca buruk dan warga sekitar tower yang tidak mengizinkan. Sehingga memakan waktu lama.</p> <p>Informan 3: Biasanya CAA langsung mengagendakan pertemuan <i>offline</i> atau <i>online</i> untuk membicarakan solusinya.</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori:</p> <p>Menerima keluhan dari <i>Customers</i> (1) Perusahaan mempunyai prinsip untuk menjaga <i>Customer</i> (2) Kendala dilapangan yang membuat tidak mencapai target (3) Mengadakan pertemuan <i>online</i> dan <i>offline</i> untuk mencari sebuah solusi dari suatu masalah (4)</p>		
	<p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Cara PT Cahaya Arif Abadi menangani keluhan <i>Customer</i> dengan cara melakukan agenda pertemuan dengan tujuan agar masalah segera terselesaikan pada peretemuan tersebut, karena dikupas tuntas hingga berakhir memecahkan solusinya. Keluhan tersebut jarang terjadi dan banyak faktor penyebabnya seperti salah satu tim yang kurang <i>cekatan</i> dalam pekerjaan dilapangan. Tidak hanya masalah internal, namun juga ada masalah eksternal yang menyebabkan <i>Customer</i> mengeluh dengan PT Cahaya Arif Abadi seperti tidak diizinkan dalam mengerjakan pekerjaan dilapangan dan contoh lainnya yaitu cuaca yang buruk sehingga <i>progress</i> tidak jalan dan tidak mencapai target yang diminta oleh <i>Customer</i>.</p>			
5	<p>Apakah PT Cahaya Arif Abadi sering mengadakan <i>customer gathering</i>? apa tujuannya?</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Biasanya selain kami mengadakan <i>gathering</i> dengan pihak <i>internal</i> yang dilakukan setahun sekali kami juga mengadakan <i>gathering</i> dengan pihak <i>Eksternal</i> yaitu <i>Customer</i> kami. Itu kami lakukan untuk menjaga hubungan baik juga.</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori:</p> <p>Mengadakan <i>Customer gathering</i> (1)</p>		

