

Id : 16282

Call Number : 659.2 HAN a

Judul : Analisis Hubungan Peran Public Relations Dengan Citra Perusahaan Pada PT. Mahadana Asta Berjangka/Aileen Hansidi

Pengarang : Hansidi Aileen

Nim : 915070081

Kota : Jakarta

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : Xvi + 114 hlm,2011, tabel 38, gambar 9, lampiran 10

Pembimbing : 1.Suherman Kusniadji, Drs, MM

Bidang : 1.IlmU Komunikasi

Subjek : 1.Public relations

Abstrak : penelitian ini membahas tentang hubungan peran Public Relations untuk membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh PT. Mahadana Asta Berjangka melalui komunikasi pemasaran personal selling. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dengan key informan dan informan serta penyebaran kuisioner. Penelitian awal dilakukan dengan mencari tahu strategi komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa kegiatan personal selling merupakan strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif. Keberhasilan ini diperoleh melalui peran Public Relations yang melakukan penjualan secara langsung. Public Relations merupakan wakil perusahaan yang berhadapan langsung dengan nasabah. Public Relations perusahaan ini dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta dapat merubah image buruk seseorang mengenai bisnis perdagangan berjangka, sebab banyak yang menilai bisnis perdagangan berjangka buruk. Hasil akhir dari keberhasilan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yakni tercapainya citra perusahaan, yang juga merupakan usaha dari peran Public Relations yang berhasil mempersuasi calon nasabah. Kata Kunci: Public Relations, Personal Selling, Citra