

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disampaikan hasil penelitian serta pembahasan tentang bagaimana strategi humas yang dilakukan oleh *PT Indogrow Internasional Service* guna meningkatkan citra positif terhadap pelanggan. Selanjutnya juga akan dijelaskan secara rinci tentang penerapan strategi yang dilakukan oleh pihak perusahaan yang terbagi dalam beberapa tahapan yaitu *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* yang merupakan fungsi dari manajemen. Selain itu, tanggapan dari pelanggan juga akan disampaikan guna menciptakan informasi yang berimbang.

A. Hasil Penelitian Profil Informan

Dalam sub bab ini, akan dijelaskan profil dari para staff karyawan dan manager direkur yang menjadi informan dalam penelitian ini. Diharapkan dengan adanya pemaparan latar belakang dari setiap informan ini akan menjadi alasan yang logis sekaligus pembuktian bahwa setiap informasi yang tertulis merupakan hasil dari wawancara kepada informan yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini terdapat 4 informan yang terdiri dari direktur, staff dan pelanggan. Adapun secara singkat penjelasan mengenai profil para informan sebagai berikut:

1. Identitas Informan

1. Informan 1

Informan pertama dalam penelitian ini yaitu Sukresno Suripno,SH,SE,MM dengan usia 70 tahun. Beliau merupakan tokoh yang memiliki kewenangan tertinggi di dalam struktural PT Indogrow Internasional Service, sejak tahun 2003 informan tersebut menjabat sebagai sebagai Direktur utama di perusahaan ini. Di era kepemimpinannya, citra positif *PT Indogrow Internasional Service* sangat diperhatikan terkait dalam usaha untuk meningkatkan kepercayaan terhadap pelanggan. Sosoknya yang tegas dan disiplin dalam memimpin membuat beliau sangat disegani oleh para bawahannya.

2. Informan 2

Informan kedua dalam penelitian ini yaitu Bagus Triadmodjo,Amd dengan usia 40 tahun. Beliau adalah salah satu karyawan di *PT Indogrow Internasional Servies* yang merupakan karyawan yang ulet dan cekatan dalam setiap tugas-tugas lapangan yang selalu beliau kerjakan, beliau juga sejak tahun 2003 menjabat sebagai *Humas Operasional* di *PT Indogrow Internasional Service*.

3. Informan 3

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Titik Astuti, S.E dengan berusia 45 tahun. Beliau merupakan pelanggan tetap dari *PT Indogrow Internasional Service* sejak 5 tahun terakhir. Dan sebagai seorang penguasa, beliau sangat

tertarik dengan jasa yang sudah ditawarkan oleh perusahaan sehingga beliau mau berkerjasama di dalam berbagai projek.

4. Informan 4

Informan keempat dalam penelitian ini adalah Aaron Ashab dengan usia 35 tahun. Beliau merupakan salah satu pelanggan (*customer care*) tetap yang ada di *PT Indogrow Internasional Service* di Bandar Lampung. Selain itu juga, beliau juga menjabat sebagai *owner* pada salah satu perusahaan di Bandar Lampung.

5. Informan 5

Informan kelima dalam penelitian ini adalah Irma Harahap dengan usia 33 tahun. Beliau yang merupakan pelanggan baru dari *PT Indogrow Internasional Service* sangat puas dengan pelayanan kinerja yg terjadi di *PT Indogrow Internasional Service* tersebut. Beliau juga merupakan *Manager Operasional* di salah satu perusahaan milik negara. Dan sebagai pelanggan baru, beliau juga merupakan pelanggan yang sangat sering menggunakan jasa dari perusahaan ini.

2. Strategi Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Pelanggan

1. Perencanaan dalam Meningkatkan Citra Positif

Menurut informan 1, perencanaan dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services*, sebagai berikut :

*“Sebelum memberikan citra positif terlebih dahulu kita harus melakukan pengenalan mengenai *PT. Indogrow Internasional Services* kepada pelanggan yaitu dengan cara memperkuat atau menanamkan kepercayaan dan keyakinan dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan*

citra positif hanya dapat diperoleh dengan adanya Visi dan Misi yang jelas serta komitmen yang kuat dari manajemen puncak terhadap arah dan tujuan perusahaan. Komitmen yang kuat dari jajaran manajemen puncak sangat diperlukan untuk memberikan rasa yakin, percaya dan rasa aman bagi seluruh jajaran karyawan dalam melaksanakan setiap kegiatan usaha yang merupakan ujung tombak pelaksana jalannya usaha guna dapat mencapai tujuan akhir yang telah disepakati bersama. Selanjutnya gemakan citra positif ke seluruh publik. Sebuah citra positif diupayakan untuk digemakan ke seluruh lapisan masyarakat agar publik dapat mengetahui, menerima, dan pada akhirnya mengakui keberadaan sebuah perusahaan. Citra positif yang didengungkan haruslah disesuaikan dengan Posisi (positioning) yang diinginkan perusahaan dalam lingkup industri atau usahanya, yang didukung oleh sikap perusahaan dalam setiap bidang kegiatannya.” (Informan 1).