	<p>Informan 2: - Informan 3: -</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Informan 1 menyatakan bahwa selain mengadakan <i>internal gathering</i> setahun sekali, PT Cahaya Arif Abadi jug mengadakan <i>gathering</i> dengan <i>Customer</i> dengan maksud untuk menjaga hubungan antara PT Cahaya Arif Abadi dengan <i>Customer</i> tetap terjalin baik.</p>			
6	<p>Apa dampak yang terlihat dari adanya kegiatan <i>customer gathering</i> ini?</p> <p>Informan 1: Secara tidak langsung komunikasi yang terjalin itu bakal lebih terasa. Selain itu lebih terjaga juga dan lebih tau apa yang diinginkan oleh <i>Customer</i> dan kita coba lakukan pelayanan yang lebih baik kedepannya untuk <i>Customer</i> tentunya. Informan 2: - Informan 3: -</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Dari penuturan Informan 1 bahwa dampak yang terlihat dari adanya kegiatan <i>Customer gathering</i> yaitu komunikasi yang terjalin secara tidak langsung lebih terasa atau bisa disebut terkoneksi. Selain itu PT Cahaya Arif Abadi juga lebih mengetahui apa yang diinginkan oleh <i>Customer</i> yang akan diikuti oleh PT Cahaya Arif Abadi dengan pelayanan yang lebih baik.</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Secara tidak langsung komunikasi yang terjalin itu bakal lebih terasa. Selain itu lebih terjaga juga dan lebih tau apa yang diinginkan oleh <i>Customer</i> dan kita coba lakukan pelayanan yang lebih baik kedepannya untuk <i>Customer</i> tentunya. Informan 2: - Informan 3: -</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Dari penuturan Informan 1 bahwa dampak yang terlihat dari adanya kegiatan <i>Customer gathering</i> yaitu komunikasi yang terjalin secara tidak langsung lebih terasa atau bisa disebut terkoneksi. Selain itu PT Cahaya Arif Abadi juga lebih mengetahui apa yang diinginkan oleh <i>Customer</i> yang akan diikuti oleh PT Cahaya Arif Abadi dengan pelayanan yang lebih baik.</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori: Dampak positif dari <i>Customer gathering</i> (1)</p>		
7	<p>Bagaimana strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi memberikan pelayanan yang terbaik terhadap <i>Customers</i>?</p> <p>Informan 1: Dengan bermacam-macam cara seperti melakukan implementasi dengan semaksimal mungkin, mengejar target yang diminta oleh <i>Customer</i>, menjadikan CAA solusi bagi <i>Customer</i> dan mengikuti apa yang diinginkan <i>Customer</i>. Informan 2: - Informan 3: -</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi yang dilakukan untuk memberikan pelayanan terbaik terhadap <i>Customer</i> dilakukan dengan bermacam-macam cara seperti ketika tim melakukan pekerjaan dilapangan dengan semaksimal mungkin, mengejar <i>progress</i> agar sesuai target permintaan <i>Customer</i> dan menjadikan PT Cahaya Arif Abadi adalah solusi bagi <i>Customer</i>.</p>	√	-	-
	<p>Informan 1: Dengan bermacam-macam cara seperti melakukan implementasi dengan semaksimal mungkin, mengejar target yang diminta oleh <i>Customer</i>, menjadikan CAA solusi bagi <i>Customer</i> dan mengikuti apa yang diinginkan <i>Customer</i>. Informan 2: - Informan 3: -</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Strategi <i>Public Relations</i> PT Cahaya Arif Abadi yang dilakukan untuk memberikan pelayanan terbaik terhadap <i>Customer</i> dilakukan dengan bermacam-macam cara seperti ketika tim melakukan pekerjaan dilapangan dengan semaksimal mungkin, mengejar <i>progress</i> agar sesuai target permintaan <i>Customer</i> dan menjadikan PT Cahaya Arif Abadi adalah solusi bagi <i>Customer</i>.</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori: Mengejar <i>progress</i> sesuai target (1) Menjadikan perusahaan solusi bagi <i>Customer</i> (2)</p>		
8	<p>Dari semua upaya yang dilakukan perusahaan ini, apakah anda sebagai <i>Customer</i> akan melakukan kerja sama jangka Panjang?</p> <p>Informan 1: - Informan 2: Buktinya CAA dengan Telkomsel sudah bekerja sama cukup lama. Informan 3: Untuk saat ini saya akan bilang Iya, Harapannya sih CAA harus selalu bisa diandalkan terus.</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p>	-	√	√
	<p>Informan 1: - Informan 2: Buktinya CAA dengan Telkomsel sudah bekerja sama cukup lama. Informan 3: Untuk saat ini saya akan bilang Iya, Harapannya sih CAA harus selalu bisa diandalkan terus.</p> <p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p>	<p style="text-align: center;">Kode dan Kategori: Bekerja sama dalam waktu yang cukup lama (1) Sebuah Vendor harus bisa diandalkan (2)</p>		

