



**UNIVERSITAS MERCUBUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

Steffi Pratiwi (44206010015)

Program Customer Relations Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan

Penelitian dilakukan pada tahun 2011

V Bab + 124 halaman ; 5 Tabel: 1 gambar ; 1 bagan

Bibliografi : 28 buku (tahun 1983- tahun 2011)

A B T R A K S I

Customer Relations merupakan bagian dari kegiatan *Public Relations* yang bertujuan untuk memperoleh pengertian dari mereka serta ingin mendapatkan dukungan dari public internalnya itu sendiri. Selain itu juga ingin menunjukkan niat baik dari perusahaan kepada public internalnya bahwa perusahaan juga memperhatikan kepentingan mereka, agar dimata publiknya perusahaan tersebut memiliki *good image* yang baik dan positif.

Dalam realitanya seorang PR mempunyai 2 jenis khalayak yaitu eksternal dan internal. Salah satu yang termasuk khalayak eksternalnya adalah pelanggan atau konsumen. Dari sinilah seorang PR mempunyai strategi yang cocok untuk menjalin hubungan dengan pelanggan melalui program *customer relations*. Salah satu tujuan dari program *customer relations* sendiri adalah sebagai perusahaan yang loyal terhadap yang dapat memnuhi suatu kebutuhan para pelanggannya. Dari program *customer relations* dapat terbentuk citra positif, citra yang diharapkan oleh perusahaan. Di bab 2 ini peneliti lebih banyak menggunakan teori cuttliip.

Metode yang digunakan adalah studi kasus (*case studi*), dengan tipe penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif sebagai pilihan, adapun data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Sedangkan untuk tehnik analisis yang digunakan peneliti adalah triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Program *Customer Relations* yang dijalankan oleh Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cukup baik dimana setiap tahunnya JNE selalu melakukan inovasi-inovasi terhadap program *Customernya* ini dilakukan JNE agar para *customernya* merasa puas dengan program yang dilaksanakan oleh JNE. Selain itu, peran dan fungsi seorang PR JNE belum terlalu optimal. Citra yang diharapkan oleh JNE sendiri adalah pencitraan yang positif dan terjaga dengan baik.

Program *customer relations* yang dijalankan JNE baik dan efektif begitu juga dengan fasilitas dan servicenya, begitu juga untuk citra perusahaannya . Saran peneliti agar lebih ditingkatkan lagi program *customer relationsnya* dan teruslah membuat inovasi-inovasi terbaru terhadap program kegiatan *customer relationsnya*.