

# **BAB I**

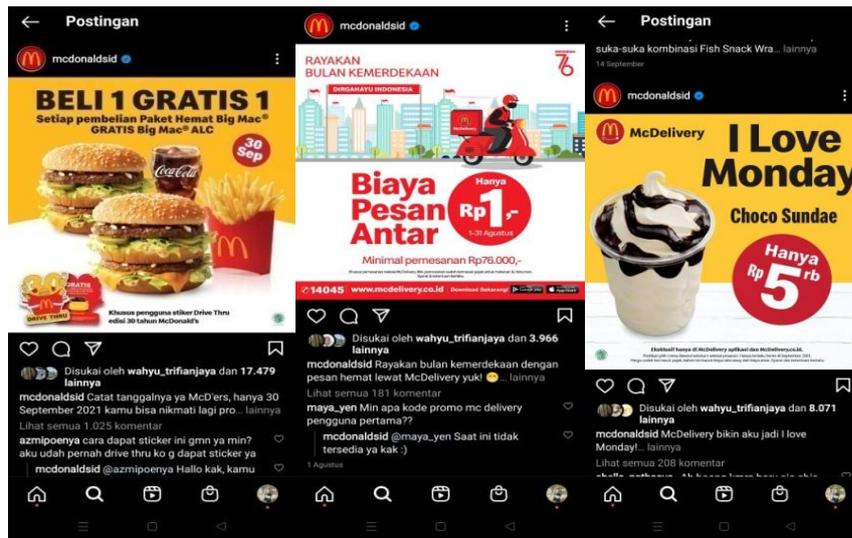
## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pemerintah Indonesia secara resmi menyatakan bahwa pandemi COVID-19 menjadi bencana nasional dengan angka warga negara yang meninggal semakin bertambah dan yang terkena positif COVID-19 semakin meningkat. Penetapan ini dilakukan lewat penerbitan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-alam Penyebaran Corona Virus 2019 (COVID-19) sebagai bencana nasional. Pemerintah membuat kebijakan untuk membatasi kegiatan yang menimbulkan kerumunan dan kontak langsung.

Meskipun dalam kondisi tersebut, tidak membuat *customer relations* dan tim McDonald's Bumi Serpong Damai menyerah. McDonald's Bumi Serpong Damai melakukan inovasi untuk menyesuaikan dengan kondisi penyebaran wabah virus Covid-19 ini. McDonald's Bumi Serpong Damai, yang dimana segala bentuk kegiatan penjualan difokuskan ke Drive Thru, dan promosi Delivery Ojek *Online*.. Aktivitas yang biasanya dilakukan secara langsung seperti *meeting* dengan *stakeholder* McDonald's seperti sekolah, perusahaan maupun komunitas.

Adapun perubahan yang signifikan mengenai cara berkomunikasi terhadap pelanggan yaitu melalui zoom meeting, email dan chat pribadi via whatsapp.



Gambar 1. 1 Feeds Postingan Instagram McDonald's Indonesia

Cara mencapai tujuan yang diinginkan, McDonald's mengubah kegiatan McKids Membership menjadi *online*. Untuk kegiatan *online* sendiri McDonald's memakai beberapa platform seperti Instagram, Twitter, Zoom untuk meeting dengan *stakeholder* dan Whatsapp untuk tetap terhubung baik dengan *customer* McDonald's.

McKids Membership adalah sebuah club bermain sambil belajar milik McDonald's Indonesia. Dengan mengikuti *membership* tersebut *customer* mendapatkan banyak benefit dari McDonald's dan akan tetap terhubung dengan aktivitas McDonald's yang lain seperti lomba antar member, event rutin dan lain-lain. Kegiatan berikut adalah salah satu cara agar McDonald's tetap dapat terhubung dengan pelanggan sebaik mungkin di masa Pandemi COVID-19 ini. Karena sebelum masa pandemi COVID-19 ini pertemuan McKids Membership diadakan setiap 2x seminggu dihari Senin dan Kamis.



Gambar 1.2 Lomba McKids Membership Feed Instagram @McDonaldsID

Di tengah kondisi pandemi COVID-19 Industri *Food and Beverage* seperti McDonald's harus tetap mengikuti peraturan sehingga dibutuhkan cara yang tepat dalam melakukan *customer relations* untuk tetap terhubung baik dengan *customer* di masa pandemi seperti saat ini, kemudian diimplementasikan secara efektif yang dapat menjangkau publik di tengah maraknya aktifitas virtual sehingga terjaga hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian hal tersebut dilakukan McDonald's Indonesia karna *physical distancing* yang menyebabkan terkendalanya aktifitas secara langsung dengan *stakeholder* McDonald's. Sehubungan dengan hal tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *Customer Relations* McDonald's Bumi Serpong Damai pada masa pandemi COVID-19 melalui program McKids Membership.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Apa yang dilakukan McDonald's Bumi Serpong Damai dengan program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19?
- b. Mengapa McDonald's Bumi Serpong Damai tetap mengadakan program McKids Membership sebagai *customer relations* pada masa pandemi COVID-19?
- c. Bagaimana pelaksanaan *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dengan program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19?
- d. Apa saja faktor pendukung & penghambat *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dalam melaksanakan program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19?

## 1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan, maka masalah penelitian ini dibatasi hanya pada pelaksanaan *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dengan McKids Membership pada masa pandemi COVID-19.

## 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian yaitu "Bagaimana pelaksanaan *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dengan program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19?".

## 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang diidentifikasi maka tujuan penelitian yang ingin dicapai untuk mengetahui, yaitu:

- a. Pelaksanaan *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dalam program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19.
- b. McDonald's Bumi Serpong Damai tetap mengadakan program McKids Membership sebagai *customer relations* pada masa pandemi COVID-19.

- c. Faktor pendukung *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dalam melaksanakan program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19.
- d. Faktor pendukung *customer relations* McDonald's Bumi Serpong Damai dalam melaksanakan program McKids Membership pada masa pandemi COVID-19.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **A. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dalam ilmu komunikasi terkait *Customer Relations*, selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang dapat dijadikan referensi di bidang ilmu komunikasi.

### **B. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif serta bahan evaluasi bagi pelaksanaan *Customer Relations* McDonald's Bumi Serpong Damai pada masa pandemic Covid-19.