



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT HUMAS PT SUZUKI INDOMOBIL  
SALES DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN**

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Farid Athabillya

NIM : 2010411226



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA  
2024

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Farid Athabillya  
NIM : 2010411226  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 7 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Farid Athabillya)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farid Athabillya  
NIM : 2010411226  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT HUMAS PT SUZUKI  
INDOMOBIL SALES DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 10 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Farid Athabillya)

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Farid Athabillya  
NIM : 2010411226  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Strategi Komunikasi Korporat Humas PT Suzuki Indomobil  
Sales Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



( Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si.)

Penguji 1



( Yani Hendrayani, Ph.D.)

Penguji 2



( Uljanatunnisa, MA. )

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



( Dr. Azwar, SS., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 12 Juli 2024

# **STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT HUMAS PT SUZUKI INDOMOBIL SALES DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN**

**FARID ATHABILLYA**

## **ABSTRAK**

Penanganan isu dan pemberitaan negatif menjadi aspek penting dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan. Ketika isu negatif muncul, perusahaan sering menghadapi beragam dampak buruk, seperti keluhan pelanggan yang diekspos berlebihan, penurunan kepercayaan pemangku kepentingan, dan hilangnya peluang bisnis. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi korporat yang diterapkan oleh PT Suzuki Indomobil Sales (PT SIS) dalam mengatasi keluhan pelanggan dan pemberitaan negatif. Melalui pendekatan komunikasi yang efektif dan membangun hubungan baik dengan media, PT SIS berupaya mengontrol narasi publik dan meredam dampak negatif. Strategi ini melibatkan komunikasi cepat, jelas, dan responsif terhadap isu yang muncul, serta penanganan media yang tepat untuk memastikan informasi yang akurat dan positif tersebar luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam mengurangi kebocoran keluhan pelanggan yang dapat menjadi berita negatif. Saran praktis bagi PT SIS termasuk memperkuat hubungan dengan media, menggunakan saluran komunikasi yang ada untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan secara berkala mengevaluasi permasalahan pelanggan. Selain itu, penulis menyarankan penelitian lebih lanjut pada departemen lain yang beririsan dengan PR untuk mendapatkan gambaran lebih luas tentang penanganan keluhan pelanggan di PT SIS.

**Kata Kunci:** Komunikasi Organisasi, Keluhan Pelanggan, Suzuki

***CORPORATE COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS  
OF PT SUZUKI INDOMOBIL SALES IN OVERCOMING CUSTOMER  
COMPLAINTS***

**FARID ATHABILLYA**

***ABSTRACT***

*Handling issues and negative news is an important aspect in maintaining the company's image and reputation. When negative issues arise, companies often face various adverse impacts, such as overexposed customer complaints, decreased stakeholder trust, and lost business opportunities. This research focuses on the corporate communication strategy implemented by PT Suzuki Indomobil Sales (PT SIS) in overcoming customer complaints and negative news. Through an effective communication approach and building good relations with the media, PT SIS seeks to control the public narrative and reduce negative impacts. This strategy involves fast, clear, and responsive communication to emerging issues, as well as appropriate media handling to ensure accurate and positive information is widely disseminated. The results of the study show that this strategy is effective in reducing the leakage of customer complaints that can become negative news. Practical advice for PT SIS includes strengthening relationships with the media, using existing communication channels to strengthen relationships with the community, and periodically evaluating customer issues. In addition, the author suggests further research on other departments that intersect with PR to get a broader picture of the handling of customer complaints at PT SIS.*

***Keywords:*** *Organizational Communication, Customer Complaints, Suzuki*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan karuniaNya sehingga tugas akhir skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Korporat Humas PT Suzuki Indomobil Sales Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan” dapat selesai dengan baik dan tepat waktu. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak Terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.
2. Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan “Veteran “Jakarta.
3. Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Orang Tua tercinta yang telah memberi dukungan baik moral maupun materil.
5. Kekasih penulis Talitha Aurelia Shakira yang telah menemani dan memberikan dukungan secara moral ataupun materil.
6. Teman-teman terdekat penulis yang telah memberikan dukungan serta bantuan.
7. Saudari Talitha Kaylila yang telah memberi dukungan secara moral.
8. Saudara-saudara penulis yang telah membuat saya semangat dalam menghadapi skripsi.
9. Humas PT. Suzuki Indomobil Sales yang telah mengizinkan pelaksanaan penelitian ini serta turut andil dalam penelitian.

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>  | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b> | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | <b>xiii</b> |
| <br>   |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 8           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 8           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....   | 8           |
| 1.4.1 Manfaat Akademik.....  | 9           |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....  | 9           |
| 1.5 Sistematika Penelitian .....   | 9           |
| <br>   |             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>  | <b>11</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....   | 11          |
| 2.2 Konsep Penelitian.....   | 19          |
| 2.2.1 Strategi Komunikasi.....   | 19          |
| 2.2.2 <i>Public Relation</i> .....   | 21          |
| 2.2.3 Komunikasi Korporat.....   | 23          |
| 2.3 Teori Penelitian .....   | 24          |
| 2.3.1 Teori Komunikasi Organisasi .....  | 24          |