	Informan 2 dan Informan 3 sepakat bahwa dari semua upaya yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi terhadap <i>Customer</i> mampu membuat yakin para <i>Customer</i> PT Cahaya Arif Abadi dan ingin bekerja sama dalam waktu jangka panjang. Seperti yang dikatakan informan 3 yaitu “Untuk saat ini saya akan bilang Iya, Harapannya sih CAA harus selalu bisa diandalkan terus.”			
Tahapan <i>Customer Relationship Management</i>				
1	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan <i>Customers</i> baru?	√	√	√
	<p>Informan 1: Berdasarkan <i>Customer</i> yang sudah ada, yang kami lakukan untuk mendapatkan <i>Customer</i> baru yaitu kami <i>intouch</i> secara langsung dengan calon <i>Customer</i> dan dibantu oleh beberapa <i>Lead Customer</i> kami yang alhamdulillah sampai saat ini dapat bekerja sama hingga sekarang. Selain lewat <i>website</i> juga lewat email <i>broadcast</i> dan beberapa persen lewat sosial media.</p> <p>Informan 2: Saya kurang tahu Mbak</p> <p>Informan 3: Kala itu CAA menampilkan <i>company profil</i> disertai prestasi-prestasinya setelah kami tertarik baru kita mulai membicarakan harga. Selanjutnya CAA memberikan penawaran harga dan terjadilah negosiasi kedua belah pihak hingga awal kerja sama pun bisa terjalin.</p>	<p>Kode dan Kategori:</p> <p>Negosiasi (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Cara PT Cahaya Arif Abadi mendapatkan <i>Customer</i> baru menurut informan 1 adalah dengan melakukan penawaran kepada calon <i>Customer</i>. Bahkan ada juga <i>Customer</i> yang menghubungi PT Cahaya Arif Abadi melalui email, tentunya <i>Customer</i> tersebut sudah melihat <i>Website</i> PT Cahaya Arif Abadi terlebih dahulu setelah itu terjadilah negosiasi didalamnya. Informan 3 juga berkata “Kala itu CAA menampilkan <i>company profil</i> disertai prestasi-prestasinya setelah kami tertarik baru kita mulai membicarakan harga. Selanjutnya CAA memberikan penawaran harga dan terjadilah negosiasi kedua belah pihak hingga awal kerja sama pun bisa terjalin.”</p>			
2	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan <i>Customers</i> yang sudah ada?	√	√	√
	<p>Informan 1: Tentunya menjaga hubungan baik dan komunikasi yang baik yang harus dijaga juga</p> <p>Informan 2: CAA mampu membuat <i>Customer</i>-nya dekat hal itu yang membuat CAA <i>plus</i> dimata kami, sehingga hubungan kami pun sangat terjalin baik.</p> <p>Informan 3: Dengan memberikan pelayanan yang baik dan jalinan hubungan yang dilakukan CAA terhadap kami dengan <i>intens</i>.</p>	<p>Kode dan Kategori:</p> <p>Menjaga komunikasi dan hubungan agar tetap terjaga (1)</p> <p>Memberikan pelayanan yang baik (2)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Cara PT Cahaya Arif Abadi meningkatkan hubungan dengan <i>Customer</i> yang sudah ada menurut data lapangan yaitu seperti yang dijelaskan oleh informan 1 bahwa untuk menjaga komunikasi dan hubungan baik PT Cahaya Arif Abadi perlu untuk menjaga para <i>Customer</i> agar tetap terjalin kerja samanya. Informan 2 juga</p>			

	menyebutkan bahwa PT Cahaya Arif Abadi mampu membuat <i>Customer</i> -nya dekat dengan PT Cahaya Arif Abadi, kedekatan itu membuat hubungan <i>Customer</i> dengan PT Cahaya Arif Abadi terjalin baik.			
3	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan <i>Customers</i> ?	√	√	√
	<p>Informan 1: Apa yang diinginkan <i>Customer</i> kami coba penuhin, kemudian memberikan <i>service</i> tambahan berupa <i>entertain</i> dengan maksud untuk menjalin hubungan yang lebih baik lagi.</p> <p>Informan 2: Ya seperti ketika diberi tugas dilaksanakan sesuai SOW dan ketika ada kendala selalu mencari <i>problem solving</i>, itu yang kami suka.</p> <p>Informan 3: Dengan memberikan sebuah <i>entertain</i>.</p>	<p>Kode dan Kategori: Memberikan pelayanan tambahan berupa <i>entertain</i> (1) Mencari jalan keluar suatu permasalahan (2)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Menurut informan 1 bahwa semua permintaan <i>Customer</i> selalu diikuti oleh PT Cahaya Arif Abadi. Selain itu cara PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan <i>Customer</i> dengan cara memberikan pelayanan tambahan berupa <i>entertain</i> kepada <i>Customer</i> dengan tujuan agar hubungan yang terjalin semakin lebih baik. Informan 3 juga sepakat dengan penuturan informan 1. Berbeda dengan opini informan 2 bahwa cara PT Cahaya Arif Abadi dalam mempertahankan <i>Customer</i> yaitu dengan cara ketika <i>Customer</i> memberikan tugas kepa PT Cahaya Arif Abadi, maka PT Cahaya Arif Abadi melaksanakan tugas tersebut sesuai dengan permintaan <i>Customer</i>. Setelah tugas itu diimplemtasikan dan ada suatu kendala, barulah PT Cahaya Arif Abadi selalu menyelesaikan masalah tersebut dengan mencari solusi. Hal tersebut yang mampu membuat informan 2 masih bertahan dengan PT Cahaya Arif Abadi.</p>			
4	Bagaimana cara PT Cahaya Arif Abadi mendorong kesetiaan <i>Customers</i> ?	√	√	√
	<p>Informan 1: Dengan menjadikan <i>Customer</i> bak raja, memberikan pelayanan yang bagus, menjadikan solusi bagi <i>Customer</i> dan selalu mengejar <i>progress</i> agar kejar target sehingga <i>Customer</i> puas dengan apa yang kami lakukan.</p> <p>Informan 2: CAA itu pintar dalam menggait <i>Customer</i>-nya, ya karena kami kan sudah kenal siapa pendirinya, GM dan PM nya pun kami kenal. Jadi hubungan kami baik sampai saat ini.</p> <p>Informan 3: Dengan tidak membuat kecewa kami.</p>	<p>Kode dan Kategori: Membuat <i>Customer</i> puas (1) Pintar dalam hal menggait <i>Customer</i> (2)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Cara PT Cahaya Arif Abadi modorong kesetiaan <i>Customer</i> seperti yang dituturkan informan 1 yaitu dengan cara menjadikan <i>Customer</i> segalanya. Tentunya memberikan pelayanan yang bagus terhadap <i>Customer</i>. Memberikan solusi bagi <i>Customer</i> dan selalu mengejar target <i>progress</i> sesuai permintaan <i>Customer</i>. Informan 2 juga bmemberikan opini bahwa PT Cahaya Arif Abadi pintar dalam menggait <i>Customer</i>. Hubungan antara <i>Customer</i> dengan internal PT Cahaya Arif Abadipun sangat dekat dan hubungan juga terjalin baik.</p>			
5	Apakah implementasi strategi solusi PT Cahaya Arif Abadi yang proaktif untuk <i>Customers</i> sudah berjalan dengan efektif?	√	√	√

