

“STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PT JAFPA COMFEED BUDURAN”

Oleh:

Mochamad Ardiyanto,

Kukuh Sinduwiatmo

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini telah mengubah cara hidup masyarakat terutama mereka yang berada di daerah perkotaan. Pesatnya perkembangan teknologi dan hadirnya internet telah memberikan kenyamanan lebih bagi seluruh masyarakat dalam mengakses informasi dan mengelola kehidupan. Perkembangan teknologi telah mempengaruhi cara berkomunikasi, belajar, bekerja dan berbisnis, termasuk di dalamnya Public Relations dengan posisinya yang sangat penting. Pengakuan dan citra yang positif perlu dibentuk untuk menciptakan kondisi organisasi yang sehat. PT Japfa Comfeed sendiri harus tetap berusaha untuk mempertahankan citra positif tersebut dengan memanfaatkan internet dan media sosial sebagai platform untuk promosi dan public relations.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana strategi public relations yang dilakukan oleh perusahaan dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun citra perusahaan?

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis data sekunder pada proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Instrumen yang digunakan adalah panduan wawancara dan Catatan lapangan. Metode analisa data yang dipakai adalah reduksi data, penyajian datadan penarikan kesimpulan/Verifikasi.

Hasil

- PT Japfa Comfeed belum melakukan publisitas secara maksimal.
- Citra perusahaan diasosiasikan dengan sejarah perusahaan atas keberhasilannya, berkontribusi terhadap masyarakat, dan riset-riset yang sudah dilakukan.
- Public Relations berperan dalam membangun citra positif suatu perusahaan.
- Kegiatan PR yang dilakukan oleh PT Japfa Comfeed belum cukup untuk meningkatkan citra positif.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara, teori situasional publik James E. Grunig dan Todd Hunt dengan hasil penelitian PT Japfa Comfeed, Tbk, yaitu: memberikan informasi yang spesifik tentang kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak umum. Analisis SWOT yang dikenal juga dengan sebutan strenght-weakness-opportunities-threats atau dalam bahasa Indonesia analisis kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman adalah mengetahui posisi PT Japfa Comfeed. Analisis yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam menunjukkan adanya peluang dan ancaman bagi PT Japfa Comfeed. Peluang ada dalam hal pengalaman dan kerjasama yaitu banyaknya pihak yang mendukung operasional dan program kerja seperti merchant, event organizer, transportasi, media massa. Ancaman yang terjadi adalah banyaknya pemain di provider yang menjadi saingan dari PT Japfa Comfeed.

Temuan Penting Penelitian

- PT Japfa Comfeed menggunakan strategi Public Relations untuk meningkatkan citra positif perusahaan dan publiknya. Strategi ini difokuskan pada publikasi, acara, berita, citra perusahaan, hubungan masyarakat, negoisasi, dan tanggung jawab sosial yang tepat.
- Strategi Public Relations yang digunakan oleh PT Japfa Comfeed untuk meningkatkan citra perusahaan di matapubliknya adalah strategi berbasis analisis SWOT, dimana berfokus pada kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal.
- PT Japfa Comfeed juga telah menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang menyediakan berbagai layanan dan fasilitas yang mendukung fungsionalitas perusahaan, seperti merchant, event organizer, organisation transportasi, dan media massa.
- Namun demikian, kurangnya publikasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT Japfa Comfeed menyebabkan masyarakat masih kurang memiliki informasi mengenai program-program tersebut, dan juga kurangnya akses internet oleh pelanggan menjadikan pelaksanaan survey kepuasan pelanggan tidak berjalan efektif.

Manfaat Penelitian

1. Memberikan gambaran umum mengenai strategi Public Relations yang digunakan oleh PT Japfa Comfeed Tbk dalam meningkatkan citra perusahaan.
2. Memberikan ancaman dari luar yang memungkinkan turunnya pamor dari PT Japfa Comfeed.
3. Mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh PT Japfa Comfeed dalam meningkatkan citra perusahaan.
4. Mengetahui peluang untuk meningkatkan citra perusahaan melalui kerjasama dengan pihak-pihak eksternal.
5. Mengetahui cara menganalisis SWOT dan penerapannya dalam strategi Public Relations serta memahami bagaimana strategi Public Relations dapat membantu PT Japfa Comfeed untuk meningkatkan citra perusahaan.

Referensi

- [1] elvinaro. Ardianto, “Handbook of Public Relations. Bandung: Simbiosis Rekatama media,” 2011.
- [2] J. R. Suminar, S. Soemirat, and E. Ardianto, “Dasar-dasar Komunikasi Organisasional: Pengertian, Ruang Lingkup, dan Peranan Komunikasi.” Bandung: ut. ac. id, 2014.
- [3] S. Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Dasar-Dasar Public Rosdakarya, Relations. 2004.
- [4] C. M. Zellatifanny and B. Mudjiyanto, “Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi,” Diakom J. Media Dan Komun., vol. 1, no. 2, pp. 83–90, 2018.
- [5] J. B. W. Williams, “A structured interview guide for the Hamilton Depression Rating Scale,” Arch. Gen. Psychiatry, vol. 45, no. 8, pp. 742–747, 1988.
- [6] A. Mulhall, “In the field: notes on observation in qualitative research,” J. Adv. Nurs., vol. 41, no. 3, pp. 306–313, 2003.
- [7] Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2010.
- [8] F. Nova, Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2011.
- [9] A. Schutz and A. Schutz, “The well-informed citizen: An essay on the social distribution of knowledge,” Collect. Pap. II Stud. Soc. theory, pp. 120–134, 1976.
- [10] C. D. Batson, N. Ahmad, and J. Tsang, “Four motives for community involvement,” J. Soc. Issues, vol. 58, no. 3, pp. 429–445, 2002.
- [11] Grunig dan Todd Hunt, Model Public Relation. 1984.
- [12] W. R. Sari, Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Qur’an. 2019. [Online]. Available: [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41337%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41337/1/WINDA RAHMA SARI-FDK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41337%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41337/1/WINDA%20RAHMA%20SARI-FDK.pdf)
- [13] R. Rosliana and R. Loisa, “Strategi Cyber Public Relations dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaan,” Prologia, vol. 2, no. 2, p. 480, 2019, doi: 10.24912/pr.v2i2.3733.
- [14] Handa Gustiawan and A. W. Maulana, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Membangun Citra Pada Divisi Corporate Communication PT Krakatau Steel (Persero) Tbk,” Ayan, vol. 8, no. 5, p. 55, 2019.
- [15] S. L. Lengkong, M. Sondakh, and J. . Londa, “Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado),” Acta Diurna, vol. VI, no. 1, pp. 1–46, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15493/15034>

