

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TWIN
TULIPWARE DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi
Periode Februari 2021 – Maret 2022)**

Skripsi

Oleh:

Sari Youliati Wahyu Subagyo

201810415100



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TWIN
TULIPWARE DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi
Periode Februari 2021 – Maret 2022)**

Skripsi

Oleh:

Sari Youliati Wahyu Subagyo

201810415100



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)

Nama Mahasiswa : Sari Youliati Wahyu Subagyo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415100

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0319048601



Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom

NIDN 0322048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware
dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi
Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi
Periode Februari 2021 – Maret 2022)

Nama Mahasiswa : Sari Youliati Wahyu Subagyo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415100

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

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

NIDN. 0323127802

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0319048601

Penguji II : 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 Widodo, S.I.Kom.M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)** 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, 05 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Sari Youliati Wahyu Subagyo

201810415100

ABSTRAK

Sari Youliati Wahyu Subagyo, 201810415100. Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh Twin Tulipware di Bekasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya selama satu tahun terakhir. Serta mengetahui analisis situasi dari strategi *marketing public relations* yang telah dilakukan oleh Twin Tulipware di Bekasi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori *Three Ways Strategy* oleh Thomas L. Harris yang terdiri dari *Pull Strategy*, *Push Strategy*, *Pass Strategy*, dan didukung oleh beberapa kegiatan *marketing public relations* yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi *marketing public relations* yang dilakukan Twin Tulipware di Bekasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sudah cukup efektif dengan melakukan *Pull Strategy*, seperti mempersiapkan *identity media* perusahaan dan publikasi melalui pendekatan secara langsung ke masyarakat dan memanfaatkan beberapa platform media *online*. *Push Strategy*, dengan mengadakan beragam *event* seperti bazar, pameran, demo masak, demo produk, *gathering* dan promosi penjualan yang dapat mendorong loyalitas pelanggan. *Pass Strategy*, Twin Tulipware memiliki program kontribusi sosial, bernama Tulip Peduli yang berfokus pada tiga aspek yaitu, pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Hal tersebut dilakukan, sebagai bentuk rasa kepedulian Twin Tulipware kepada masyarakat dan membentuk opini masyarakat yang positif bagi Twin Tulipware.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations*, *Three Ways Strategy*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Sari Youliati Wahyu Subagyo, 201810415100. *Marketing Public Relations Strategy of Twin Tulipware in Maintaining Customer Loyalty (Qualitative Descriptive Study on Twin Tulipware Bekasi Period February 2021 – March 2022).*

This research aims to find out the marketing public relations strategy used by Twin Tulipware in Bekasi in maintaining customer loyalty over the past year. As well as knowing the situation analysis of the marketing public relations strategy that has been carried out by Twin Tulipware in Bekasi. The method used is descriptive qualitative, with interview, observation, and documentation data collection techniques. This study uses the Three Ways Strategy Theory by Thomas L. Harris which consists of Pull Strategy, Push Strategy, Pass Strategy, and is supported by several marketing public relations activities described by Kotler and Keller. The results of this study indicate that the marketing public relations strategy carried out by Twin Tulipware in Bekasi in maintaining customer loyalty is quite effective by carrying out a Pull Strategy, such as preparing corporate media identity and publications through a direct approach to the community and utilizing several online media platforms. Push Strategy, by holding various events such as bazaars, exhibitions, cooking demonstrations, product demonstrations, gatherings and sales promotions that can encourage customer loyalty. Pass Strategy, Twin Tulipware has a social contribution program, called Tulip Peduli which focuses on three aspects namely, education, health and the environment. This was done, as a form of Twin Tulipware's concern for the community and to form positive public opinion for Twin Tulipware.

Keywords: *Marketing Public Relations, Three Ways Strategy, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Rasa Syukur penulis tujukan kepada Allah SWT, yang maha Agung pemilik alam semesta, yang selalu mendampingi hamba-hambanya pada setiap lika-liku kehidupan di alam semesta ini. Dengan segala Hidayah serta Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)”**.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Maka dari itu, dikesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyusun skripsi ini.
5. Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyusun skripsi ini.
6. Ibu Lely Rodiah selaku kepala cabang Twin Tulipware Bekasi yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi yang diperlukan selama penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku yang tercinta, Ibu Sriyati dan Bapak Subagiyono, yang selalu memberikan dukungan, cinta & kasih sayang yang tak terhingga dan selalu menyertaiku disetiap doa-Nya.

