

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**Nama :Vidyastuti Candra Wardhani**

**NIM : 20140530066**

**Judul Skripsi :Strategi *Customer Relations* dalam Membangun Loyalitas Peserta Event Indonesian Kustom Kulture Festival (KUSTOMFEST) “*No Boundaries*” 2017**

**Tahun Skripsi: 2018 + 136 Halaman**

**Daftar Pustaka: 20 Buku +2 Jurnal + 5 Sumber Internet + 1 sumber lain**

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Strategi *Customer Relations* dalam Membangun Loyalitas Peserta *Event* Indonesian Kustom Kulture Festival (KUSTOMFEST) “*No Boundaries*” 2017. Penelitian ini bertujuan ingin mendeskripsikan serta menganalisis bagaimana proses menentukan dan pelaksanaan strategi *customer relations* pada *event* Indonesian Kustom Kulture Festival (KUSTOMFEST) “*No Boundaries*” 2017. Selain itu, penelitian ini juga mendeskripsikan mengenai upaya CV. Retro Classic Cycle selaku penyelenggara dalam membangun loyalitas pesertanya melalui kegiatan *customer relations*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang berupa wawancara mendalam serta studi dokumen. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi *customer relations* yang dilakukan dalam membangun loyalitas peserta adalah dengan kegiatan peningkatan kualitas pelayanan di mana pada kegiatan tersebut merupakan upaya memaksimalkan *customer information* dan juga *complaint handling*, *digital greeting card*, *supporting partner’s activity*, KUSTOMFEST Bagi Takjil merupakan strategi yang diterapkan untuk mempererat relasi dengan peserta. Selain itu dalam mengelola (*maintenance*) relasinya dengan peserta, CV. Retro Classic Cycle juga melaksanakan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yakni berupa otomasi layanan dengan memanfaatkan dua media *online* yang paling dekat dengan target peserta yaitu Twitter dan Instagram. Sistem *Reward* kepada peserta dan orang yang berdedikasi tinggi pada dunia Kustom Kulture juga diterapkan melalui strategi *Awarding for Partner*.

Kata kunci: *Public Relations*, *Customer Relations*, *Loyalty*, *Customer Loyalty*, Loyalitas, KUSTOMFEST, *Event*.

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FACULTY OF SOSIAL AND POLITIC SCIENCES**

**DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCES**

**CONCENTRATION OF PUBLIC RELATIONS**

**Name : Vidyastuti Candra Wardhani**

**Student  
Number : 20140530066**

**Title :Strategi Customer Relations dalam Membangun Loyalitas  
Peserta Event Indonesian Kustom Kulture Festival  
(KUSTOMFEST) “No Boundaries” 2017**

**Year of Thesis: 2018 + 136 pages**

**20 books, 2 Journals, 5 websites, another reference.**

#### **ABSTRACT**

This research is titled "Customer Relations Strategy in Building Loyalty of Indonesian Kustom Custom Festival (KUSTOMFEST) 'No Boundaries' 2017". This research aims to describe and analyze the process of determining and implementing customer relation strategy at Indonesian Kustom Kulture Festival (KUSTOMFEST) event "No Boundaries" 2017. In addition, this study also describes the efforts of CV. Retro Classic Cycle as the organizer in building the loyalty of the participants through customer relation activities. The method applied in this study is a qualitative descriptive with data collection technique in the form of in-depth interviews and document studies. Customer relations strategy in building the loyalty of the participants is implemented through the improvement of service quality in which the activity is the effort to maximize customer information and also complaint handling, digital greeting card, supporting partner's activity, KUSTOMFEST For Takjil is a strategy applied to strengthen the relationship with the participants. In addition to managing (maintaining) relations with participants, CV. Retro Classic Cycle also implements Customer Relationship Management (CRM) in the form of service automation by utilizing the two most familiar online media to the target participants, i.e. Twitter and Instagram. In the Kustom Kulture event, Reward System is implemented through the Awarding for Partner strategy, given to participants and dedicated partners.

**Key Word: Public Relations, Customer Relations, Loyalty, Customer Loyalty,  
KUSTOMFEST, Event.**