



**PENGELOLAAN HUBUNGAN KONSUMEN JOEY
AGENCY DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN
*PRODUCTION HOUSE (PH)***

SKRIPSI

(Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
bidang Ilmu Komunikasi)

Oleh :

Egi Rama Adilianto

41182037180061

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI
(2023M/1445H)**

LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun terdapat bagian tertentu dalam penulisan ini yang saya kutip berdasarkan karya orang lain telah saya tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 14 Juli 2023

A blue official stamp from the Indonesian Ministry of Education, Culture, and Higher Education (KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KULTUR, DAN KEMAHAKKILAHIRAN). The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KULTUR, DAN KEMAHAKKILAHIRAN". Below the emblem, it says "STAMP" and "KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KULTUR, DAN KEMAHAKKILAHIRAN". The stamp is partially obscured by a handwritten signature in black ink.

Egi Rama Adilianto

NPM. 41182037180061

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengelolaan Hubungan Konsumen *Joey Agency* Dalam
Membangun Kepercayaan *Production House* (PH)
Nama : Egi Rama Adilianto
NPM : 41182037180061
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa (FKSB)

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 14 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

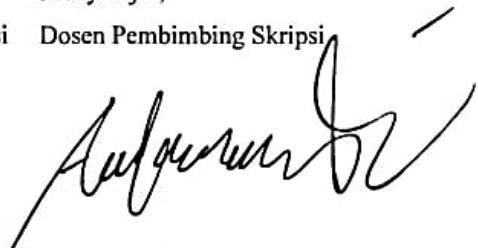


Tin Hartini, M.Si.

NRP 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi



Saepudin, S.S., M. Soc. Sc.

NRP. 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

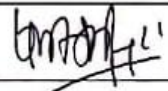
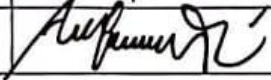
Skripsi yang Berjudul :
Pengelolaan Hubungan Konsumen Joey Agency Dalam Membangun
Kepercayaan *Production House* (PH)

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Juli 2023
Waktu : 13.00 – 14.00 WIB

Oleh

Nama : Egi Rama Adilianto
NPM : 41182037180061
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ket	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Tatik Yuniarti, M.I.Kom	
Penguji 1	Iwan Samariansyah, M.I.Kom	
Penguji 2	Saepudin, M.Soc.Sc	

Bekasi, 27 Juli 2023

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra
dan Bahasa


Dr. Nurvadi, M. Hum
NRP 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi


Tin Hartini, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan
Bahasa
Program Studi Ilmu Komunikasi
2023

Egi Rama Adilianto/41182037180061

“Pengelolaan Hubungan Konsumen Joey Agency Dalam Membangun
Kepercayaan *Production House* (PH)”

Di bawah bimbingan Saepudin

Total halaman 84 dan 13 halaman romawi, 3 daftar tabel, 18 daftar gambar,
dan 3 daftar lampiran.

Dalam dunia *entertainment* terdapat pihak yang sangat berperan dalam pelaksanaan proses produksi yaitu *Agency*. *Agency* bertugas mencari pemain peran, *extras*, dan *talent* yang akan diberikan kepada rumah produksi (*production house*). Agar *Agency* menjadi mitra yang baik maka perlu pengelolaan hubungan yang baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan hubungan konsumen Joey Agency dalam membangun kepercayaan kepada rumah produksi (*production house*). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *customer relationship management* yang terdiri dari tahapan-tahapan membangun hubungan dengan pelanggan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pengelolaan hubungan konsumen Joey Agency dalam membangun kepercayaan rumah produksi (*production house*) dikatakan berhasil. Joey Agency melakukan sebuah hubungan dengan rumah produksi (*production house*) sehingga timbul kepercayaan. Dan melakukan tahapan-tahapan yang membuat loyalitas rumah produksi (*production house*) tercipta. Penerapan Pola hubungan Joey Agency kepada rumah produksi (*production house*) yaitu dengan komunikasi dengan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, fokus pada pelayanan, gali tanggapan pelanggan, menjaga pelanggan setia, tangani keluhan secara *profesional*, dan memberikan hadiah (*reward*) kepada pelanggan.

Kata Kunci: *Agency Entertainment*, Kepercayaan Pelanggan, Pengelolaan Hubungan Komsumen.

ABSTRACT

Islamic University of 45 Bekasi
Science Study Program
Communication Faculty of
Communication, Literature, and
Language 2023

Egi Rama Adiliano/411820371800061

"Joey Agency's Consumer Relationship Management in Building Production House (PH) Trust"

Under the guidance of Saepudin

Total thesis pages 84 and 13 roman pages, 3 list of tables, 18 list of figures, and 3 list of attachments.