Selain perencanaan secara internal terdapat juga perancangan kegiatan *PT. Indogrow Internasional Services* dengan pelanggan, yaitu :

“Perancangan kegiatan PT. Indogrow Internasional Services dengan pelanggan yaitu dengan program pemilihan promosi maupun program kepedulian pelanggan (customer care), namun yang perlu diperhatikan adalah jenis pelanggan yang dituju. Seperti untuk pelanggan yang sudah pernah membeli atau menggunakan produk dan jasa, tidak diperlukan program promosi yang hanya menjelaskan manfaat produk atau jasa secara umum, karena mereka tentunya sudah mengetahui dengan jelas manfaat yang diberikan. Selanjutnya untuk strong potensial customer (calon pelanggan yang memiliki potensi besar membeli produk atau jasa yang ditawarkan), lebih tepat bila diberikan program promosi yang dapat menjelaskan nilai tambah yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut untuk meningkatkan awarness mereka. Dan terakhir untuk fair potensial customer (calon pelanggan yang mungkin dapat tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan), cukup dengan program promosi umum yang menjelaskan manfaat dari produk atau jasa tersebut untuk dapat meraih awareness mereka.” (Informan 1).

“Selain program-program promosi yang tepat, maka program kepedulian pelanggan (customer care) perlu pula dijalankan untuk dapat membangun hubungan keterikatan emosional pelanggan, khususnya pelanggan lama (present customer) terhadap suatu brand untuk meraih loyalitas mereka. Hal ini diperlukan mengingat biaya yang diperlukan untuk meraih pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan biaya yang diperlukan untuk mempertahankan pelanggan lama, karena untuk dapat meraih pelanggan baru suatu perusahaan masih harus membangun tingkat awarness mereka akan brand tersebut dari awal. Dengan mempertahankan pelanggan lama (present customer), perusahaan sudah dapat langsung menikmati margin keuntungan (profit) yang lebih tinggi.” (Informan 1).

Setelah perancangan kegiatan *PT. Indogrow Internasional Services* dengan pelanggan maka langkah selanjutnya menurut informan 1 adalah pemilihan media publikasi dalam meningkatkan citra positif

“Sebuah perusahaan akan mendapatkan keuntungan berupa citra positif ketika kegiatan sosialnya diliput media. Media juga diuntungkan karena mendapatkan berita. Dengan tujuan pemilihan media ini adalah untuk memperoleh publisitas seluas mungkin, memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan, tajuk yang wajar, objektif, dan berimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan perusahaan, untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan perusahaan, untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan perusahaan bagi keperluan pembuatan penilaian mengenai situasi atau permasalahan yang memengaruhi keberhasilan kegiatan perusahaan, serta mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.” (Informan 1).

Selain itu terdapat pula manfaat yang didapat dari pemilihan media publikasi ini adalah :

“Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa, membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai kejujuran serta kepercayaan, penyampaian atau perolehan informasi yang akurat, jujur, dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.”(Informan 1).

Perencanaan dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services* seperti apa yang telah dijelaskan oleh informan 1, guna mendapatkan keabsahan data maka peneliti mewawancarai informan 2.

“Humas sebagai pelaksana dalam perencanaan dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services adalah pengenalan mengenai PT. Indogrow Internasional Services kepada pelanggan dengan cara memperkuat atau menanamkan kepercayaan dan keyakinan dalam perusahaan.” (Informan 2).

“Selanjutnya perancangan kegiatan PT. Indogrow Internasional Services dengan pelanggan dalam meningkatkan citra positif yaitu dengan

program pemilihan promosi maupun program kepedulian pelanggan (customer care).” (Informan 2).

“Pemilihan media dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services adalah untuk memperoleh publisitas seluas mungkin, memperoleh tempat dalam pemberitaan media terhadap meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services kepada masyarakat.” (Informan 2).

