

# **PERAN PUBLIC RELATIONS TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DUNKIN DONUT KOTA BANJARMASIN**

**Subhan Aprichal**

Universitas Islam Kalimantan  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
G-mail : subhanaprichal98@gmail.com

Dunkin' Donut mencapai keberhasilan melalui kepuasan pelanggan dan pelayanan yang baik dari karyawan. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada citra positif dan loyalitas pelanggan, yang merupakan kunci untuk keberhasilan Dunkin' Donuts. Karyawan yang loyal dan bertanggung jawab berperan penting dalam menciptakan pengalaman melebihi harapan pelanggan dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris tingkat Pelayanan dan Komunikasi Pribadi mempertahankan Citra Perusahaan Dunkin' Donuts Banjarmasin.

Teori komunikasi pribadi membantu penelitian ini karena membahas tentang komunikasi secara dua arah, dengan teori ini peneliti bisa mengetahui seberapa efektif dan pertumbuhan secara signifikan untuk kualitas pelayanan dan komunikasi pribadi untuk membangun citra perusahaan dunkin donuts. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptif.

Teknik pengumpulan data digunakan dengan studi kasus wawancara, observasi, dokumentasi.

Hasil yang ditemukan kualitas pelayanan berpengaruh pada reputasi Dunkin' Donuts Banjarmasin. Komunikasi pribadi antara staf dan pelanggan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan mengutamakan pelayanan berkualitas tinggi dan komunikasi yang baik, Dunkin' Donuts Banjarmasin dapat meningkatkan reputasinya dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Kata kunci: Komunikasi Pribadi, Citra Perusahaan, Kualitas pelayanan, loyalitas, kualitatif deskriptif.

*Dunkin' Donut achieves success through customer satisfaction and good service from employees. Customer satisfaction contributes to a positive image and customer loyalty, which are key to the success of Dunkin' Donuts. Loyal and responsible employees play an important role in creating an experience that exceeds customer expectations and enhances the company's reputation.*

*This study aims to empirically determine the level of service and personal communication to maintain the corporate image of Dunkin' Donuts Banjarmasin.*

*Personal communication theory helps this research because it discusses two-way communication, with this theory researchers can find out how effective and significant growth is for service quality and personal communication to build Dunkin Donuts corporate image. The method used in this study is a descriptive qualitative approach.*

*Data collection techniques used with case studies interviews, observation, documentation.*

*The results found that service quality affects the reputation of Dunkin' Donuts Banjarmasin. Personal communication between staff and customers also plays an important role in improving service quality. By emphasizing high quality service and good communication, Dunkin' Donuts Banjarmasin can enhance its reputation and strengthen customer relationships.*

*Keyword : Personal Communication, Corporate Image, Service Quality, Loyalty, descriptive qualitative.*

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bambang Suratman, S. W. (2017). *Public Relation Talent PR*. Jakarta: Salemba Harumanika
- Creswell, J. W. (2015). **Penelitian Kualitatif & Desain Riset**. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relation Writing*. Jakarta: Kencana.
- Riduan. (2012). **Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2009). **Metode Penelitian Pendidikan**. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supranto, j. (2000). **Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen**. Jakarta: PT Rineka Cipta.

### Jurnal

- Afnan, D., & Fathurrohman. (2020). **Kegiatan Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan**. *Jurnal Soshum Insentif*, 8-17.
- Lanes, L. G., Warouw, D. M., & Mingkid, E. (2021). **Peran Komunikasi Antarpribadi Orang Tua dalam Proses Belajar Daring bagi Anak di SD Negeri 15 Manado**. *Open Journal System (OJS)*, 1-9.
- Liyani, G. S. (2022). **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan bagian Barista dan Kitchen pada Office Coffe Banjarmasin**. *Thesis*, 1-9.
- Maulana, M., & Mulyana, M. (2013). **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Citra Perusahaan Studi Kasus pada Hotel Mirah Bogor**. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 195-204.
- Mulyaningsih, L. A., & Ketut, I. G. (2016). **Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar**. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1-30.

- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan.** *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-9.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). **CSR dan Citra Perusahaan.** *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 43-49.
- Priyono, A., & Ahmadi, D. (2021). **Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Barli Coffe.** *Journal Riset Public Relation*, 90-95.
- Triandewo, M. A., & Yustine. (2020). **Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan pada Loyalitas Konsumen.** *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13-24.