

SKRIPSI
STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA
MEDIAPRO CREASINDO DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
KONSUMEN



Disusun Oleh :

Aplala Yulto
20180530239

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aplala Yulto
Nomor Mahasiswa : 20180530239
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada
Mediapro Creasindo Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain, maka saya siap untuk menerima sanksi atas perbuatan yang telah dilakukan.

Yogyakarta, 25 Oktober 2023



HALAMAN PERSEMBAHAN

Pencapaian saya dan perjuangan saya untuk skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga dan sahabat tercinta.

Teruntuk keluarga saya yang selalu mendukung, mensupport, dan selalu memberikan saya nasehat agar tetap bersabar dalam menghadapi apapun dan terus berjuang.

Teruntuk teman dan sahabat saya, terimakasih sudah mendengarkan keluh kesah saya dan selalu mensupport bagaimanapun keadaanya dan selalu berada di samping saya.

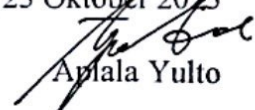
KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur selalu kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "*Customer Relationship Management* pada Mediapro Creasindo dalam mempertahankan loyalitas konsumen" untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (satu) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan lancar.

Meski tugas akhir ini telah selesai dilaksanakan, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penelitian ini. Maka dari itu peneliti sangat terbuka atas kritik dan saran yang disampaikan agar menjadi pembelajaran bagi peneliti untuk menciptakan karya tulis yang selanjutnya. Skripsi ini tidak akan selesai dengan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MA. selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP., MA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberi arahan, motivasi, semangat, dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. dan Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberi saran dan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti sehingga penelitian ini menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak berbagi ilmu dan pengalaman, serta menginspirasi peneliti untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Seluruh anggota keluarga terutama ayah dan ibu saya yang selalu mendukung penuh dan selalu mendoakan yang terbaik untuk peneliti dengan penelitian ini dan yang selalu menguatkan untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Pihak MEDIAPRO CREASINDO, terkhusus untuk bagian CEO dan Customer Service terimakasih sudah mau memberi masukan ke saya.
8. Kepada teman-teman saya dan pasangan hidup saya Alde Nur, Arif Tapir dan Cantika Prawansa yang telah menyemangati saya dan selalu memberikan doa dan dukungan penuh untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Seluruh teman di Prodi Ilmu Komunikasi UMY , terkhusus teman-teman di Konsentrasi Public Relations yang sudah menghabiskan banyak waktu bersama peneliti di bangku perkuliahan dan sudah selalu ada untuk saling menyemangati dan menguatkan.
10. Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini tanpa terkecuali.

Yogyakarta, 23 Oktober 2023


Amala Yulto

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	i
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Metode Penelitian	21
G. Sistematika Penulisan	27
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	30
A. Profil Mediapro Creasido.....	30
B. Struktur Organisasi	32
C. Produk dan Layanan	33
1. <i>X Banner</i>	37
2. <i>Y Banner</i>	38
3. <i>Roll Up Banner</i>	38
4. <i>Mini X Banner</i>	39
5. <i>Giant Banner</i>	39
6. <i>Tripod Banner</i>	40
7. <i>Flag Banner</i>	40

8.	Spanduk.....	41
9.	<i>Flag Chain</i>	41
10.	<i>Signage</i>	41
11.	<i>Neon Box</i>	42
12.	<i>Magnetic Backdrop</i>	42
13.	<i>Event Desk</i>	42
14.	Kanvas.....	43
15.	<i>Wallpaper</i>	43
16.	Balon Promosi.....	43
BAB III DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....		45
A.	Deskripsi Data.....	45
1.	Strategi Customer Relationship Management pada Mediapro Creasindo	45
2.	Peran Customer Relationship Management pada Mediapro Creasindo Terhadap Loyalitas Pelanggan	52
3.	Ukuran Keberhasilan Penerapan Customer Relationship Management	55
B.	Analisis Data.....	58
BAB IV PENUTUP		73
A.	Kesimpulan	73
B.	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76