

AKTIVITAS HUMAS DALAMMENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN(Studi pada Hubungan Masyarakat Grand Wahid Hotel Salatiga)

 Oleh: ANGGRAINI PRAVITASARI (08220281)

Communication Science

Dibuat: 2010-11-12 , dengan 7 file(s).

Keywords: Aktivitas, Humas, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRAK

Pelayanan yang baik pada perusahaan jasa dapat terbentuk dengan aktivitas kehumasan yang terencana. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pelanggan merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan. Konsep pemasaran pun mengalami perubahan dari product oriented (orientasi produk) beralih ke selling oriented marketing (orientasi penjualan) dan pada akhirnya menuju pada customer oriented (orientasi pelanggan). Jika perusahaan tersebut tetap ingin bertahan sehingga tidak ditinggalkan oleh pelanggan bahkan dicari pelanggan, kepuasan pelanggan adalah modal utama. Sehingga tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menjelaskan bagaimana aktivitas humas dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Serta hambatan-hambatan apa saja yang terjadi pada aktivitas kehumasan Grand Wahid Hotel Salatiga.

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui, membuat dan melaksanakan aktivitas Humas pada Grand Wahid Hotel Salatiga. Antara lain PRO (Public Relations Officer), HRD SPV (Human Resource Department Supervisor) dan FO SPV (Front Office Supervisor). Proses pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa datanya menggunakan analisa kualitatif. Setelah melakukan pengumpulan dan analisis data, peneliti mempunyai beberapa kesimpulan. Public Relations Officer beserta seluruh staff/karyawan sangat berperan penting dalam membantu kegiatan kehumasan Grand Wahid Hotel Salatiga. Bentuk aktivitas Humas dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang paling dominan yaitu berkaitan dengan aktivitas promotion. Sedangkan hambatan dalam pelaksanaan aktivitas Humas salah satunya adalah keluhan pelanggan. Biasanya berkaitan dengan masalah teknis, dan pelayanan. Dari beberapa klasifikasi tamu yang ada, masalah teknis adalah keluhan yang paling sering terjadi karena disebabkan keterbatasan room (ruang kamar).

ABSTRACT

Good service in service company might emerge through planned public relation activities. Quality of service in one company toward their customer is the main key to win the competition. Marketing concept has been changing from product oriented into selling oriented marketing and finally to customer oriented. If the company wishes to survive and not being abandon by its customer, therefore customer satisfaction is the main aspect to consider. Hence, the objective of this study is to explain how public relation activities might improve customer satisfaction and to know what kind of obstacles occurs during public relation activities in Grand Wahid Hotel Salatiga.

This study is categorized into descriptive study. Subject of this study is people who found out, who made and implementing Public Relation activities in Grand Wahid Hotel Salatiga. Among those people is PRO (Public Relations Officer), HRD SPV (Human Resource Department Supervisor) and FO SPV (Front Office Supervisor). Data collection technique is using interview, observation and documentation. Data analysis technique has used qualitative analysis. After collecting and analyzing data, author has made several conclusions. Public Relations Officer with all staff/employees has major role in helping public relation activities in Grand Wahid Hotel Salatiga. Dominant form of public relation activities in order to improve customer satisfaction related with promotion activities. While obstacle in implementing public relation activities is customer complaint. Normally it related with technical matter, and service. From several guest classifications, a technical problem is the most common complaint since there is limitation in available room.