2. Pengorganisasian dalam Meningkatkan Citra Positif

Pengorganisasian dalam meningkatkan citra positif yang dilakukan oleh *PT. Indogrow Internasional Services*, sebagai berikut :

“seperti yang telah saya berikan sebelumnya, disini dapat dilihat kedudukan masing-masing dan tugasnya masing-masing. Jika semua menjalankan tugas masing-masing maka akan terjadilah kerjasama yang baik diantara masing-masing bagian :

1. Direktur

- a. Mengkordinir semua bagian yang ada diperusahaan*
- b. Menyetujui atau menolak transaksi freight forwarding yang diajukan oleh manager operasional. Menyetujui atau menolak penerimaan dan pengeluaran uang kas perusahaan dan diajukan manager keuangan dan administrasi*
- c. Mengembangkan kegiatan usaha perusahaan*
- d. Membina hubungan baik dengan mitra usaha*
- e. Bertanggung jawab kepada dewan direksi*

2. Manager Keuangan dan Administrasi

- a. Mengkordinir sub bagian keuangan dan sub bagian Umum*
- b. Menyetujui dan menolak pengeluaran kas rutin yang diajukan oleh sub keuangan*
- c. Meneliti dokuman transaksi keuangan yang dibuat oleh sub keuangan*
- d. Meneliti dan menandatangani surat keluar yang dibuat oleh sub administrasi dan umum*
- e. Meneliti dan menyetujui rencana-rencana atau budget yang dibuat sub keuangan dan sub Administrasi dan umum*
- f. Bertanggung jawab kepada direktur*

3. Manager Operasional

- a. Mengkoordinir sub bagian operasional
- b. Meneliti dan menandatangani dokumen yang dibuat sub bagian operasional
- c. Meneliti dan merekomendasi budget yang diajukan sub bagian operasional
- d. Meneliti absensi para pegawai
- e. Bertanggung jawab kepada direktur

4. Manager Accounting

- a. Meneliti keabsahan dan kewajaran semua bukti transaksi
- b. Memeriksa hasil pencatatan bukti-bukti transaksi dan accounting
- c. Membuat laporan keuangan

5. Sub Bagian SDM dan Keuangan

- a. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- b. Menjaga keamanan dokumen keuangan dan buku-buku perusahaan
- c. Meneliti dan mencatat buku-buku yang dilakukan oleh pegawai
- d. Menerima atau mengeluarkan uang kas sesuai dengan persetujuan Manager Keuangan dan Direktur untuk jumlah pengeluaran pada batas yang ditetapkan
- e. Membuat budget pendapatan dan biaya bulanan dan tahunan
- f. Menangani tentang administrasi kepegawaian, keamanan dan pelayanan umum
- g. Bertanggung jawab kepada direktur melalui manager keuangan

6. Sub Bagian Operasional

- a. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- b. Mengawasi penggunaan peralatan perusahaan
- c. Mengawasi keamanan barang-barang perusahaan
- d. Bertanggung jawab kepada direktur melalui Manager Operasional

7. Accounting

- a. Meneliti keabsahan dan kewajaran semua bukti transaksi
- b. Melakukan pencatatan bukti-bukti transaksi
- c. Membuat laporan keuangan
- d. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- e. Menjaga keamanan dan kerapian arsip-arsip perusahaan

- f. Meneliti surat-surat yang ditandatangani oleh direktur yang dibuat oleh pegawai
- g. Bertanggung jawab kepada direktur melalui manager accounting”.

8. *Humas Operasional*

- a. Mengirimkan siaran pers (press release).
- b. Menyelenggarakan konferensi pers.
- c. Membina hubungan yang harmonis antara perusahaan atau organisasi dengan konsumen.
- d. Memformulasikan isu-isu penting di perusahaan yang menarik untuk media.
- e. Menyelenggarakan ramah-tamah dengan media (media visit/media gathering).
- f. Menyelenggarakan kunjungan lapangan untuk pers (press tour).
- g. Menyelenggarakan acara-acara khusus, wawancara khusus,
- h. Menyediakan/menjadi nara sumber media, monitoring pemberitaan media.(informan 1).

“PT. Indogrow Internasional Services adalah perusahaan dibidang perusahaan dan penyelenggaraan ekspedisi muatan kapal laut,jasa pengurusan transpostasi dan bongkar muat barang dari ke kapal dan akan terus menjadi Freight forwading (Perusahaan Jasa Transportasi) dengan profit motif untuk mencapai pengembangan perusahaan yang baik, kesejahteraan karyawan dan ikut serta dalam tanggung jawab sosial secara maksimal.” (Informan 1).

