

**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
ETERNO *COFFE & EATERY* DALAM UPAYA MEMBANGUN
KEPERCAYAAN PUBLIK**



Disusun Oleh :

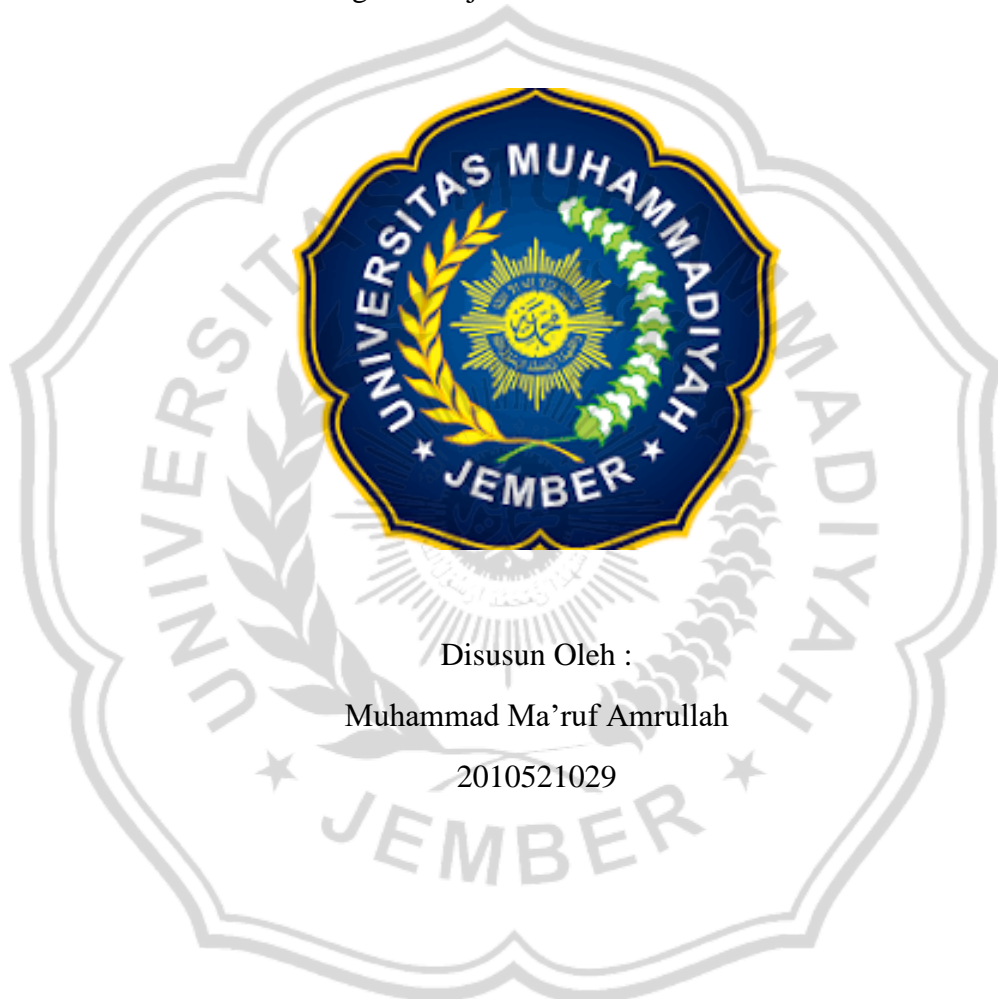
Muhammad Ma'ruf Amrullah

2010521029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
AGUSTUS 2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
ETERNO *COFFE & EATERY* DALAM UPAYA MEMBANGUN
KEPERCAYAAN PUBLIK**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Pogram Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Muhammad Ma'rif Amrullah

2010521029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
AGUSTUS 2024**

MOTTO

“Mimpi harus di kejar, jika kamu masih tidak mengejar mimpi, kamu akan terbangun dalam bentuk penyesalan
"pandji pragiwaksono"

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا، إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94 : 5-6)

مَنْ قَرَأَ بِالْأَيِّتَيْنِ مِنْ آخِرِ سُورَةِ الْبَقَرَةِ فِي لَيْلَةِ كَفَّاتِهِ

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(Q.S Al-Baqarah; 286)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ma'rif Amrullah

NIM : 2010521029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Ma'rif Amrullah

NIM.2010521029

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ETERNO COFFE & EATERY DALAM UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK.**

Oleh:

Muhammad Ma'ruf Amrullah

NIM. 2010521029

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji

Jember, 12 Agustus 2024

Pembimbing,


Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0704067901

HALAMAN PENGESAHAN

Muhammad Ma'ruf Amrullah, NIM : 2010521029 ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 12 Agustus 2024

Tempat: Ruang Ujian / Lantai 3 Gedung B Ruang 3.3 Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji :

