

**ANALISIS STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN  
PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM)  
TIRTA KAHURIPAN KABUPATEN BOGOR**

**SKRIPSI**

**BLESSCHA AURIA SHANTINI**

**044116208**



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

**ANALISIS STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN  
PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM)  
TIRTA KAHURIPAN KABUPATEN BOGOR**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk dipertahankan dalam  
Ujian Sidang Sarjana Ilmu Komunikasi  
Jurusan Ilmu Komunikasi**

**BLESSCHA AURIA SHANTINI**

**044116208**



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

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri.  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Blesscha Auria Shantini**

**NPM : 044116208**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal :**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Blesscha Auria Shantini

NPM : 044116208

Judul : Analisis Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian 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: Imani Satriani, M.Si

NIP/NIK: 10616049763

Pembimbing 2: Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom

NIP/NIK: 1.0614025629

Pembaca : Dini Valdiani, M.Si

NIP/NIK: 1.1110033517

Ditetapkan di : Bogor

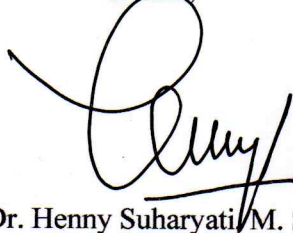
Tanggal:



Oleh:

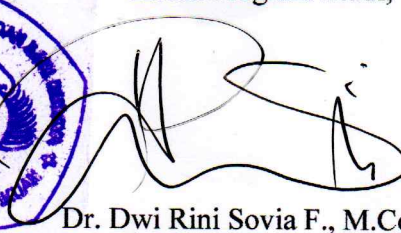
Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Henny Suharyati / M. Si  
NIP/NIK: 1900671990092001





Dr. Dwi Rini Sovia F., M.Comn.  
NIP/NIK: 10113001607

## ABSTRAK

**BLESSCHA AURIA SHANTINI 044116208. 2021. Analisis Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Menjalin Hubungan Dengan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor.** Program Studi Ilmu Komunikasi, , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di Bawah Bimbingan: Imani Satriani dan Feri Ferdinan.

*Customer Relationship Management* (CRM) adalah usaha sebuah perusahaan untuk menjaga konsumen dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi konsumen baik lewat telepon, *email*, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan *staff sales dan marketing*. Serta strategi CRM dalam bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Customer Relationship Management* (CRM) PDAM Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor dalam menjalin hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi humas PDAM Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor dalam proses terlaksananya strategi CRM. Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kualitatif. Jenis dan sumber data menggunakan data primer, data sekunder. Teknik dan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan kondensi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan, PDAM Tirta Kahuripan menerapkan 3 tataran strategi *Customer Relationship Management* (CRM). CRM strategis yang terfokus pada pelayanan pelanggan. PDAM Tirta Kahuripan melakukan pembagian tugas atau *job description* yang terbagi sesuai peran dan tugasnya serta budaya organisasi *service excellent* yaitu senyum, salam, sapa. Pada CRM Operasional dengan melakukan pemasaran dan promosi melalui media sosial dan adanya otomatisasi layanan yaitu melayani pelanggan secara langsung maupun melalui media sosial atau *contact center* untuk menangani keluhan pelanggan. Serta pada CRM Analitis dengan membuat *database* khusus pelanggan yang bertujuan untuk menyimpan data laporan keluhan pelanggan.

***Kata kunci: Analitis, Customer Relationship Management (CRM), Hubungan Pelanggan, Operasional, Pelanggan, Strategis***