“PT. Indogrow Internasional Services adalah perusahaan yang menangani pekerjaan secara profesional, berhubungan dan menyelesaikan pekerjaan dengan baik terhadap pejabat dan mitra kerja dilingkungan kerja freight forwading (Perusahaan jasa Transportasi) demi pelayanan pada relasi dengan optimal dan memuaskan , dengan demikian dicapai profit yang maksimal.” (Informan 1).

Setelah perencanaan maka selanjutnya adalah pengorganisasian dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services seperti apa yang telah dijelaskan oleh informan 1, guna mendapatkan keabsahan data maka peneliti mewawancarai (informan 2).

“Seperti apa yang saya jelaskan sebelumnya, humas sebagai pelaksana dalam perencanaan dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services. Pengorganisasian dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services, humas adalah bidang atau bagian tersendiri dalam perusahaan, disini humas melaksanakan kegiatan dari perencanaan dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services.” Informan 2).

3. Penggerakan dalam Meningkatkan Citra Positif

Menurut informan 1, Penggerakan dalam PT. Indogrow Internasional Services dalam meningkatkan citra positif yaitu :

“Penggerakan dalam PT. Indogrow Internasional Services sendiri memiliki bidang-bidang masing-masing yang memiliki tugas tersendiri guna menggapai tujuan perusahaan itu sendiri. Adapun bagian-bagian tersebut seperti yang saya jelaskan sebelumnya.”

1. Direktur

- a. Mengkordinir semua bagian yang ada diperusahaan
- b. Menyetujui atau menolak transaksi freight forwarding yang diajukan oleh manager operasional. Menyetujui atau menolak penerimaan dan pengeluaran uang kas perusahaan dan diajukan manager keuangan dan administrasi
- c. Mengembangkan kegiatan usaha perusahaan
- d. Membina hubungan baik dengan mitra usaha
- e. Bertanggung jawab kepada dewan direksi

2. Manager Keuangan dan Administrasi

- a. Mengkoordinir sub bagian keuangan dan sub bagian Umum
- b. Menyetujui dan menolak pengeluaran kas rutin yang diajukan oleh sub keuangan
- c. Meneliti dokuman transaksi keuangan yang dibuat oleh sub keuangan
- d. Meneliti dan menandatangani surat keluar yang dibuat oleh sub administrasi dan umum
- e. Meneliti dan menyetujui rencana-rencana atau budget yang dibuat sub keuangan dan sub Administrasi dan umum
- f. Bertanggung jawab kepada direktur

3. Manager Operasional

- a. Mengkoordinir sub bagian operasional
- b. Meneliti dan menandatangani dokumen yang dibuat sub bagian operasional
- c. Meneliti dan merekomendasi budget yang diajukan sub bagian operasional
- d. Meneliti absensi para pegawai
- e. Bertanggung jawab kepada direktur

4. Manager Accounting

- a. Meneliti keabsahan dan kewajaran semua bukti transaksi
- b. Memeriksa hasil pencatatan bukti-bukti transaksi dan accounting
- c. Membuat laporan keuangan

5. Sub Bagian SDM dan Keuangan

- a. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- b. Menjaga keamanan dokumen keuangan dan buku-buku perusahaan
- c. Meneliti dan mencatat buku-buku yang dilakukan oleh pegawai
- d. Menerima atau mengeluarkan uang kas sesuai dengan persetujuan Manager Keuangan dan Direktur untuk jumlah pengeluaran pada batas yang ditetapkan
- e. Membuat budget pendapatan dan biaya bulanan dan tahunan
- f. Menangani tentang administrasi kepegawaian, keamanan dan pelayanan umum
- g. Bertanggung jawab kepada direktur melalui manager keuangan

6. Sub Bagian Operasional

- a. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- b. Mengawasi penggunaan peralatan perusahaan
- c. Mengawasi keamanan barang-barang perusahaan
- d. Bertanggung jawab kepada direktur melalui Manager Operasional

7. Accounting

- a. Meneliti keabsahan dan kewajaran semua bukti transaksi
- b. Melakukan pencatatan bukti-bukti transaksi
- c. Membuat laporan keuangan
- d. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya

- e. Menjaga keamanan dan kerapian arsip-arsip perusahaan
- f. Meneliti surat-surat yang ditandatangani oleh direktur yang dibuat oleh pegawai
- g. Bertanggung jawab kepada direktur melalui *manager accounting*”

8. Humas Operasional

- a. Mengirimkan siaran pers (*press release*).
- b. Menyelenggarakan konferensi pers.
- c. Membina hubungan yang harmonis antara perusahaan atau organisasi dengan konsumen.
- d. Memformulasikan isu-isu penting di perusahaan yang menarik untuk media.
- e. Menyelenggarakan ramah-tamah dengan media (*media visit/media gathering*).
- f. Menyelenggarakan kunjungan lapangan untuk pers (*press tour*).
- g. Menyelenggarakan acara-acara khusus, wawancara khusus,
- h. Menyediakan/menjadi nara sumber media, monitoring pemberitaan media.(informan 1).

Dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services* seperti apa yang telah dijelaskan oleh informan 1, guna mendapatkan keabsahan data maka peneliti mewawancarai informan 2.

“jika ditanya mengenai penggerakan dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services*, maka disini humas bertanggung jawab atas pegawai-pegawai kehumasan dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services*. Bagaimana kinerja para pegawai dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services* itu sendiri.” (Informan 2).

4. Pengawasan dalam Meningkatkan Citra Positif

Menurut informan 1, pengawasan dalam *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif yaitu :

“*PT. Indogrow Internasional Services* memiliki bidang-bidang masing-masing yang memiliki tugas tersendiri guna menggapai tujuan perusahaan itu sendiri, sehingga dalam hal pengawasan dilakukan oleh bidang atau

bagian yang memiliki kedudukan tertinggi dan bertanggung jawab atas bagian di bawahnya.” (Informan 1).

Pengawasan dalam meningkatkan citra positif *PT. Indogrow Internasional Services* seperti apa yang telah dijelaskan oleh informan 1, guna mendapatkan keabsahan data maka peneliti mewawancarai informan 2.

“Menegenai pengawasan dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services, maka disini humas bertanggung jawab atas pegawai-pegawai kehumasan dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services. Bagaimana kinerja para pegawai dalam meningkatkan citra positif PT. Indogrow Internasional Services itu sendiri.” (Informan 2).

5. Pelaksanaan dalam Meningkatkan Citra Positif

Menurut informan 1, kegiatan yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan adalah :

“Kegiatan Humas PT. Indogrow Internasional Services dengan pelanggan dalam meningkatkan citra positif yaitu dengan program pemilihan promosi maupun program keperdulian pelanggan (customer care).” (Informan 1).

“Sebuah perusahaan akan mendapatkan keuntungan berupa citra positif ketika kegiatan sosialnya diliput media. Media juga diuntungkan karena mendapatkan berita. Dengan tujuan pemilihan media ini adalah untuk memperoleh publisitas seluas mungkin, memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan, tajuk yang wajar, objektif, dan berimbang mengenai ha-hal yang menguntungkan perusahaan, untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan perusahaan, untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan perusahaan bagi keperluan pembuatan penilaian mengenai situasi atau permasalahan yang memengaruhi keberhasilan kegiatan perusahaan, serta mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.” (Informan 1).

Kegiatan Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan adalah :

“Dengan program pemilihan promosi maupun program kepedulian pelanggan (customer care), namun yang perlu diperhatikan adalah jenis pelanggan yang dituju. Seperti untuk pelanggan yang sudah pernah membeli atau menggunakan produk dan jasa, tidak diperlukan program promosi yang hanya menjelaskan manfaat produk atau jasa secara umum, karena mereka tentunya sudah mengetahui dengan jelas manfaat yang diberikan. Selanjutnya untuk strong potensial customer (calon pelanggan yang memiliki potensi besar membeli produk atau jasa yang ditawarkan), lebih tepat bila diberikan program promosi yang dapat menjelaskan nilai tambah yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut untuk meningkatkan awarness mereka. Dan terakhir untuk fair potensial customer (calon pelanggan yang mungkin dapat tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan), cukup dengan program promosi umum yang menjelaskan manfaat dari produk atau jasa tersebut untuk dapat meraih awareness mereka.” (Informan 2).

“Selain program-program promosi yang tepat, maka program kepedulian pelanggan (customer care) perlu pula dijalankan untuk dapat membangun hubungan keterikatan emosional pelanggan, khususnya pelanggan lama (present customer) terhadap suatu brand untuk meraih loyalitas mereka. Hal ini diperlukan mengingat biaya yang diperlukan untuk meraih pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan biaya yang diperlukan untuk mempertahankan pelanggan lama, karena untuk dapat meraih pelanggan baru suatu perusahaan masih harus membangun tingkat awarness mereka akan brand tersebut dari awal. Dengan mempertahankan pelanggan lama (present customer), perusahaan sudah dapat langsung menikmati margin keuntungan (profit) yang lebih tinggi.” (Informan 2).

