



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
2010

ABSTRAK

Tania (44208110083)

Citra PT. SmartFren Pasca Merger

(survei pada distributor di wilayah Jabodetabek)

i-xiii + 108 halaman + 2 tabel + 9 lampiran + 34 bibliografi

Citra mempunyai peranan penting bagi kelangsungan hidup sebuah organisasi. Citra yang baik dari suatu perusahaan merupakan sebuah asset yang sangat penting, karena citra mempunyai suatu dampak persepsi konsumen dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Citra perusahaan perlu dibentuk dan dijaga sebaik mungkin agar khalayak perusahaan tetap loyal pada perusahaan, serta dalam upaya untuk mendukung keberhasilan kegiatan bisnis dan pemasaran produk sehingga dapat meningkatkan angka penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana citra PT. SmartFren pasca merger berdasarkan persepsi distributor (survei pada distributor di wilayah Jabodetabek). Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan komunikasi, komunikasi organisasi, public relations, citra, persepsi, merger, distributor.

Tipe dari penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada distributor PT. SmartFren di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan metode survey, dimana jumlah distributor yang ada sebanyak 66 distributor dengan jumlah populasi sebanyak 132 orang.

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis data mengenai Citra PT. SmartFren Pasca Merger menunjukkan citra positif pada perusahaan. Hal ini berarti bahwa public relations dinilai baik dalam melaksanakan fungsinya di PT. SmartFren.

Peneliti menyarankan adanya agar pihak management smartfren lebih optimalisasi lagi dalam upaya peningkatan citra perusahaan, serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen demi terciptanya pemenuhan kebutuhan konsumen akan informasi serta peningkatan penjualan.