8. Kedua adikku, Muhammad Hakim Subagio dan Shofie Salsabila Subagyo, walaupun menyebalkan tetapi kalian selalu mendukung dan mendoakan juga.
9. Tante dan adik sepupuku Lek Mul dan Dika, yang selalu memberikan dukungan serta doa, untuk kelancaran serta kemudahan saya dalam menjalani penyusunan skripsi ini.
10. Retjeh, yaitu Ipon, Indah, Nisa, Adit, Rosi. Sahabat-sahabatku dari SD sampai jannah yaa Insyaallah, yang selalu siap diajak main walau cuman ngumpul cerita-cerita di rumah doang, lumayan buat meringankan beban disaat pikiran dan hati lagi resah gelisah. Sukses buat kalian semua.
11. Teman-teman seperjuangan, Fajria, Netty, Bela. Ternyata dikit juga ya teman seperjuanganku haha, yang telah bersama-sama berjuang, berkeluh kesah bersama, saling menguatkan, memberi support dalam menyusun skripsi ini.
12. Teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah meluangkan waktunya untuk mendengarkan berbagai macam keluhan kesah saya selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap saran serta masukan yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Sehingga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua, khususnya di bidang pendidikan dan pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Sari Youliati Wahyu Subagyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep.....	10
2.2.1 Komunikasi.....	10
2.2.2 <i>Public Relations</i>	11
2.2.2.1 Pengertian Public Relations	11
2.2.2.2 Fungsi Public Relations	11
2.2.2.3 Strategi Public Relations.....	12
2.2.3 <i>Marketing Public Relations</i>	13
2.2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations	13

2.2.3.2	Strategi Marketing Public Relations	13
2.2.3.3	Kegiatan Marketing Public Relations	14
2.2.4	Loyalitas Pelanggan	15
2.2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.2.4.2	Indikator Loyalitas Pelanggan	16
2.2.4.3	Jenis Loyalitas Pelanggan	17
2.2.4.4	Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	18
2.2.5	Analisis SWOT	19
2.2.5.1	Pengertian Analisis SWOT	19
2.2.5.2	Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT	19
2.3	Kerangka Pemikiran	20
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1	Jenis Penelitian	22
3.2	Metode Penelitian	24
3.3	Subyek Penelitian	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4.1	Wawancara	26
3.4.2	Observasi	27
3.4.3	Dokumentasi	27
3.5	Teknik Analisis Data	28
3.6	Triangulasi Data	29
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.7.1	Lokasi Penelitian	29
3.7.2	Waktu Penelitian	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Deskripsi Objek dan Subjek Penelitian	31
4.1.1	Gambaran Umum Twin Tulipware	31
4.1.1.1	Sejarah Twin Tulipware	31
4.1.1.2	Visi dan Misi Twin Tulipware	33
4.1.1.3	Logo Twin Tulipware	33
4.1.1.4	Struktur Organisasi	34
4.1.2	Jenis dan Keunggulan Produk	35

4.1.2.1	Jenis Produk	35
4.1.2.2	Keunggulan Produk	36
4.1.3	Deskripsi Data Key Informan dan Informan	37
4.2	Penyajian Data	40
4.3	Hasil Penelitian.....	41
4.3.1	Pendekatan Strategi Public Relations Twin Tulipware Untuk Menentukan Strategi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	42
4.3.2	Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware	45
4.3.2.1	Pull Strategy	46
4.3.2.2	Push Strategy	49
4.3.2.3	Pass Strategy	51
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.4.1	Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	53
4.4.1.1	Pull Strategy	55
4.4.1.2	Push Strategy	58
4.4.1.3	Pass Strategy	60
4.4.2	Analisis SWOT Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ...	62
4.4.2.1	Strengths (Kekuatan)	62
4.4.2.2	Weakness (Kelemahan)	62
4.4.2.3	Opportunities (Peluang)	63
4.4.2.4	Threats (Ancaman).....	63
BAB V PENUTUP		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran	65
5.2.1	Saran Akademis	65
5.2.2	Saran Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Twin Tulipware Cabang Bekasi	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Data <i>Key Informan</i>	38
Tabel 4.2 Data Informan	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan	33
Gambar 4.2 Kebijakan Pemerintah Say No to Plastic	42
Gambar 4.3 Identity Media Twin Tulipware	56
Gambar 4.4 Publikasi Twin Tulipware	58
Gambar 4.5 Event <i>Twin Tulipware</i>	59
Gambar 4.6 Promosi Penjualan Twin Tulipware	60
Gambar 4.7 Public Service Activities	61



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	34



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Administrasi

LAMPIRAN 3: Reduksi Data & Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4: Dokumentasi

LAMPIRAN 5: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 6: Form Perbaikan Sidang Skripsi

