



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*

Felli Yudika

44213120084

Penerapan Pelayanan Prima Dalam Membentuk Citra Waroeng Sunda

Jumlah Halaman : x + 82 Halaman + 19 Lampiran

Bibliografi : 21 Acuan, Tahun 1993-2012

ABSTRAK

Secara umum tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga Perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dengan kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu Perusahaan, nantinya akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya dan yang akhirnya membentuk citra positif di mata pelanggan.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori Soleh Soemirat (2006) dimana dalam melaksanakan manajemen *Public Relations* terdapat empat proses diantaranya mendefinisikan problem *Public Relations*, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, mengevaluasi program. Dan Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2008) dalam proses pembentukan citra terdapat empat komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber. Dari hasil wawancara mendalam ini peneliti menemukan jawaban terkait dengan Penerapan Pelayanan Prima dalam Membentuk Citra Waroeng Sunda.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pelayanan prima sudah berjalan dengan baik dengan menerapkan dimensi kualitas pelayanan prima diantaranya keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*) sehingga membentuk *corporate image*.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Citra, Komunikasi



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*

Felli Yudika

44213120084

Penerapan Pelayanan Prima Dalam Membentuk Citra Waroeng Sunda

Pages : x + 83 Pages + 19 Attachment

Bibliografi : 21 Acuan, Tahun 1993-2012

ABSTRACT

In any kind of business, the main goal of service excellence is to satisfy and fulfill the customers needs so that the company can achieve maximum profit. An excellent service that a company provides will satisfy the customers and may Give a positive image for the company.

In this research, the author will use theory from Soleh Semirat (2006). This theory stated that there is 4 (four) process in doing Public relation management such as defining public relation problem, Planing and programming, taking action and communicate and evaluate program. And Soleh Soemirat and Elvinaro Ardianto (2008) said in the process of creating image there are 4 (four) component such as perception, cognition, motivation and attitude

This research use qualitative approach with Descriptive research exemplar . Method that author use in this research is doing deep interview to the respondent. From this result, author found answer related to implementation of service excellence in creating image of waroeng Sunda.

From this research, service excellence already occur by doing quality of dimension service excellence such as reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible therefore can create corporate image.

Keywords : Service Excellence, Image, Communication