

Strategi public relations dalam membentuk citra perusahaan ; Studi kasus pada PT. Reasuransi Internasional Indonesia

Ardi Kusriadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82080&lokasi=lokal>

Abstrak

Bagi perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa reasuransi, peran public relations (PR) sangat penting, hal ini melihat pada tingkat persaingan yang semakin tinggi terutama dengan masuknya perusahaan asing dan joint venture. Menujuk pada hal tersebut di atas, diperlukan strategi dan kegiatan PR sesuai dengan kebutuhan perusahaan asuransi guna mengatasi persaingan dimaksud.

PT. Reasuransi Internasional Indonesia (PT.ReINDO) sebagai perusahaan reasuransi yang terbesar di Indonesia, memiliki peran penting dalam membina hubungan baik dengan customer (perusahaan asuransi) melalui kegiatan PR dalam rangka mendukung dan meningkatkan citranya yang selama ini telah terbentuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif mengenai proses pelaksanaan strategi public relations dalam membentuk citranya di mata perusahaan asuransi, dengan menggunakan konsep public relations dan teori citra. Dari semua program PR yang ada, beberapa program yang dinilai memiliki citra dan manfaat yang positif oleh perusahaan asuransi adalah program nice weekend dan tutorial/seminar/ in-house training.

Berdasarkan temuan yang ada, kegiatan PR lainnya, meskipun memiliki citra yang positif, ada beberapa masukan/input yang datang dari perusahaan asuransi selaku customer PT ReINDO. Masukan yang ada sangat terkait pada produknya.

Riset dan evaluasi dapat dilaksanakan untuk terus mengkaji efektifitas kegiatan PR yang telah dilaksanakan PT ReINDO yang menjadi rekomendasi dalam penulisan ini.

Secara keseluruhan strategi PR yang dilakukan oleh PT. ReINDO sudah cukup baik walaupun masih ada beberapa yang masih memerlukan peningkatan dan perbaikan.