COMMUNITY RELATIONS CORORATE RESPONSIBILITY

Oleh : Edward Depari

Abstrak

Mendefinisikan apa dan siapa yang disebut komunitas dari sebuah organisasi atau perusahaan bukanlah pekerjaan yang sederhana. Komunitas local sering di definisikan sebagai kelompok masyarakat yang bertempat tinggal dalam jarak fisik yang paling dekat dengan lokasi perusahaan. Perusahaanyang beroperasi dalam jarak yang dekat dengan pemukiman masyarakat perlu menyadari bahwa anggota masyarakat akan memilki persepsi yang berbeda-beda terhadap kehadiran perusahaan. Ada yang merasa dirugikan karena keralaian lalu lintas, ada yang merasa tidak mempnyai kepentingan sama sekali, dan sebagainya.

REFERENSI

Alisan Theaker, The Public Relations Handbook, Routledge, London 2001

Joe Marconi, reputations Marketing, American Marketing Associations McGraw-Hill, Chicago, 2002

Shirley Harrison, Public Relations, An Indroduction (2nd ed) Business Press, Australia, 2000)

Paul A. Argenti and Janis Forman, The Power Of Corporate Communications, Mc Graw-Hill, New York, 2002