



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Suci Rahayu
44214310004

Strategi *Public Relation* PT Sony Mobile Communication dalam Menjaga Hubungan Baik dengan Konsumen (*Customer Relation*)

Jumlah Halaman : xiii + 83 Halaman + 13 Lampiran

Bibliografi : 30 buku (2002 – 2017)

ABSTRAK

Saat ini perusahaan asing khususnya industri teknologi *mobile phone* berlomba-lomba untuk dapat masuk ke pasar Indonesia, khususnya Jakarta yang menjadi pusat kota dan perkantoran. Pendatang baru mampu mengancam eksistensi perusahaan yang telah ada seperti yang peneliti angkat saat ini yaitu PT *Sony Mobile Communication*. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas yang dilakukan *public relation* PT Sony Mobile dalam menjaga citra perusahaan terkait dengan pelayanan *aftersales*.

Strategi yang peneliti gunakan sebagai komparasi yaitu diambil berdasarkan definisi *public relation* menurut Cutlip bahwa PR lebih kepada fungsi dan pendekatan manajerial, yaitu *fact finding, planning, communication, dan evaluation*.

Seperti yang diketahui oleh masyarakat sejauh ini, bahwa Sony memiliki kualitas teknologi dengan kelas atas dan dengan adanya PETISI yang muncul di *website* Divisi kehumasan di perusahaan SONY saat ini dikendalikan oleh Manager Operational & Business Development dan dibantu Assistance Manager & Mobile Product Support. Dengan adanya isu negatif menjadikan peneliti mengetahui secara detail bagaimana menangani jika humas bukan termasuk pada divisi kehumasan itu sendiri.

Dalam hal ini, Sony Mobile Xperia mendapat tanggapan negatif terkait perusahaannya, sehingga menimbulkan persepsi, citra, dan reputasi yang negatif pula. Maka dengan peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif lebih menguraikan secara detail dengan proses wawancara kepada narasumber, mempermudah dalam pengkajian sehingga hasil penelitian dapat secara langsung menjawab bagaimana strategi yang tepat dalam melakukan komunikasi dan meredam isu negatif dengan membangun hubungan yang baik selanjutnya menjaganya agar tidak terulang kejadian yang sama yang menimbulkan krisis.

Kata Kunci : Strategi *Public Relation, Customer Relation*