	<p>Informan 1: Sudah, karena kami akan selalu berusaha keras mengenai strategi-strategi implementasi apapun itu kami lakukan selagi di jalan yang benar demi membuat <i>Customer</i> setia, nyaman dan percaya kepada kami.</p> <p>Informan 2: Sudah, buktinya setiap ada masalah CAA selalu sigap dalam menanggapi masalah itu. Ya memang harus tugas Vendor seperti itu Mbak.</p> <p>Informan 3: Sudah efektif karena kami masih berlanjut dengan CAA</p>	<p>Kode dan Kategori: Melakukan strategi demi <i>Customer</i> setia, nyaman dan percaya (1) Setia pada masalah selalu sigap mencari jalan keluar (2) Efektif (3)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Strategi dan solusi yang proaktif dilakukan oleh Public Relations PT Cahaya Arif Abadi sudah berjalan efektif. Banyak yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi untuk <i>Customer</i> agar membuat <i>Customer</i> setia terhadap PT Cahaya Arif Abadi. Tentunya juga selalu membuat <i>Customer</i> nyaman, percaya dan sigap dalam menanggapi suatu masalah <i>Customer</i>. Strategi yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi sudah efektif, buktinya banyak <i>Customer</i> yang bertahan dengan PT Cahaya Arif Abadi hingga saat ini.</p>			
6	Apakah perusahaan ini sudah memenuhi kebutuhan <i>Customer</i> ?	-	√	√
	<p>Informan 1: - Informan 2: Sudah. Kalau tidak ya kami bakal putus kerja sama dengan CAA Informan 3: Tentunya, apa yang kami minta CAA harus mengimplementasikannya.</p>	<p>Kode dan Kategori: Vendor harus mengimplementasikan permintaan <i>Customer</i> (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: PT Cahaya Arif Abadi dimata <i>Customer</i> sudah memenuhi kebutuhan <i>Customer</i>-nya. Hal itu dibenarkan oleh kedua informan yaitu informan 2 dan informan 3. Informan 2 mengatakan “Sudah. Kalau tidak ya kami bakal putus kerja sama dengan CAA” itu berarti PT Cahaya Arif Abadi sudah baik dimata <i>Customer</i>.</p>			
7	Jika diharuskan memilih, lebih baik mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada atau mencari <i>Customer</i> baru? Apa alasannya?	√	-	-
	<p>Informan 1: Jika diharuskan memilih, lebih baik mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada. Karena bagi kami mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada lebih baik dari pada mencari <i>Customer</i> baru. Karena ibaratnya <i>Customer</i> lama itu akar dari sebuah tanaman. Yang paling tahu kinerja kami, yang paling tahu pelayanan kami.</p> <p>Informan 2: - Informan 3: -</p>	<p>Kode dan Kategori: Mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada sangat penting (1)</p>		
	<p>Pemaparan dalam Narasinya: Seperti yang dikatakan informan 1 bahwa lebih baik mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada dibandingkan dengan mencari <i>Customer</i> baru. Bagi PT Cahaya Arif Abadi mempertahankan <i>Customer</i> yang sudah ada tidak perlu lagi beradaptasi saling mengetahui satu sama lain. Karena <i>Customer</i> lama yang paling mengetahui PT Cahaya Arif Abadi dari sisi kinerja, sistem dan pelayanan.</p>			

