



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Eva Marlina Sianturi
44212120300

Strategi Komunikasi Customer Relations dalam Membangun Kepercayaan Klien PT. Sinar Jernih Sarana (Periode 2014).

Jumlah halaman : xi+ 71Halaman+ 50Lampiran

Bibliografi : 23acuan,Tahun 2006 – 2014

ABSTRAK

Public Relations adalah wakil perusahaan yang tugasnya membangun hubungan komunikasi yang baik. Jika *Public Relations* adalah divisi yang membangun hubungan komunikasi dengan pihak *internal* dan *eksternal* maka *Customer Relations* bagian dari *Public Relations* yang tugasnya membangun hubungan komunikasi dengan pihak *eksternal* yaitu *customer*. Perhatian terhadap klien adalah soal menciptakan dan menumbuhkan pilihan klien. Menurutnya kepercayaan klien PT. Sinar Jernih Sarana pada tahun 2014 sebagai dampak dari kurangnya komunikasi antara penyedia dan pengguna jasa.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah proses kerja *Public Relations* menurut Cutlip, Center dan Broom yaitu *fact finding, planning and programing, taking action and communicating, dan evaluating*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan klien terhadap perusahaan jasa tidak dinilai dari kualitas karyawan di lapangan saja, terciptanya hubungan komunikasi yang baik antara penyedia dan pengguna jasa akan mempengaruhi tingkat kepercayaan klien.

PT. Sinar Jernih Sarana adalah perusahaan yang sedang berkembang, tidak menutup kemungkinan akan bekerja sama dengan perusahaan di luar Jakarta. Saran peneliti terhadap perusahaan adalah memanfaatkan fungsi *website* supaya *customer relations* bisa menjangkau kliennya.