In the world of entertainment, there is a party that plays a very important role in the implementation of the production process, namely the Agency. The agency is tasked with finding role players, extras, and talents that will be given to the production house. For the Agency to be a good partner, it needs good relationship management. The purpose of this study is to determine the management of Joey Agency consumer relations in building trust in production house. The theory used in this study is the theory of customer relationship management which consists of the stages of building relationships with customers. This type of research is qualitative with descriptive research methods. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the study can be concluded that Joey Agency consumer relationship management in building production house trust is said to be successful. Joey Agency has a relationship with a production house so that trust arises. And carry out stages that make the loyalty of the production house created. The application of Joey Agency relationship pattern to the production house is by communicating with customers, understanding customer needs, focusing on service, exploring customer responses, keeping loyal customers, handling complaints professionally, and giving rewards to customers.

Keywords: *Customer Trust, Customer Relationship Management, Entertainment Agency.*

PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat ilmu dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menulis penelitian berjudul *Pengelolaan Hubungan Konsumen Joey Agency Dalam Membangun Kepercayaan Production House (PH)*.

Penulisan ini merupakan salah satu syarat kelulusan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi. Banyak pihak yang telah menjadi bagian penting dalam terlaksana dan tersusunya penelitian ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan suka cita menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya dalam melaksanakan kegiatan pembuatan Skripsi.
2. Kedua Orang Tua serta Keluarga Besar yang telah memberikan do'a, semangat, dan dukungannya kepada penulis.
3. Dr. Nuryadi, S. Hum. selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Tin Hartini, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Saepudin, S.S., M.Soc.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan pembuatan tugas akhir Skripsi.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan terkait ilmu komunikasi dan Staff Administrasi FKSB.
7. Semua teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 Universitas Islam 45 yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta membantu dalam setiap kesulitan.
8. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Bekasi, 14 Juli 2023



Egi Rama Adilianto

DAFTAR ISI

LEMBAR HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kerangka Teori.....	12
2.2.1 <i>Customer Relationship Management</i>	12
2.2.2 Membangun Sebuah Hubungan.....	14
2.2.3 Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan.	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Unit Analisis.....	25
3.2.1 <i>Key Informan</i>	26
3.2.2 <i>Informan</i>	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.4 Definisi Konseptual.....	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Profil <i>Joey Agency</i>	36
4.1.2 Visi dan Misi <i>Joey Agency</i>	37
4.1.3 Arti Logo <i>Joey Agency</i>	37
4.1.4 Struktur Organisasi <i>Joey Agency</i>	38
4.1.5 Layanan Jasa <i>Joey Agency</i>	39
4.1.5.1 Pencarian Pemeran <i>Project</i>	39
4.1.5.2 <i>Broadcast</i> Melalui Media Sosial.....	42
4.1.5.3 <i>Talent Joey Agency</i>	44
4.1.5.4 Hasil Kinerja <i>Joey Agency</i>	45
4.2 Hasil Pembahasan.....	47
4.2.1 Pengelolaan Hubungan <i>Joey Agency</i>	48
4.2.2 Membangun Sebuah Hubungan.....	49

4.2.2.1 Komunikasi Dengan Pelanggan.....	52
4.2.2.2 Memahami Kebutuhan Pelanggan.....	54
4.2.2.3 Fokus Pada Pelayanan.....	55
4.2.2.4 Gali Tanggapan.....	56
4.2.2.5 Menjaga Pelanggan Setia.....	56
4.2.2.6 Tangani Keluhan Secara <i>Profesional</i>	57
4.2.2.7 Hadiah (<i>Reward</i>).....	58
4.2.3 Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan.....	59
4.2.3.1 Kepercayaan.....	59
4.2.3.2 Loyalitas Pelanggan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Daftar Penayangan <i>Talent</i>	45
Tabel 2.3 Data <i>Production House</i> Menggunakan Jasa Joey Agency.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Logo Joey Agency.....	37
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Joey Agency.....	38
Gambar 4.3 Kategori Pemain <i>Shooting</i>	40
Gambar 4.4 <i>Broadcast</i> Mencari Pemain.....	41
Gambar 4.5 Pemain Peran <i>Talent</i>	42
Gambar 4.6 <i>Group Shooting Agency</i> dan Tim Perfilman.....	43
Gambar 4.7 <i>Broadcast Melalui Media Sosial</i>	44
Gambar 4.8 <i>Talent Joey Agency</i>	45
Gambar 4.9 <i>Talent Terbaik Joey Agency</i>	49
Gambar 4.10 <i>Production House</i> Meminta <i>Talent</i> Melalui Media Sosial.....	50
Gambar 4.11 Rapat Pertemuan dengan Tim <i>Production House</i>	53
Gambar 4.12 Joey Agency Memahami Keinginan <i>Production House</i>	54
Gambar 4.13 Joey Agency Memberikan <i>Talent</i> Kepada <i>Production House</i>	55
Gambar 4.14 Keluhan <i>Production House</i> Melalui Media Sosial.....	58
Gambar 4.15 <i>Talent Joey Agency</i> Lolos Iklan.....	60
Gambar 4.16 Joey Agency Koordinasi Di Lapangan.....	60
Gambar 4.17 <i>Production House</i> Loyalitas Dengan Joey Agency.....	62
Gambar 4.18 Joey Agency Menjadi Agency Utama Bagi <i>Production House</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi.....	69
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	71