Ketua,



Dr. Sudahri, S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN.0704067901

Sekretaris,



Kukuh Pribadi, S.Ikom,M,A

NIDN.0721059104

Anggota,

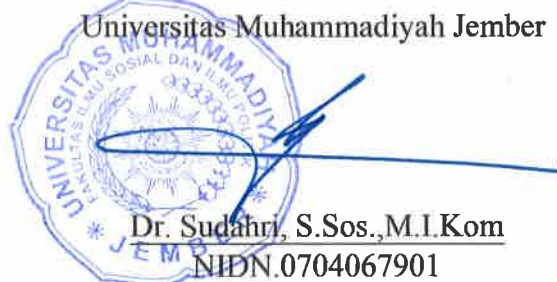


Aditiya Dimas Pratama S.I.Kom.,M.I.Kom

NIDN. 0709028806

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember



Dr. Sudahri, S.Sos.,M.I.Kom

NIDN.0704067901

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

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ma'ruf Amrullah
NIM : 2010521029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“STRATEGI KOMUNIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ETERNO COFFE & EATERY DALAM UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK.”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jember
Pada Tanggal : 12 Agustus 2024
Yang Menyatakan,



Muhammad Ma'ruf Amrullah

NIM.2010521029

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ETERNO COFFE & EATERY DALAM UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jember.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jember. Pada penyelesaian tugas akhir ini, banyak pihak yang turut serta memberikan dukungan, saran, dan bimbingan. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang sangat besar kepada:

1. Allah S.W.T Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, dengan segala nikmat dan karunia-Nya, telah memberikan kelancaran dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jember dan Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan banyak ilmu, sangat mengerti kemampuan dari mahasiswa, dan selalu memberikan semangat untuk terus belajar.
3. Bapak Kukuh Pribadi S.I.Kom., M.A. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember dan selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, arahan, dan saran saat penulis hendak menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mencurahkan ilmunya kepada penulis selama masa studi di Universitas Muhammadiyah Jember.

5. Bapak Afrizal Nur Muhammad dan Bapak Robit Azni yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi.
6. Tersayang dan tercinta kepada Ayah M. Kholid dan Mama Nanik Sujati. Segala perjuangan penulis sampai detik ini dipersembahkan kepada kedua orang tua dalam kehidupan penulis.
7. Kepada kakak tercinta M. Mirza Pratama, Maya Iva Nirmala, dan Arifatul Jannah yang selalu mensupport dan mendukung sampai detik ini.
8. Kepada partner yang tersayang Alviah Marshail Nuha yang selalu mendukung dan membantu sampai skripsi ini selesai.
9. Kepada sahabat-sahabat saya dan rekan mahasiswa seperjuangan yang telah membantu dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada Almamaterku yang mengantarkan dan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
11. Serta berbagai pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, hanya ucapan terimakasih dari lubuk hati yang paling dalam penulis haturkan dan semogal amal dan jasa teman akan dicatat sebagai amal kebaikan dan dibalas sesuai amal perbuatannya oleh Allah SWT.

Sebagai penutup saya ucapkan terimakasih sebesar besarnya dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati yang paling dalam. Saya mengakui bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saya berharap agar pembaca bersedia memberikan saran dan kritik guna meningkatkan kualitas penulisan tugas akhir ini. Semoga karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Amin. Ya Rabbal'Alamin.

DAFTAR ISI

MOTTO	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kajian Teori	7
2.2.1 Pengertian Komunikasi	7
2.2.2 Teori Komunikasi Informatif oleh Shannon dan Weaver	8
2.2.3 Strategi Komunikasi	8
2.2.4 Komunikasi Publik	9
2.2.5 Kepercayaan Publik (<i>Public Trust</i>)	13
2.2.6 <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.3 Kerangka Berpikir	15
BAB III	16
METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.3 Sumber Data	16
3.3.1 Sumber Data Primer	16
3.3.2 Sumber Data Sekunder	17

3.4 Teknik Penarikan Sampel	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	17
1. Wawancara (Interview)	17
2. Observasi	18
3. Dokumentasi	18
4. Metode Analisis Data	18
5. Reduksi Data	19
6. Penyajian Data	19
7. Verifikasi kesimpulan	19
BAB IV	20
HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	20
4.2 Strategi Komunikasi <i>Customer Relationship Management</i> Eterno Coffe & Eatery dalam Upaya Membangun Kepercayaan Publik	21
4.3 Dampak Komunikasi <i>Customer Relationship Management</i> Eterno	24
<i>Coffe & Eatery</i> dalam Upaya Membangun Kepercayaan Publik	24
BAB V	29
KESIMPULAN DAN SARAN	29
5.1 Kesimpulan	29
Gambar 4.4 Dokumentasi <i>Crew Eterno Coffe & eatery</i>	30
5.2 Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Afrizal Nur Muhammad Owner Eterno Coffe & Eatery.....	21
Gambar 4. 2 Wawancara CRM Eterno Coffe & Eatery.....	26
Gambar 4. 3 Wawancara dengan Pelanggan Eterno Coffe & Eatery	28
Gambar 4.4 Dokumentasi Crew Eterno Coffe & eatery.	30
Gambar 4. 5 Informasi Google Maps.....	33
Gambar 4. 6 Informasi Google Maps.....	33
Gambar 4. 7 Dokumentasi Sosial Media	34
Gambar 4. 8 Dokumentasi Postingan Sosial media.....	34

