

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Customer Relations Managemen (CRM) PT. Indi Platform Raksasa (S-Gala.Com) Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan” ditulis oleh Lidya Isna Maulida mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP fakultas Ilmu Komunikasi.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tolok ukur keberhasilan suatu perusahaan. Dimana jika pelanggan merasakan puas akan barang maupun pelayanan, suatu perusahaan bisa dikatakan “SUKSES” karena penilaian dari khalayak sangat penting. Hal ini dilakukan dengan suatu kesadaran utuh bahwa hubungan dengan pelanggan sangatlah penting, untuk menciptakan citra positif perusahaan yang kokoh akan perkembangan dan kelangsungan perusahaan. Untuk itu Customer relation management (CRM) sangat diperlukan untuk mendukung segala proses yang terjadi selama kepuasan pelanggan berlangsung. Tugas utama dari CRM adalah membangun relasi dengan pelanggan untuk meluruskan segala hal yang terjadi, dalam konteks komunikasi dengan pelanggan terutama segala hal yang bersangkutan dengan komplain, untuk itu PT. Indi Platform Raksasa menugaskan CRM untuk membenahi komentar miring atau penilain buruk tentang PT. Indi Platform Raksasa di Google Search tentang “Perusahaan Penipu”. Harapan terbesar dengan dibentuknya CRM PT. Indi Platform Raksasa dapat mengembalikan citra harmoni perusahaan dengan nama baik yang harus dijaga utuh. Strategi komunikasi hubungan dengan pelanggan terbukti memberikan kontribusi yang sangat penting, di dalam pembentukan brand equity dan brand value menciptakan one-to-one relationship dapat terwujud. Dengan cara memberikan pelayanan yang baik, mem follow up keluhan serta memberikannya solusi terhadap masalah yang dihadapi. Memberikan pencerahan atau tanggung jawab yang tidak memberatkan dua belah pihak. Serta memberikan kebutuhan informasi prosuk untuk kosumen, dan membuat brand image melalui brosur untuk memberitahukan informasi produk kepada pelanggan. Pengelolaan hubungan pelanggan, perusahaan akan mengetahui apa yang di inginkan dan diperlukan pelanggannya, sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah yang berlanjutan. Demikian pelanggan akan mendapatkan feedback dan tidak akan mudah berpindah ke produk atau merk lain.

Kesimpulan penelitian, Strategi customer relationship management PT. Indi Platform Raksasa dalam membangun relasi dengan publik adalah memperbaiki kualitas produksi seperti design brosur dan penataan iklan dimedia sosial, memperbaiki relationship antara pihak PT. Indi Platform Raksasa dengan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan pendekatan komunikasi dengan mendatangi langsung perusahaan yang akan di approach. Customer relationship management selalu melakukan pendekatan kepada perusahaan dengan membangun komunikasi yang kuat, pihak customer relationship management hampir tiap hari melakukan call phone kepada pelanggan-pelanggan yang menjadi mitra bisnis atau calon mitra kerja sama nya.

**Kata kunci:** Kepuasan pelanggan, strategi komunikasi, strategi komunikasi pelanggan CRM

## ABSTRACT

This thesis entitled “Customer Relations Management (CRM) Communication Strategy of PT. Indi Platform Raksasa (S-Gala.Com) in Maintaining Customer Satisfaction” written by Lidya Isna Maulida, a student at Sangga Buana University YPKP Faculty of Communication Studies.

Customer satisfaction is one of the benchmarks for the success of a company. Where if the customer is satisfied with the goods or services, a company can be said to be "SUCCESSFUL" because the assessment from the audience is very important. This is done with a full awareness that relationships with customers are very important, to create a strong positive company image for the development and sustainability of the company. For this reason, Customer relation management (CRM) is needed to support all processes that occur during customer satisfaction. The main task of CRM is to build relationships with customers to straighten everything that happens, in the context of communication with customers, especially all things related to complaints, for that PT. Giant Indi Platform commissioned CRM to fix negative comments or bad reviews about PT. Giant Indi Platform on Google Search about “Scam Companies”. The biggest hope with the establishment of CRM PT. Giant Indi Platform can restore the image of the company's harmony with a good name that must be maintained intact. The strategy of communication with customers has proven to make a very important contribution, in the formation of brand equity and brand value, creating a one-to-one relationship can be realized. By providing good service, following up complaints and providing solutions to problems encountered. Provide enlightenment or responsibility that does not burden both parties. As well as providing product information needs for consumers, and creating a brand image through brochures to provide product information to customers. In managing customer relationships, the company will know what its customers want and need, so that an emotional bond will be created that is able to create close and open business relationships and continuous two-way communication. Thus, customers will get feedback and will not easily switch to other products or brands.

The conclusion of the study, the customer relationship management strategy of PT. Indi Platform Giant in building relationships with the public is to improve the quality of production such as brochure design and arrangement of advertisements on social media, improve the relationship between PT. Giant Indi Platform with customers and improve service quality, approach communication by going directly to the company that will be approached. Customer relationship management always approaches the company by building strong communication, the customer relationship management almost every day makes phone calls to customers who are business partners or potential partners.

**Keywords:** Customer satisfaction, communication strategy, CRM customer

communication strategy