|  |           |
|--|-----------|
| 2.4 Kerangka Berpikir .....  | 25        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   | <b>26</b> |
| 3.1 Objek Penelitian .....   | 26        |
| 3.2 Jenis Penelitian.....  | 27        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....   | 28        |
| 3.3.1 Data Primer .....  | 28        |
| 3.3.2 Data Sekunder .....  | 29        |
| 3.4 Penentuan Informan .....   | 29        |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....  | 30        |
| 3.6 Tabel Rencana Waktu .....  | 30        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>32</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 32        |
| 4.1.1 Sejarah Suzuki di Indonesia .....  | 33        |
| 4.1.2 Visi dan Misi .....  | 35        |
| 4.1.3 Lokasi Penelitian.....   | 39        |
| 4.1.4 Struktur Organisasi .....  | 42        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....   | 43        |
| 4.2.1 Tantangan Terbesar Yang di Hadapi Perusahaan Dalam Mengatasi<br>Keluhan Pelanggan.....   | 45        |
| 4.2.2 Latar Belakang PT Suzuki Indomobil Sales Dalam Memberikan<br>Kepuasan Kepada Pelanggan .....   | 48        |
| 4.2.3 Tujuan PR PT Suzuki Indomobil Sales Dalam Membantu Kegiatan di<br>Perusahaan.....  | 50        |
| 4.2.4 Fungsi dan Peran PR Dalam Melaksanakan Program Perusahaan .....  | 52        |
| 4.2.5 Metode Penyampaian Pesan Yang Digunakan Kepada Publik.....   | 53        |
| 4.2.6 Apa Yang Dilakukan Untuk Membangun Hubungan Dengan Pelanggan<br>.....  | 55        |
| 4.2.7 Bagaimana Tanggapan PR PT Suzuki Indomobil Sales Dalam<br>Menangani Keluhan Pelanggan.....   | 56        |
| 4.2.8 Tanggapan Tim PR Dalam Menangani Berita Negatif .....  | 58        |
| 4.2.9 Kerjasama Yang Dilakukan PR PT SIS Dalam Menjalin Hubungan<br>Dengan Organisasi atau Lembaga Lain Seperti Media Publikasi, atau<br>Televisi..... | 59        |
| 4.2.10 Alur atau Proses Penyusunan Informasi dan Publikasi di Humas<br>PT SIS .....  | 61        |
| 4.2.11 Upaya Yang Dapat Dilakukan Oleh Humas PT Suzuki Indomobil<br>Sales Dalam Mengatasi Kebocoran Keluhan Pelanggan .....                            | 62        |
| 4.2.12 Kebocoran Keluhan Pelanggan di Media Berpengaruh Terhadap<br>Tingkat Penjualan.....   | 64        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.2.13 Pentingnya Memiliki Tim Yang Terlatih Dalam Mengelola Reputasi dan Merespons Situasi Krisis Dengan Cepat dan Efektif Dalam Konteks Penanganan Isu dan Pemberitaan Negatif Bagi Perusahaan ..... | 66        |
| 4.2.14 Suatu Perusahaan Dapat Membangun Strategi Manajemen Reputasi Yang Matang Untuk Mengidentifikasi dan Mengatasi Isu-Isu Negatif Serta Meredakan Dampaknya Pada Perusahaan .....                   | 68        |
| 4.2.15 Letak Pencapaian Keberhasilan Dari Penerapan Strategi .....   | 69        |
| 4.2.16 Yang Menentukan Strategi Untuk Diterapkan Dilapangan .....  | 71        |
| 4.2.17 Letak Hambatan Yang Dialami Dalam Strategi Komunikasi Atau Program Yang Sedang Dijalankan .....   | 72        |
| 4.2.18 Dampak Keluhan Pelanggan Terhadap Hubungan Antar Perusahaan Dalam Industri Yang Sama dan Bagaimana Perusahaan Dapat Menjaga Lingkungan Bisnis Yang Sehat Ditengah Ancaman Tersebut.....         | 74        |
| 4.2.19 Bentuk-Bentuk Komunikasi Apa Saja Yang Digunakan .....  | 75        |
| 4.3 Pembahasan.....  | 76        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>81</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 81        |
| 5.2 Saran.....   | 82        |
| 5.2.1 Saran Praktis .....  | 82        |
| 5.2.2 Saran Teoritis .....   | 82        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>83</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>   | <b>72</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>73</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Keluhan Pelanggan 1: Suzuki Jimny Gen 4 Nyetrum.....         | 2  |
| Gambar 2. Keluhan Pelanggan 2: Bodi All New Suzuki Berkarat .....      | 3  |
| Gambar 3. Diagram 10 Merek Mobil dengan Wholesale Tertinggi 2022 ..... | 5  |
| Gambar 4. Diagram 10 Merek Mobil dengan Wholesale Tertinggi 2023 ..... | 5  |
| Gambar 5. Lokasi Perusahaan PT Suzuki Indomobil .....                  | 39 |
| Gambar 6. Struktur Organisasi Perusahaan .....                         | 42 |

## DAFTAR TABEL

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 1. Penelitian Terdahulu ..... | 11 |
| Tabel 2. Rencana Waktu .....        | 30 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi ..... | 73 |
| Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....    | 73 |
| Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....      | 74 |
| Lampiran 4. Lembar Perbaikan Sidang Proposal.....       | 75 |
| Lampiran 5. Surat Permohonan Riset .....                | 76 |
| Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara .....                 | 77 |
| Lampiran 7. Hasil Cek Turnitin .....                    | 78 |
| Lampiran 8. Sertifikat .....                            | 79 |
| Lampiran 9. Transkrip Wawancara .....                   | 80 |