

**ANALISIS STRATEGI HUMAS KLUB GOLF BOGOR RAYA
DALAM MEMPERTAHANKAN KESETIAAN ANGGOTA
(MEMBERSHIP)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh :
SHEIVIA PRASWIRA
044114065**

968

	
PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR	
Tgl Terima :	
No. Induk Buku :	040 968 / XI / FISIB / 2019
No Class :	968 SHE a 2019
Sumber Buku :	



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Sheivia Praswira
NPM : 044114065
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Program Pendidikan : Strata-1
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
PTS : Universitas Pakuan
Judul : ANALISIS STRATEGI HUMAS KLUB GOLF
BOGOR RAYA DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS KEANGGOTAAN(MEMBERSHIP)

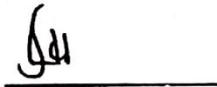
Skripsi penelitian ini telah diuji dan berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komperhensif.

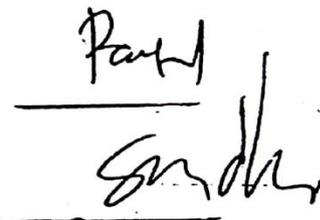
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Dosen Pembimbing I : Muslim S.Sos, M. Si.
NIK 11215 047 681



Dosen Pembimbing II : Ratih Siti Aminah M. Si
NIK 10314004625



Pembaca : Sardi Duryatmo, M.Si.
NIK 10715022649



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal :

Dekan Fakultas



Ketua Program Studi


Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIK. : 1 0295 006 229


Muslim, M.Si
NIK: 1 0909 018 513

RINGKASAN

SHEIVIA PRASWIRA 044141065, "Analisis Strategi Humas Klub Golf Bogor Raya Dalam Mempertahankan Loyalitas Keanggotaan *Membership*". Program Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan Muslim, S.sos., M.Si dan Ratih Siti Aminah M. Si

Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas Klub Golf Bogor Raya dalam mempertahankan loyalitas *membership* beserta hambatanya. Karena saat ini olahraga golf tidak hanya menjadi sebuah olahraga tapi bagi sebagian kalangan golf bisa menjadi sarana berkumpul dengan teman, sarana berkumpul dengan keluarga, ataupun menjadi sarana bertemu atau membuat kesepakatan dengan klien. Di Indonesia sendiri, lapangan golf yang ada semakin menjamur. Para pengelola lapangan golf itu sendiri berlomba-lomba untuk menarik para calon konsumen untuk menjadi *member* atau anggota pada lapangan golf tersebut dan menarik para calon konsumen untuk bermain di lapangan yang mereka kelola. Untuk dapat menarik minat konsumen, pengelola lapangan golf dapat menggunakan jasa *Public Relations* untuk membantu menginformasikan program yang dimiliki oleh pengelola lapangan golf kepada publik. Peranan *public relation* sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, karena pada dasarnya konsumen membeli kenyamanan, suasana, tempat, dan lainnya yang dapat membuat pelanggan merasa puas sehingga pada akhirnya dapat tercipta loyalitas pelanggan yang akan diberikan kepada perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan tidak terbentuk begitu saja dalam waktu yang singkat, tetapi melalui proses dan berdasarkan pengalaman pada masa lalu dari pelanggan dalam memakai layanan yang konsisten sepanjang waktu.

Penelitian ini menggunakan teori dari Nova (2011:54) mengenai strategi humas atau bauran humas (*Publications, event, news, community involvement, inform or image*). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Humas Klub Golf Bogor Raya menggunakan strategi humas seperti melakukan publikasi, mengadakan *event*, menciptakan berita, melakukan kegiatan kepedulian dengan publik, dan memberitahukan atau meraih cita. Dan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Klub Bogor Raya memberikan perhatian *before and after sales*, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan, melakukan *follow up* pasca penjualan, menawarkan program menarik dan memberikan keuntungan bagi pelanggan setianya.

KATA KUNCI :Strategi Humas, Cara Mempertahankan Pelanggan, Klub Golf Bogor Raya.