

**ANALISIS STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT PT  
QUALITAS ANDALAN BERSAMA 'Q-GOLF' DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**PUTRA MARTA LEGAWA**  
044117448



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
AGUSTUS 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Putra Marta Legawa  
NPM : 044117448  
Judul : ANALISIS STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT  
PT QUALITAS ANDALAN BERSAMA 'Q-GOLF' DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan

### DEWAN PENGUJI

|                         |   |  |
|-------------------------|---|--|
| Pembimbing 1<br>NIK/NIP | Dr. Sardi Duryatmo, M.Si.<br>1.0616 049 757     | <br>.....  |
| Pembimbing 2<br>NIK/NIP | Muslim. M.Si<br>1.0909 048 513                  | <br>..... |
| Pembaca<br>NIK/NIP      | Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom<br>1.0616 049 760 | <br>..... |

Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal : 03 Agustus 2021  
Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.  
NIP 19600607199092001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn.  
NIP 0304097004

## ABSTRAK

**Putra Marta Legawa. 044117448. 2021. Analisis Strategi Hubungan Masyarakat PT Kualitas Andalan Bersama 'Q-Golf' Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Sardi Duryatmo**

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk menyampaikan nilai produknya adalah dengan menggunakan public relation atau hubungan masyarakat (humas). PT Kualitas Andalan Bersama (Q-golf) adalah salah satu perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan lapangan golf secara daring melalui aplikasi pada ponsel pintar. Pada periode 2018-2019, jumlah pelanggan Q-golf mengalami penurunan secara signifikan. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tren pelanggan eksisting mengalami penurunan yang mengakibatkan turunnya jumlah pelanggan. Pelanggan eksisting tidak menunjukkan loyalitas kepada Q-golf. Q-golf telah melakukan strategi humas untuk dapat mempublikasikan produk mereka dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun hasil dari strategi humas yang dijalankan oleh Q-golf menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Oleh karena itu strategi humas yang dilakukan oleh Q-golf menjadi menarik untuk dianalisis. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi humas PT Kualitas Andalan Bersama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara kepada lima orang informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran utama dari humas Q-golf adalah hubungan pers, publisitas produk, dan urusan publik. Peran humas Q-golf sebagai melobi dan pengembangan tidak menjadi peran yang utama namun tetap dilakukan oleh humas Q-golf. Ada tujuh alat humas yang digunakan oleh bagian humas Q-golf yaitu berita, acara khusus, materi tertulis, materi audio visual, materi identitas korporat, kegiatan pelayanan publik, dan situs dan media sosial. Strategi yang telah dilaksanakan oleh humas Q-golf adalah *strategy of publicity*, *strategy of persuasion*, dan *strategy of image*. Humas Q-golf tidak melaksanakan *strategy of augmentation*.

**Kata kunci: alat humas Q-golf, peran humas Q-golf, strategi humas Q-golf**

## ABSTRACT

**Putra Marta Legawa. 044117448. 2021. Analysis of the Public Relations Strategy of PT Kualitas Andalan Bersama 'Q-Golf' in Improving Customer Loyalty. Faculty of Social Science and Humanities, Department of Communication Science, Pakuan University Bogor. Supervised by: Sardi Duryatmo**

One way that companies can do to convey the value of their products is by using public relations or public relations. PT Kualitas Andalan Bersama (Q-golf) is a company that provides online golf course booking services through applications on smartphones. The number of Q-golf customers has decreased on 2018-2019. From these data, it can be concluded that the trend of existing customers has decreased which resulted in a decrease in the number of customers. Existing customers do not show loyalty to Q-golf. Q-golf has implemented a public relations strategy to be able to publicize their products with the aim of increasing customer loyalty. However, the results of the PR strategy carried out by Q-golf showed unsatisfactory results. Therefore, the public relations strategy carried out by Q-golf becomes interesting to analyze. The purpose of this study was to determine the PR strategy of PT Kualitas Andalan Bersama in increasing customer loyalty. This study uses a descriptive qualitative approach. The research was conducted by conducting interviews with five informants. The results of this study are the main roles of Q-golf's public relations are press relations, product publicity, and public affairs. Q-golf's public relations role as lobbying and development does not become the main role but is still carried out by Q-golf's public relations. There are seven public relations tools used by the public relations department of Q-golf, namely news, special events, written materials, audio-visual materials, corporate identity materials, public service activities, and websites and social media. The strategies that have been implemented by Q-golf's PR are strategy of publicity, strategy of persuasion, and strategy of image. Public Relations Q-golf does not implement a strategy of augmentation.

**Keywords: public relations tools of Q-golf, the role of public relations of Q-golf, public relations strategy of Q-golf**