

Rancang bangun struktur "marketing public relations" sebagai "boundary spanning"

M. Fatchoelqorib, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439010&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Garuda Indonesia sebagai penyedia produk jasa angkutan udara/airlines menghadapi kendala yang sama dengan produsen jasa lainnya yang berkaitan dengan cacat produk jasa. Berbeda dengan cacat produk yang terjadi pada barang, cacat produk jasa sangat erat kaitannya dengan kualitas sumberdaya manusia yang ada pada organisasi sebagai penyaji langsung produk jasa tersebut, selain itu faktor lingkungan juga dapat sangat berpengaruh terhadap kualitas produk jasa yang dihasilkan.

Masalah kualitas sumber daya manusia dapat diatasi antara lain dengan meningkatkan kemampuan dan motivasi karyawan dengan serangkaian pendidikan dan pelatihan serta kebijaksanaan organisasi. Untuk mengatasi masalah yang terjadi pada lingkungan organisasi secara tuntas adalah sangat sulit, namun upaya untuk mengurangi dampaknya terhadap organisasi dan produknya antara lain dapat dilakukan dengan aktivitas "boundary spanning?". Pelaksanaan "boundary spanning?" yang berkaitan dengan produk jasa harus dilaksanakan oleh lembaga yang memiliki keahlian dalam menyusuri konsep komunikasi, keterampilan dalam penggunaan "alat" komunikasi, dan akses yang sangat luas baik kedalam maupun keluar organisasi, sehingga lembaga itu sangat lincah dan luwes dalam bertindak. Marketing Public Relations adalah Lembaga yang memiliki kriteria tersebut.

Tulisan ini akan membahas mengenai rancangan struktur Marketing Public Relations dan Latar belakangnya, serta peranannya dalam "boundary spanning?" di organisasi Garuda Indonesia.