

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH KEGIATAN PUBLIC RELATIONS SUARA MERDEKA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA SEMARANG**



Vrisiko Vernandi
18.M1.0032

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2022

LAPORAN SKRIPSI

PENGARUH KEGIATAN PUBLIC RELATIONS SUARA MERDEKA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA SEMARANG

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata S-1 dalam Ilmu Komunikasi



Vrisko Vernandi
18.M1.0032

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vrisko Vernandi

NIM : 18.M1.0032

Progd/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul PENGARUH KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* SUARA MERDEKA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA SEMARANG tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 28 Oktober
2022

Yang memberi pernyataan,



Vrisko Vernandi
18.M1.0032

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

PENGARUH KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* SUARA MERDEKA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI KOTA SEMARANG

Disusun oleh :

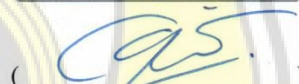
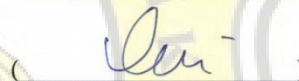
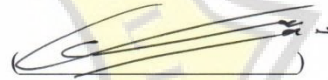
Nama : Vrisko Vernandi

NIM : 18.M1.0032

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 25 Oktober 2022

Dosen Penguji :

- 1 Drs.St.Hardiyarso M.Hum.
- 2 Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.
- 3 Emanuela Agra Sarika Kurnia Dewi S.I.Kom.,M.A



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :
Jumat, 28 Oktober 2022



(Drs. Marcella Elyna Simandjuntak S.H., CN., M.Hum.)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

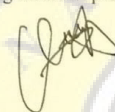
Nama : Vrisko Vernandi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul PENGARUH KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* SUARA MERDEKA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA SEMARANG beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 28 Oktober 2022

Yang memberi pernyataan,



Vrisko Vernandi
18.M1.0032

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang sedalam-dalamnya atas selesainya skripsi tugas akhir dengan judul “PENGARUH KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* SUARA MERDEKA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA SEMARANG”. Penyusunan skripsi tugas akhir ini dibuat guna mencapai gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi. Skripsi ini berhasil dibuat atas dukungan moril, material bahkan kekuatan rahmat oleh beberapa pihak yang pantas penulis ucapkan terimakasih dan rasa hormat yang tinggi kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa memberikan berkat dan rahmat selama penulis melakukan studi dan selama proses pelaksanaan penelitian ini.
2. Dosen pembimbing pertama yaitu Bapak Drs.St. Hardiyarso,M.Hum. dan dosen pembimbing kedua yaitu Ibu Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom. yang senantiasa membimbing dan menyertai selama proses pembuatan tugas akhir ini.
3. Dosen penguji yaitu Ibu Emanuela Agra S.K.D.,S.I.Kom.,M.A yang bersedia menguji tugas akhir ini dan memberikan pengarahan selama penulis mempresentasikan hasil tugas akhir ini.
4. Bapak Fendi dan Ibu Shierin selaku orang tua penulis yang senantiasa menyertai dan mendukung secara moril serta finansial selama penulis mengemban studi di program Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Soegijapranata.

5. Saudari Valarie Vernandi, selaku adik penulis yang juga selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik.
 6. Sahabat di kos yang selalu mendukung dan menyertai, Thomas, Kevin, Mas Arya.
 7. Teman-teman di Palembang yang selalu mendukung.
 8. Teman-teman “Sembarang” yang selalu mendukung, mereka adalah Vania, Sasha, Yovita, Erin, Gocik, Yesaya, Gustavo atas kekompakan yang mendukung dan memberi semangat.
 9. Teman-teman badminton saya yang selalu mengajak main untuk menghilangkan stres di kala mengerjakan skripsi yaitu Pak Thian, Edbert, dll.
 10. Agatha Everyne Kosim, S.I.Kom, selaku teman yang senantiasa telah membantu penulis selama pembuatan penelitian ini dalam hal penulisan.
- Akhir kata, penulis berharap semoga berkat melimpah selalu menyertai seluruh pihak yang telah membantu selama ini. Semoga skripsi ini akhirnya berguna dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 1 Oktober 2022

Yang memberi pernyataan,



Vrisko Vernandi

ABSTRACT

In this modern era, many companies are competing with each other to be the best. To be the best the company will maintain customer satisfaction. The customer itself is important because it is one of the determinants of the success of a company, customer satisfaction can be achieved through service, product quality, price and the right strategy. To achieve customer satisfaction, companies need public relations.

Corporate public relations plays an important role in a forum if customers have complaints or suggestions, besides maintaining and maintaining good relationships with company customers. Due to the role of public relations, there is customer loyalty to the company.

Suara Merdeka's public relations performance has been improved from time to time because there are various problems faced by Suara Merdeka Company, including technological developments, print media which has begun to be replaced by online media which forces Suara Merdeka to follow these developments.

