

**PERAN *CUSTOMER RELATION OFFICER* (CRO)
DALAM MENANGANI KRISIS
(STUDI KASUS PADA *WAREHOUSE* PT. ZHISHENG PASIFIC
TRADING (MIXUE) DI CIKARANG)**

SKRIPSI

Oleh:

AISYAH SALSABILA

201910415025



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran *Customer Relation Officer* (CRO) dalam Menangani Krisis (Studi kasus pada warehouse PT. Zhisheng Pasific Trading (Mixue) di Cikarang)

Nama Mahasiswa : Aisyah Salsabila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415025

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENYETUJUI,
PEMBIMBING



Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0310068902

BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran *Customer Relation Officer* (CRO) dalam Menangani Krisis (Studi kasus pada *warehouse* PT. Zhisheng Pasific Trading (Mixue) di Cikarang)

Nama Mahasiswa : Aisyah Salsabila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415025

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos, M.M., M.I.Kom
NIDN. 0323127802

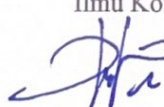
Penguji : Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0310068902

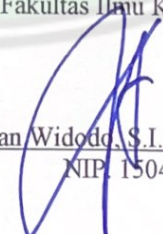
Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527


Dr. Aan Widada, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul *Peran Customer Relation Officer (CRO) dalam Menangani Krisis (Studi Kasus pada warehouse PT. Zhisheng Pasific Trading (Mixue) di Cikarang).*

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

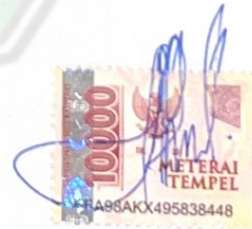
Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Aisyah Salsabila

201910415025

ABSTRAK

Aisyah Salsabila, 201910415025, Peran Customer Relation Officer (CRO) dalam Menangani Krisis (Studi Kasus pada warehouse PT. Zhisheng Pasific Trading (Mixue) di Cikarang).

Peran CRO pada umumnya hampir sama dengan humas, yaitu mempertahankan citra positif sebuah perusahaan, tetapi peran CRO pada PT. Zhisheng Pasific Trading (Mixue) juga merangkap sebagai divisi penanganan krisis. Dalam penelitian ini, peristiwa yang terjadi adalah penanganan krisis yang berupa surat somasi yang dikeluarkan oleh salah satu owner Mixue toko di Tangerang. Penelitian ini berfokus pada peran CRO dalam menangani kasus somasi tersebut melalui strategi manajemen krisis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran CRO dalam menangani krisis yang terjadi pada PT. Zhisheng Pasific Trading (Mixue). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, studi kepustakaan, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti telah berhasil melakukan wawancara kepada divisi CRO dari PT. Zhisheng Pasific Trading. Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah yang digunakan *warehouse* Mixue dalam menangani krisis terdiri dari *Pre Crisis*, *Crisis* dan *Post Crisis*. Dari ketiga langkah ini, *warehouse* Mixue telah menjalankan semuanya, tetapi data temuan di lapangan menunjukkan bahwa masalah somasi tersebut bersumber dari pihak eksternal yaitu pihak ekspedisi. Kendati begitu, *warehouse* Mixue telah melakukan langkah yang tepat dalam tindakan pencegahan, bagaimana menangani krisis yang sedang terjadi dan bagaimana langkah-langkah pasca kejadian yang dialami *warehouse* Mixue agar krisis tidak terjadi dikemudian hari.

Kata Kunci: Manajemen Krisis, *Customer Relation Officer*, *Warehouse*, *Franchise*

ABSTRACT

Aisyah Salsabila, 201910415025, *The Role of the Customer Relations Officer (CRO) in Handling Crisis (Case Study at PT. Zhisheng Pacific Trading (Mixue) warehouse in Cikarang).*

The role of CRO is generally almost the same as public relations, namely maintaining a positive image of a company, but the role of CRO at PT. Zhisheng Pacific Trading (Mixue) also doubles as a crisis management division. In this study, the event that occurred was handling the crisis in the form of a subpoena issued by one of the Mixue store owners in Tangerang. This research focuses on the role of CRO in handling subpoena cases through a crisis management strategy. The purpose of this research is to find out how the role of the CRO in dealing with the crisis that occurred at PT. Zhisheng Pacific Trading (Mixue). In this study, the method used is a qualitative approach using observation techniques, literature studies, interviews, and documentation. Researchers have successfully conducted interviews with the CRO division of PT. Zhisheng Pacific Trading. The results of the study show that the steps used by Warehouse Mixue in dealing with crises consist of Pre Crisis, Crisis and Post Crisis. Of these three steps, the Mixue warehouse has carried out all of them, but the data found in the field shows that the subpoena problem originates from an external party, namely the expeditionary party. Even so, Warehouse Mixue has taken the right steps in terms of prevention, how to deal with the current crisis and what are the post-event steps experienced by Warehouse Mixue so that a crisis does not occur in the future.

Keyword: *Crisis Management, Customer Relation Officer, Warehouse, Franchise*

KATA PENGANTAR

Peneliti ucapkan puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat kesehatan dan juga kepada kedua Orang tua Peneliti yang telah memberikan semangat secara jasmani dan rohani, sehingga penulis memiliki kesempatan untuk dapat melaksanakan penelitian dan dapat menyelesaikan tugas akhir tersebut dengan tepat waktu. Tujuan dari penyusunan laporan ini adalah sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1). Peneliti juga mengucapkan terima kasih sebagai bentuk rasa hormat penulis kepada Bapak, Ibu dan:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dian Sukmawati, M.I. Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada peneliti dari awal hingga akhir perkuliahan.
5. Imaddudin, S.I. Kom, M.I. Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang membimbing peneliti dalam melakukan penyusunan penelitian ini
6. Fina Angelina, Kanis Tyas, Karisya Prameswari, Abellia Zefani, Rakhmat Priyadi, Adia Maulida, dan teman-teman A7 lainnya, selaku teman baik saya yang telah membantu dan memberikan semangat yang tidak henti-hentinya kepada saya dalam menyusun penelitian ini.
7. Syaldi Farhan, S.I. Kom, selaku sahabat dekat yang tiada hentinya memberikan semangat, serta mendengarkan keluh kesah peneliti, dan memberikan dukungan serta bantuan kepada peneliti dalam pelaksanaan penyusunan penelitian ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi kontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan mengenai komunikasi yang dapat bermanfaat bagi

pembacanya. Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan agar dapat menyempurnakan penulisan penelitian ini serta penulisan kedepannya.

Jakarta, 3 Juli 2023



Aisyah Salsabila

NPM: 201910415025



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12

2.2 Kerangka Konsep	24
2.2.1 Komunikasi	24
2.2.2 <i>Crisis Management</i>	25
2.2.3 <i>Customer Relation Officer (CRO)</i>	30
2.2.4 <i>Stakeholder Relation</i>	32
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Teknik Keabsahan Data	44
3.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum PT. Zhisheng Pasific Trading	47
4.2 Hasil Penelitian	52
4.3 Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Mixue	2
Gambar 1.2 Data statistik perusahaan F&B terbanyak tahun 2021	3
Gambar 4.3 Logo Mixue	48



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Struktur Organisasi warehouse Mixue.....	8
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Data Diri	2
LAMPIRAN 2: Pedoman Wawancara.....	3
LAMPIRAN 3: Transkrip Wawancara	4
LAMPIRAN 4: Reduksi Data	15
LAMPIRAN 5: Dokumentasi Wawancara	21
LAMPIRAN 6: Kartu Bimbingan.....	23
LAMPIRAN 7: Form Perbaikan.....	23

