

Public relations Citibank dalam membangun citra yang positif : Suatu analisis kualitatif atas pembentukan citra oleh PR Citibank

Caroline Theresia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72734&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Public Relations Citibank Dalam Membangun Citra Yang Positif". Teori yang mendasarinya adalah teori komunikasi, Image Building, yang menyatakan bahwa citra akan terlihat atau terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik (panca indera), masuk ke saringan perhatian (attention filter) dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dimengerti atau dilihat (perceived message), yang kemudian berubah menjadi persepsi dan akhirnya citra.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan atau usaha-usaha public relations Citibank dalam menciptakan citra yang positif kepada pelanggan dan mengetahui citra yang diberikan pelanggan terhadap Citibank atas segi pelayanan, fasilitas, keamanan dari informasinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan teknik analisis data deskriptif dan studi yang dilakukan adalah bersifat kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa citra yang diberikan pelanggan terhadap Citibank atas segi pelayanan, fasilitas, keamanan dan informasi sudah positif. Dari sembilan (9) orang informan yang diwawancarai, seluruhnya memberi penilaian yang baik terhadap Citibank.