This study uses quantitative research methods, data collection techniques are carried out by questionnaires via google form addressed to Suara Merdeka customers in Semarang City. The purpose of this study was to determine the effect of Suara Merdeka's public relations activities on customer satisfaction in the city of Semarang.

The results showed that the effect of public relations activities on customer satisfaction was valid and reliable with a level of $0.917 > 0.6$ and the data was tested normally with a level of $0.112 > 0.05$ it was found a strong correlation at a level of 0.769 . The results showed a strong relationship between the activities carried out by Suara Merdeka public relations on customer satisfaction in the city of Semarang.

Keywords: Suara Merdeka, public relations activity, customer satisfaction, technology

ABSTRAK

Pada era modern ini banyak perusahaan yang bersaing satu sama lain untuk menjadi yang terbaik. Untuk menjadi yang terbaik perusahaan akan menjaga kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan hal yang penting dikarenakan menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui pelayanan, kualitas produk yang dihasilkan, harga dan strategi yang tepat. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan membutuhkan *public relations*.

Public relations perusahaan berperan penting dalam sebuah perusahaan karena menjadi salah satu wadah jika pelanggan memiliki keluhan maupun saran, selain itu juga menjaga dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan perusahaan. Dikarenakan peran *public relations* maka terjadi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Kinerja *public relations* Suara Merdeka cukup ditingkatkan dari waktu ke waktu karena ada berbagai masalah yang dihadapi perusahaan Suara Merdeka diantaranya perkembangan teknologi, media cetak yang mulai tergantikan media *online* yang memaksa Suara Merdeka harus mengikuti perkembangan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan data dilakukan dengan kuesioner melalui *google form* yang ditujukan kepada pelanggan Suara Merdeka di Kota Semarang. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kegiatan *public relations* Suara Merdeka terhadap kepuasan pelanggan di Kota Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kegiatan *public relations* terhadap kepuasan pelanggan bersifat valid dan reliabel dengan taraf $0,917 > 0,6$ dan datanya di uji normal dengan taraf $0,112 > 0,05$ dengan korelasi bersifat kuat di taraf $0,769$. Hasil penelitian pun menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kegiatan yang dilakukan *public relations* Suara Merdeka terhadap kepuasan pelanggan di Kota Semarang.

Kata Kunci: Suara Merdeka, kegiatan *public relations*, kepuasan pelanggan, teknologi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1-7
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8-15
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Public Relations</i>	10
2.2.2 Kepuasan Pelanggan	12
2.3 Kerangka Berpikir	15
BAB III METODE PENELITIAN	16-26
3.1 Metode Riset.....	16
3.2 Populasi dan Sampel	16
3.3 Operasionalisasi Konsep dan Definisi Operasional.....	17
3.4 Hipotesis Penelitian	20

3.5 Teknik Pengumpulan Data	21
3.6 Skala Pengumpulan Data	22
3.7 Instrumen Penelitian	22
3.7.1 Uji Validitas	23
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.7.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26-51
4.1 Tentang Suara Merdeka	27
4.2 Identitas Responden Kuesioner	28
4.3 Variabel (X) Mengenai Pengaruh Kegiatan <i>Public Relations</i>	28
4.3.1 Variabel (X) <i>Public Relations</i> dengan Indikator Mencari Pendapat dan Harapan.....	28
4.3.2 Variabel (X) <i>Public Relations</i> dengan Indikator Komunikasi Dua Arah	30
4.3.3 Variabel (X) <i>Public Relations</i> dengan Indikator Menimbulkan Rasa Saling Menghormati dan Tanggung Jawab	31
4.3.4 Variabel (X) <i>Public Relations</i> dengan Indikator Menumbuhkembangkan Citra Perusahaan Agar Lebih Positif	32
4.3.5 Variabel (X) <i>Public Relations</i> dengan Indikator Menciptakan Keuntungan Dua Arah	33
4.3.6 Variabel (X) <i>Public Relations</i> dengan Indikator Membentuk Citra Perusahaan	35
4.4 Variabel (Y) Mengenai Pengaruh Kepuasan Pelanggan.....	36
4.4.1 Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dengan Indikator Kualitas Produk dan Jasa	36
4.4.2 Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dengan Indikator Kualitas Pelayanan	37
4.4.3 Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dengan Indikator Emosional	38