8	Apakah <i>Customer</i> puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini?	-	√	√
Informan 1: - Informan 2: Puas jika sesuai target, tapi kalau meleset dari target ya kecewa pasti meski kesalahan bukan ada di CAA Informan 3: Puas. Terkecuali CAA membuat kecewa kami, baru kami merasa tidak puas.		Kode dan Kategori: <i>Customer</i> puas dengan palyanan Vendor (1)		
<p style="text-align: center;">Pemaparan dalam Narasinya:</p> <p>Kedua informan <i>Customer</i> PT Cahaya Arif Abadi mengaku puas dengan pelayanan yang diberikan PT Cahaya Arif Abadi. Informan 1 menyatakan bahwa jika PT Cahaya Arif Abadi tidak mencapai target sesuai permintaan <i>Customer</i> mereka yakin kesalahan bukan pada PT Cahaya Arif Abadi. Kesalahan tersebut terjadi akibat kesalahan eksternal.</p>				



Lampiran

Dokumentasi



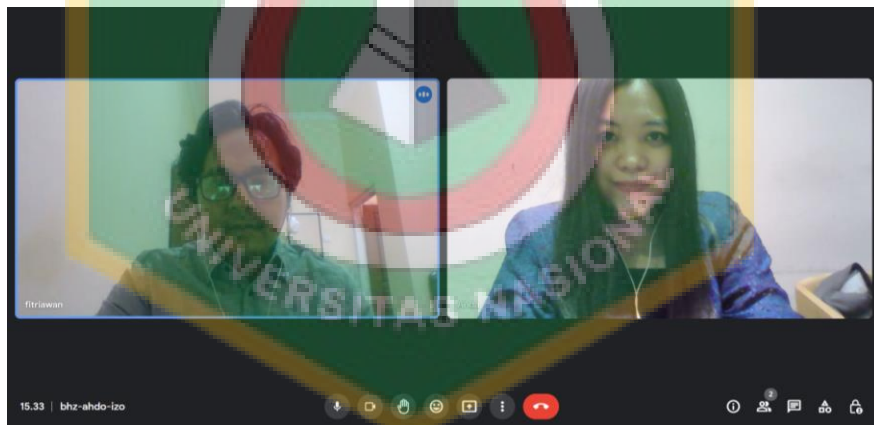
Wawancara pertama antara peneliti dengan *key informan* selaku *Sales Account Executive/Public Relations* dari PT Cahaya Arif Abadi yaitu Bapak Rizki Aditia Sumardji disaksikan oleh *staff* PT Cahaya Arif Abadi yaitu Ibu Anna Karenina Ongko Sebagai *Admin Project*, Bapak Ade Alfian sebagai *Project Manager* dan Bapak Ruslan Andika sebagai *SR Software Engineer*.



Wawancara kedua antara peneliti dengan *key informan* selaku *Sales Account Executive/Public Relations* dari PT Cahaya Arif Abadi yaitu Bapak Rizki Aditia Sumardji.



Wawancara ketiga antara peneliti dengan *key informan* selaku *Sales Account Executive/Public Relations* dari PT Cahaya Arif Abadi yaitu Bapak Rizki Aditia Sumardji.



Wawancara antara peneliti dengan informan 1 selaku *Supervisor Maintenace Service BTS* di Telkomsel yaitu Bapak Fitriawan.



Wawancara antara peneliti dengan informan 2 selaku *Coordinator Project*
di XL Axiata yaitu Bapak Jannes B P Sirait.

