Usaha-usaha perusahaan dalam membangun citra khalayak (Suatu studi kasus pada perusahaan yang tidak memiliki divisi hubungan masyarakat)

Eugenia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284726&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam usaha mempertahankan keberadaannya di tengah tengah persaingan, setiap perusahaan beradaptasi dengan khalayak. Oleh karena itu, perusahaan mengadakan komunikasi dengan khalayak dengan harapan memperoleh umpan balik sesuai yang dikehendakinya. Untuk menghadapi para pesaingnya, perusahaan ingin menciptakan profil yang unik. Keinginan untuk dikenal secara unik oleh khalayak sangat sulit dicapai jika perusahaan tidak berusaha membangun citra khalayak yang menguntungkan. Segala usaha perusahaan membangun citra khalayak yang menguntungkan seharusnya dilakukan oleh lembaga tersendiri di dalam perusahaan, yang dikenal sebagai divisi hubungan masyarakat tidak demikian halnya di Hero, sampai saat ini fungsi humas sebagian besar dilakukan oleh divisi marketing Hero.