Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Human Relations CV. Pass 17 Associates dalam menjalin hubungan dengan pelanggan (klien)

Sri Kurniawaty

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=38988&lokasi=lokal

---

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran Public Relations dan strategi komunikasi human relations CV Pass 17 Associates promotion services dalam membina hubungan dengan pelanggan atau kliennya. Hal ini di karenakan banyaknya persaingan dalam duna bisnis yang membutuhkan strategi terutama untuk rnenjaga kliennya agar sel'alu menggunakan produk dan jasanya.

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, diharapkan dari pendekatan ini mampu menghasilkan suatu uraian mendalam mengenai ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, atau organisasi dalam CV. Pass 17 Associates. Key informan merupakan Direktur Utama CV. Pass 17 Associates, karena beliau orang yang paling tabu segala kegiatan yang ada di CV. Pass 17 Associates. Banyaknya jumlah informan yaitu 6 orang balk staff CV. Pass I7 Associates sendiri maupun kliennya diambil dengan rnenggunakan teknik snow ball sampling. Teknik pengambilan datanya adalah melalui wawancara mendalam, dengan Direktur Utama, Staff dan beberapa klien CV. Pass 17 Associates, beberapa artikel, dan dokumentasi.

Dui penelitian yang telah dilakukan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan adalah dengan menggunakan komunikasi human relations, Customer yang terdiri Bari Komunikasi persuasive dan konseling, Relationship Management (CRM), yang terdiri dad: Pelayanan Prima. Walaupun tidak adanya Public Relations sebagai lembaga tersendiri dalam CV. Pass 17 Associates, namun aktivitas Public Relations sudah jelas terlihat dan dilaksanakan oleh pernimpin, manajer dan juga staff CV. Pass 17 Associates. Kegiatan PR sendiri banyak dilakukan oleh Divisi marketing, yang diwakili oleh Account Executive. Pembinaan hubungan dengan pelanggan dilakukan dengan cars kekeluargaan dan partnership sehingga pelanggan merasa dekat dengan CV.Pass 17 Associates.

Dapat disimpulkan bahwa membina hubungan dengan pelanggan yang dilakukan oleh CV. Pass 17 Associates, khususnya pada Divisi Marketing sudah baik namum tidak dipungkiri harus ada beberapa perbaikan didalam membina hubungan dengan pelanggan. Namun hingga saat ini CV. Pass 17 Associates selalu melakukan evaluasi dengan strategi pelayanan primanya juga komunikasi human relations secara terus-menerus, terintegrasi dan berkesinambungan.