

**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONS* PT BRANTAS
ABIPRAYA DALAM MENINGKATKAN NILAI KONTRAK SEGMENT
GEDUNG DENGAN SWASTA TAHUN 2018**

Jalan D.I Panjaitan Kav. 14 Cawang, Jakarta Timur

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**



**Disusun Oleh
Diajeng Affiyah Pradeswati
044115334**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR**

2019

LEMBAR PENGESAHAN

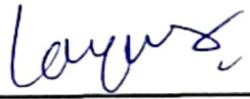
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Diajeng Affiyah Pradeswati
NPM : 0441 15 334
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
PTS : Universitas Pakuan
Judul : Strategi Komunikasi *Customer Relations* PT Brantas Abipraya dalam Meningkatkan Nilai Kontrak Segmen Gedung dengan Swasta Tahun 2018

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing 1 : Layung Paramesti Martha, M. Si
NIP : 1.0616 049 756



Pembimbing 2 : Mariana R.A Siregar, M.I.Kom
NIP : 1.1211 053 566



Pembaca : Tiara Puspanidra, M. Si
NIP : 1.0815 033 671



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 13 Mei 2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Budaya


DR. Agnes Setyowati, M. Hum
NIP. 10536 008 228



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Muslim, M. Si
NIP. 1.0909 048 513

ABSTRAK

Diajeng Affiyah Pradeswati. 044115334. 2019. Strategi Komunikasi *Customer Relations* dalam Meningkatkan Nilai Kontrak PT Brantas Abipraya Segmen Gedung dengan Swasta Tahun 2018. Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya. Program Ilmu Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan : Layung Pramesti Martha, M.Si dan Mariana R.A Siregar, M.I.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi *Customer Relations* segmen swasta dalam rangka meningkatkan perolehan nilai kontrak gedung PT Brantas Abipraya Tahun 2018, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan yang dihadapi *customer relations* dalam meningkatkan nilai kontrak di PT Brantas Abipraya. Teknik analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan adalah deskripsi – kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*). Teori ini digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh PT Brantas Abipraya untuk melakukan strategi komunikasi *Customer Relations* dalam Meningkatkan Nilai Kontrak Segmen Gedung dengan Swasta Tahun 2018. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pegawai yang bekerja di PT Brantas Abipraya serta Klien Swasta yang menggunakan jasa perusahaan. Subjek penelitian adalah pegawai (publik internal) yaitu : *Eksekutif Marketing Public Relations*, Manajer Administrasi Kontrak, Sekretariat Perusahaan dan Kehumasan. *Marketing PR* PT Brantas Abipraya memegang peranan yang sangat penting dalam hal melihat peluang-peluang pasar yang ada. Bidang humas ini memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal perusahaan.

Hasil Analisis SWOT strategi komunikasi *Customer Relations* dalam Meningkatkan Nilai Kontrak Segmen Gedung dengan Swasta menunjukkan 1) *Strength* (kekuatan) PT Brantas Abipraya adalah hasil kualitas proyek, pendekatan komunikasi interpersonal, reputasi baik perusahaan. 2) *Weakness* (kelemahan) PT Brantas Abipraya adalah negosiasi tidak sesuai harapan. 3) *Opportunity* (peluang) PT Brantas Abipraya adalah hubungan kolega pertemanan/mitra kerja, peran media sosial, kepuasan pelanggan, citra baik perusahaan. 4) *Threat* (ancaman) PT Brantas Abipraya adalah kompetitor perusahaan, sengketa konstruksi. Strategi Komunikasi *Customer Relations* PT Brantas Abipraya dalam meningkatkan nilai kontrak segmen gedung dengan segmen pasar swasta : 1) *Lobbying, Negosiasi, Marketing*, 2) Mutu Kualitas Proyek, 3) Waktu Pengerjaan Tepat Waktu, 4) Menjaga Kepuasan Pelanggan, dan 5) Pendekatan Komunikasi Interpersonal. Hambatan *Customer Relations* PT Brantas Abipraya dalam meningkatkan nilai kontrak segmen gedung dengan swasta : 1) Mencari Kontrak yang Berkualitas, 2) Persaingan Tidak Sehat, 3) Isu Buruk Perusahaan, 4) Hasil Nyata Proyek, 5) Tantangan Pengerjaan *Project* dari Klien.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi *Customer Relations*, Segmen Gedung, Swasta, Negosiasi, Kontrak Proyek, Nilai Kontrak.