Selain itu, kegiatan yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan yang berhubungan dengan media publikasi dalam meningkatkan citra positif, sebagai berikut :

“Pengiriman siaran pers (press release), menyelenggarakan konferensi pers, memformulasikan isu penting di organisasi yang menarik untuk media, menyelenggarakan ramah-tamah dengan media (media visit/media gathering), menyelenggarakan kunjungan lapangan untuk pers (press tour), menyelenggarakan acara-acara khusus, wawancara khusus, menyediakan/menjadi nara sumber media, monitoring pemberitaan media.”(Informan 2).

6. Citra Positif *PT. Indogrow Internasional Services* Pada Pelanggan

Menurut informan 3 mengenai *PT. Indogrow Internasional Services*, yaitu :

“Menurut saya, PT. Indogrow Internasional Services adalah perusahaan yang berkerja secara profesional. Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan, dengan karyawan yang ramah dan memperlakukan pelanggan dengan baik. Bila dilihat dari media sangat bagus. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk pelanggan sangat menguntungkan seperti promosinya.”

Menurut informan 4 mengenai *PT. Indogrow Internasional Services*, yaitu:

“Profesional, kalau menurut saya seperti itu. Pelayanan yang ramah tama, sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Citra yang saya dapat dimedia ataupun yang saya lihat sangat bagus, dan sangat sesuai dengan yang ada dilapangan.”

Menurut informan 5 mengenai *PT. Indogrow Internasional Services*, yaitu:

“PT. Indogrow Internasional Services sangat bagus dalam melakukan pelayanan. Para karyawan yang sangat profesional. Menurut saya perusahaan yang sangat memperhatikan kepuasan pelanggan, apalagi ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pastilah kepuasan pelanggan diutamakan. Citra yang saya dapat selama ini bagus, tidak ada yang salah dari apa yang dicitrakan dimedia atau disini.”

A. Pembahasan Penelitian

1. Strategi Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Pelanggan

1. Perencanaan dalam Meningkatkan Citra Positif

Perencanaan adalah suatu kegiatan membuat tujuan perusahaan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan tersebut. Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan itu, dan

mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Adapun yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif pada pelanggan, sebagai berikut :

1. Pengenalan *PT. Indogrow Internasional Services* kepada Pelanggan

Penciptaan Citra positif dari suatu perusahaan penyedia produk atau jasa sangat erat kaitannya dengan penciptaan *brand equity* untuk dapat meraih kepercayaan publik. Citra positif di mata publik hanya dapat tercapai bila keseluruhan perusahaan mencerminkan citra yang ingin diposisikan tersebut, karena publik akan lebih mengakui citra yang tercermin langsung dari setiap sikap dan kegiatan suatu perusahaan. Oleh karena itu langkah awal yang harus diupayakan adalah menanamkan dan meningkatkan keyakinan dan kepercayaan diri di dalam tubuh perusahaan itu sendiri sebagai sebuah perusahaan yang profesional. Untuk selanjutnya sebuah motto dengan citra positif dapat didengarkan ke publik sehingga pada akhirnya perusahaan dapat memperoleh pengakuan dari masyarakat luas.

Adapun pengenalan *PT. Indogrow Internasional Services*, sebagai berikut :

- a. Memperkuat atau Menanamkan Kepercayaan dan Keyakinan dalam Perusahaan.

Peningkatan citra positif hanya dapat diperoleh dengan adanya Visi dan Misi yang jelas serta Komitmen yang kuat dari manajemen puncak terhadap arah dan tujuan perusahaan. Komitmen yang kuat dari jajaran manajemen puncak sangat diperlukan untuk memberikan rasa yakin, percaya dan rasa aman bagi seluruh jajaran karyawan dalam melaksanakan setiap kegiatan usaha yang merupakan ujung tombak pelaksana jalannya usaha guna dapat mencapai tujuan akhir yang telah disepakati bersama. Oleh sebab itu Visi dan Misi yang jelas maupun Komitmen yang kuat haruslah didengarkan dan disosialisasikan oleh manajemen puncak ke segenap karyawan, agar memiliki keseragaman sikap, arah gerak dan tujuan.

Visi dan Misi ini pula yang menjadi cikal bakal dari terbentuknya Budaya perusahaan (*corporate culture*) yang berakar kuat diseluruh perusahaan serta lahirnya Identitas perusahaan (*corporate identity*) yang dapat mencirikan Keunggulan utama (*core competence*) suatu perusahaan di mata publik. Nilai-nilai keyakinan dan kepercayaan yang kuat dari seluruh jajaran manajemen maupun karyawan yang tercermin dalam sikap maupun tindakan, secara langsung maupun tidak langsung dapat pula berfungsi sebagai bagian dari mata rantai "*public relation*" bagi perusahaan maupun *brand* dari produk / jasa yang dihasilkan, yang

pada akhirnya dapat meningkatkan keyakinan publik akan keunggulan *brand* tersebut.

