

**"STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION CV.
MULTINDO JAYA MANDIRI DALAM MENANGANI
KOMPLAIN CUSTOMER"**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Disusun Oleh:

Shaddam Rizky Ramadhan

210900044

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2025

***"STRATEGY OF MARKETING PUBLIC RELATIONS AT CV.
MULTINDO JAYA MANDIRI IN HANDLING CUSTOMER
COMPLAINTS"***

THESIS

***Submitted As One of The Requirement to Obtain a Bachelor's Degree in
Communication Science***



Arranged by:

Shaddam Rizky Ramadhan

210900044

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

JAKARTA

2025

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ilmiah saya, (SKRIPSI) ini belum pernah diajukan dan mendapatkan gelar akademik (sarjana) di Universitas Satya Negara Indonesia maupun Universitas lain (perguruan tinggi lain).
2. Karya tulis ilmiah ini adalah murni gagasan dari, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa di bantu pihak oleh lain, terkecuali dosen pembimbing dan dosen penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dan di cantumkan di daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Juli 2025

Yang membuat Pernyataan,



(Shaddam Rizky Ramadhan)

210900044

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Shaddam Rizky Ramadhan
NIM : 210900044
JUDUL : Strategi Marketing Public Relation CV. Multindo Jaya
Mandiri Dalam Menangani Komplain Customer

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

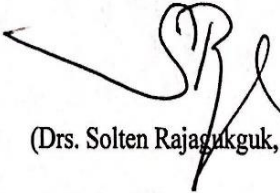
Jakarta, 25 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I


(Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc)

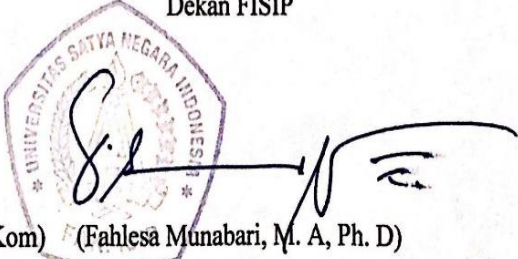

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP


(Risqi Inayah Dwijayanti S.I.Kom, M. I.Kom)


(Fahlesa Munabari, M. A, Ph. D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Shaddam Rizky Ramadhan

NIM : 210900044

Judul : Strategi Marketing Public Relation CV. Multindo Dalam
Menangani Komplain Customer

Program : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Drs. Solten Rajagukguk, MM.)

Anggota Penguji I

(Helen Olivia, S.I.Kom, M. I.Kom)

Anggota Penguji II

(Risqi Inayah Dwijayanti S.I.Kom, M. I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi


(Risqi Inayah Dwijayanti S.I.Kom, M. I.Kom)

Dekan FISIP


(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Shaddam Rizky Ramadhan
NIM : 210900044
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Strategi Marketing Public Relation CV. Multindo Jaya Mandiri Dalam Menangani
Komplain Customer
Jumlah Halaman : CXI + 111 Lembar + 27 Lampiran
Bibliografi : 15 Buku, 15 Jurnal, 2 Sumber internet

ABSTRAK

Komplain dari customer merupakan hal yang umum terjadi dalam dunia bisnis, namun jika tidak ditangani dengan baik, keluhan tersebut dapat berdampak customer beralih ke pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Marketing Public Relation* CV. Multindo Jaya Mandiri dalam menangani komplain customer agar tidak beralih ke pesaing atau kompetitor perusahaan.

Landasan teori yang digunakan *Teori Excellence* dengan model komunikasi dua arah simetris (*Two-Way Symmetrical Communication*). Teori ini menekankan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Paradigma Post Positivisme, Metode penelitian studi kasus, sifat penelitian deskriptif, data di kumpulkan melalui obeservasi, wawancara mendalam, dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Marketing Public Relation* dalam menangani komplain dilakukan melalui komunikasi dua arah dengan penanganan yang cepat, seperti perbaikan produk, dan menyediakan saluran komunikasi untuk menyampaikan keluhan melalui WhatsApp, telepon. Selain itu, strategi *Marketing Public Relation* dengan menerapkan konsep (*Three Ways Strategy*), untuk meningkatkan kepuasan, dan menciptakan loyalitas customer dan Melalui aktivitas *MPR*, seperti pemberian *sponsor* dan ucapan pada hari besar pada customer yang komplain, hal ini untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan guna mencegah *customer* beralih ke pesaing perusahaan.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Marketing Public Relation* yang efektif, melalui pendekatan komunikasi dua arah dan aktivitas *Marketing Public Relation*, menjadi kunci dalam menangani komplain customer serta mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas *customer* terhadap perusahaan.

Kata kunci: *Marketing Public Relation*, Komplain *customer*, *Teori Excellence*

Pembimbing 1 : Drs. Solten Rajagukguk, MM

Pembimbing 2 : Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Shaddam Rizky Ramadhan

NIM : 210900044

STUDY PROGRAM : Communication Studies

SPECIALITIES : Public Relation

STRATEGY OF MARKETING PUBLIC RELATIONS AT CV. MULTINDO JAYA MANDIRI IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS

Number of Pages : CXI + 111 Pages + 27 Attachment

Bibliografi : 15 Book, 15 Journals, 2 Websites

ABSTRACT

Customer complaints are a common occurrence in the business world; however, if not handled properly, they may lead customers to switch to competitors. This study aims to explore the Marketing Public Relations strategy of CV. Multindo Jaya Mandiri in managing customer complaints to prevent them from turning to competitors.

The theoretical foundation used in this study is the Excellence Theory with the Two-Way Symmetrical Communication model. This theory emphasizes mutually beneficial two-way communication.

This research applies a qualitative approach with a post-positivist paradigm, using a case study method and descriptive design. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation.

The results of the study show that the Marketing Public Relations strategy in handling complaints is carried out through two-way communication with quick responses, such as product repairs, and by providing communication channels for submitting complaints through WhatsApp and telephone. In addition, the Marketing Public Relations strategy applies the concept of the Three Ways Strategy to improve customer satisfaction and create loyalty. Through MPR activities, such as providing sponsorships and delivering greetings on special occasions to customers who file complaints, the company aims to build long-term mutually beneficial relationships and prevent customers from switching to competitors.

The conclusion of this study shows that an effective Marketing Public Relations strategy, through a two-way communication approach and Marketing Public Relations activities, is the key to handling customer complaints and enhancing customer satisfaction and loyalty towards the company.

Keyword: Marketing Public Relations, Customer Complaints, Excellence Theory,

Advisor 1: Drs. Solten Rajagukguk, MM

Advisor 2: Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc