

Persepsi Konsumen di Wilayah DKI Jakarta terhadap Kegiatan Community Relations McDonald's Indonesia. (Studi: Persepsi Orang Tua Anggota McKids terhadap Pelaksanaan Kegiatan McDonald's World Children's Day).

Melly Rishelia Yustika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285456&lokasi=lokal>

Abstrak

Pasar makanan siap saji yang semakin padat, menuntut pebisnis kuliner atraktif dan cerdas guna meningkatkan image mereka di mata masyarakat, maka diperlukan komunikasi yang sistematis melalui kegiatan Public Relations (PR). McDonald's mencermati hal tersebut dengan menekankan kegiatan PR pada fungsi pelayanan komunitas; "Giving back to the community we serve". McDonald's World Children's Day (MWCD) adalah bukti kepedulian McDonald's terhadap anak-anak yang kurang beruntung yang diharapkan dapat menjangkit keterlibatan anak-anak yang lebih beruntung untuk berbagi. Semakin baik suatu program, akan meningkatkan tidak hanya partisipasi dari pihak ketiga atas program, melainkan juga peningkatan citra bagi pelaksana kegiatan bersangkutan. Citra yang baik dapat terbentuk di pihak ketiga, apabila mereka dapat mempersepsi kegiatan secara baik pula, dan untuk itulah peneliti ini ada. Penelitian persepsi konsumen yang diwakili oleh pihak orang tua anggota McKids, dilakukan guna mendapatkan gambaran menyeluruh tentang persepsi konsumen atas kegiatan community relations yang dilakukan oleh McDonald's. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif; menggunakan teknik penarikan sampel purposive non probabilita dengan populasi seluruh orang tua anggota McKids di wilayah DKI Jakarta dan menunjuk 100 orang tua anggota Mckids di 10 restoran terpilih sebagai sampel dengan teknik accidental. Dad penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kurangnya stimulus menyebabkan kegiatan MWCD belum dipersepsi secara maksimal oleh konsumen di wilayah DKI Jakarta, khususnya orang tua anggota McKids. Penerapan community relations yang baik harus memenuhi prinsip-prinsip publikasi yang memadai guna mendapat partisipasi masyarakat secara maksimal.