Untuk dapat tumbuh menjadi perusahaan yang profesional maka harus ada suatu nilai-nilai dasar yang sama yang tertanam disetiap sikap (*attitude*) maupun kegiatan seluruh perusahaan yang pada akhirnya akan membawa perusahaan ke tujuan yang telah ditetapkan bersama. Nilai-nilai dasar yang lahir dari Visi dan Misi perusahaan selanjutnya dituangkan dalam bentuk Budaya perusahaan (*corporate culture*) agar dapat lebih mudah disosialisasikan dan diserap sebagai acuan dasar bagi setiap kegiatan perusahaan.

Budaya perusahaan yang mencerminkan profesionalitas haruslah tersosialisasikan dengan baik dan tertanam kuat diseluruh bidang kegiatan perusahaan. Namun budaya perusahaan akan lebih mudah tersosialisasi dan tertanam kuat bila ada komitmen yang kuat pula dari seluruh jajaran manajemen untuk menjalankannya. Agar lebih mudah tersosialisasi dan tertanam kuat sebagai suatu Budaya perusahaan, maka Visi dan Misi dapat dituangkan dalam bentuk Motto perusahaan.

b. Gemakan Citra Positif ke Seluruh Publik

Sebuah Citra positif haruslah diupayakan untuk digemakan ke seluruh lapisan masyarakat agar publik dapat mengetahui, menerima, dan pada akhirnya mengakui keberadaan sebuah perusahaan. Citra positif yang didengungkan haruslah disesuaikan dengan Posisi (*positioning*) yang diinginkan perusahaan dalam lingkup industri / usahanya, yang didukung oleh sikap perusahaan dalam setiap bidang kegiatannya.

Profesionalitas merupakan kunci sukses utama dalam memenangkan persaingan yang tajam di era globalisasi ini. Oleh karena itu sebuah perusahaan yang menginginkan kesuksesan serta peningkatan daya saing dari produk / jasa yang ditawarkannya haruslah bersikap Profesional dalam setiap bidang kegiatannya. Selanjutnya ukuran profesionalitas sangat erat kaitannya dengan Kualitas yang dihasilkan. Dengan demikian perusahaan yang ingin memposisikan dirinya sebagai perusahaan yang profesional haruslah mengutamakan mutu dalam setiap produk maupun jasa yang dihasilkan. Untuk dapat mencitrakan dirinya ke publik sesuai dengan posisi yang diinginkan maka disamping budaya perusahaan yang tertanam kuat pada seluruh sikap dan kegiatan perusahaan, diperlukan juga Identitas perusahaan (*corporate identity*) yang dapat memperlihatkan citra perusahaan tersebut ke masyarakat luas. Pemilihan filisofi, semboyan ataupun motto yang tepat

sangatlah penting dalam menentukan identitas sebuah perusahaan. Identitas inilah yang akan selalu “mewakili” dan “mencirikan” kekuatan inti (*core competence*) sebuah perusahaan di masyarakat untuk mencapai citra dan posisi yang diharapkan.

Pemanfaatan figur publik (*public figure*) yang disegani dan dihormati dalam mendongungkan citra serta komitmen suatu perusahaan juga dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan citra positif yang diinginkan. Pemilik perusahaan yang terkenal dan merupakan figur publik yang disegani dapat memberikan “pengaruh” besar untuk menarik perhatian publik akan produk / jasa yang ditawarkan oleh perusahaannya ataupun meningkatkan citra perusahaannya, serta dapat berperan sebagai “*public relation*” bagi perusahaannya sendiri baik secara langsung maupun tidak langsung melalui serangkaian komitmennya dalam dunia usaha. Hal ini akan semakin menunjang meningkatnya citra positif perusahaan bila komitmen-komitmen yang dikeluarkan mencerminkan sikap profesionalitas yang tinggi, serta keperdulian terhadap kebutuhan masyarakat yang pada akhirnya dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaannya.