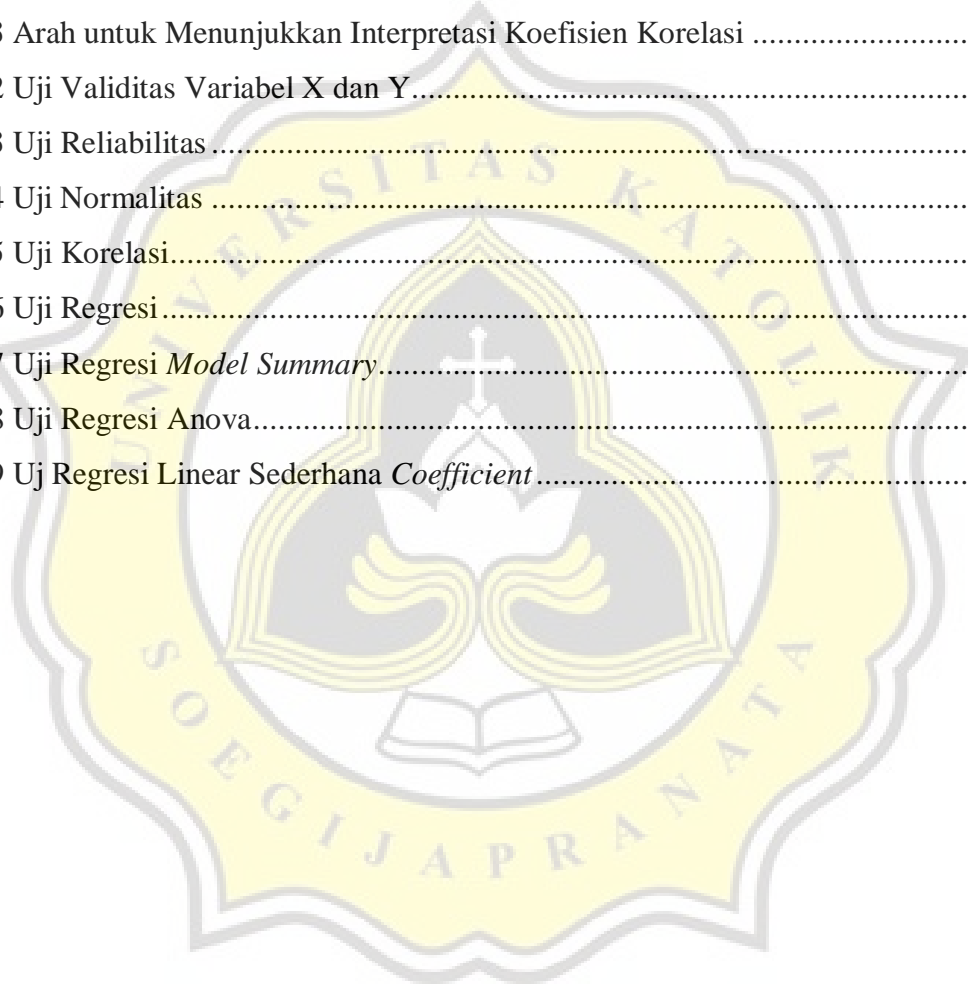
4.4.4 Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dengan Indikator Harga	39
4.4.5 Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dengan Indikator Biaya	40
4.4.6 Pembahasan Tentang Pengaruh Kegiatan yang Diadakan <i>Public Relations</i> Suara Merdeka Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Semarang	41
4.5 Hasil Validitas dan Uji Reliabilitas	43
4.6 Uji Normalitas	45
4.7 Uji Korelasi	46
4.8 Uji Regresi.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52-53
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	56-71

DAFTAR GAMBAR

1.1 Pengguna Suara Merdeka di Kota Semarang Tahun 2019-2021	4
4.3 Diagram Batang Indikator Mencari Pendapat dan Harapan	29
4.4 Diagram Batang Indikator Komunikasi Dua Arah	30
4.5 Diagram Batang Indikator Menimbulkan Rasa Saling Menghormati dan Tanggung Jawab	31
4.6 Diagram Batang Indikator Menumbuhkembangkan Citra Perusahaan Agar Lebih Positif	32
4.7 Diagram Batang Indikator Menciptakan Keuntungan Dua Arah	34
4.8 Diagram Batang Indikator Membentuk Citra Perusahaan	35
4.9 Diagram Batang Indikator Kualitas Produk dan Jasa	36
4.10 Diagram Batang Indikator Kualitas Pelayanan	37
4.11 Diagram Batang Indikator Emosional	38
4.12 Diagram Batang Indikator Harga	39
4.13 Diagram Batang Indikator Biaya	40

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	8-9
3.1 Operasionalisasi Konsep dan Definisi Operasional	17-20
3.2 Jawaban dan Skor Pengukuran Skala Likert	22
3.3 Arah untuk Menunjukkan Interpretasi Koefisien Korelasi	25
4.2 Uji Validitas Variabel X dan Y	43
4.3 Uji Reliabilitas	44
4.4 Uji Normalitas	45
4.5 Uji Korelasi	46
4.6 Uji Regresi	47
4.7 Uji Regresi <i>Model Summary</i>	48
4.8 Uji Regresi Anova	49
4.9 Uji Regresi Linear Sederhana <i>Coefficient</i>	50



DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran Pertanyaan Kuesioner	56
B.Lampiran Data Responden Kuesioner	59
C.Lampiran Data Uji Validitas dan Reliabilitas	65
D.Lampiran Data Uji Normalitas	67
E.Lampiran Uji Korelasi	68
F.Lampiran Uji Regresi.....	69
G.Lampiran Foto Penyebaran Kuesioner.....	70