2. Perancangan Kegiatan *PT. Indogrow Internasional Services* dengan Pelanggan dalam Meningkatkan Citra Positif

Perancangan kegiatan *PT. Indogrow Internasional services* dengan pelanggan dalam meningkatkan citra positif agar lebih efektif maka program pemilihan promosi maupun program keperdulian pelanggan (*customer care*) haruslah tepat dan sesuai dengan kategori pelanggan yang dituju :

- a. Untuk pelanggan yang sudah pernah membeli atau menggunakan produk dan jasa dari suatu *brand (present customer)*, tidak diperlukan program promosi yang hanya menjelaskan manfaat produk atau jasa secara umum, karena mereka tentunya sudah mengetahui dengan jelas manfaat yang diberikan. Yang diperlukan adalah program promosi serta *customer care* yang dapat merangsang *present customer* melakukan re-selling dan bahkan loyal terhadap *brand* tersebut, seperti pemberian point dalam setiap pembelian produk yang dapat ditukarkan dengan produk senilai tertentu sesuai dengan jumlah point yang terkumpul.
- b. Untuk *strong potensial customer* (calon pelanggan yang memiliki potensi besar membeli produk atau jasa yang ditawarkan), lebih tepat bila diberikan program promosi yang dapat menjelaskan nilai tambah yang diperoleh dari

produk atau jasa tersebut untuk meningkatkan *awarness* mereka.

- c. Untuk *fair potensial customer* (calon pelanggan yang mungkin dapat tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan), cukup dengan program promosi umum yang menjelaskan manfaat dari produk atau jasa tersebut untuk dapat meraih *awareness* mereka.

Disamping program-program promosi yang tepat, maka program kepedulian pelanggan (*customer care*) perlu pula dijalankan untuk dapat membangun hubungan keterikatan emosional pelanggan, khususnya pelanggan lama (*present customer*) terhadap suatu brand untuk meraih loyalitas mereka. Hal ini diperlukan mengingat biaya yang diperlukan untuk meraih pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan biaya yang diperlukan untuk mempertahankan pelanggan lama, karena untuk dapat meraih pelanggan baru suatu perusahaan masih harus membangun tingkat *awarness* mereka akan brand tersebut dari awal. Dengan mempertahankan pelanggan lama (*present customer*), perusahaan sudah dapat langsung menikmati margin keuntungan (profit) yang lebih tinggi.

3. Pemilihan Media Publikasi dalam Meningkatkan Citra Positif

Sebuah perusahaan akan mendapatkan keuntungan berupa citra positif ketika kegiatan sosialnya diliput media. Pada saat yang sama, media juga diuntungkan karena mendapatkan berita. Adapun tujuan utama dalam pemilihan media ini adalah :

- a. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin.
- b. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan, tajuk yang wajar, objektif, dan berimbang mengenai ha-hal yang menguntungkan perusahaan.
- c. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan perusahaan.
- d. Untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan perusahaan bagi keperluan pembuatan penilaian mengenai situasi atau permasalahan yang memengaruhi keberhasilan kegiatan perusahaan.
- e. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.
- f. Terdapat pula manfaat yang didapat dari pemiliha media publikasi ini adalah :
- g. Membangun pemahaan mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa.

- h. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai kejujuran serta kepercayaan.
- i. Penyampaian/ perolehan informasi yang akurat, jujur, dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

2. Pengorganisasian dalam Meningkatkan Citra Positif

Pengorganisasian adalah suatu kegiatan pengaturan pada sumber daya manusia dan sumberdaya fisik lain yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan serta menggapai tujuan perusahaan. Adapun pengorganisasian dalam meningkatkan citra positif yang dilakukan oleh *PT. Indogrow Internasional Services*, sebagai berikut :

- 1. Deferensiasi adalah tingkatan atau kedudukan dalam sebuah organisasi.

Pada *PT. Indogrow Internasional Services* terdapat pembagian kedudukan sesuai dengan tugas masing-masing guna menggapai tujuan perusahaan, yaitu :

1. Direktur

- a. Mengkordinir semua bagian yang ada diperusahaan
- b. Menyetujui atau menolak transaksi freight forwarding yang diajukan oleh manager operasional.
Menyetujui atau menolak penerimaan dan

pengeluaran uang kas perusahaan dan diajukan
manager keuangan dan administrasi

- c. Mengembangkan kegiatan usaha perusahaan
- d. Membina hubungan baik dengan mitra usaha
- e. Bertanggung jawab kepada dewan direksi

2. *Manager Keuangan dan Administrasi*

- a. Mengkoordinir sub bagian keuangan dan sub bagian Umum
- b. Menyetujui dan menolak pengeluaran kas rutin yang diajukan oleh sub keuangan
- c. Meneliti dokumen transaksi keuangan yang dibuat oleh sub keuangan
- d. Meneliti dan menandatangani surat keluar yang dibuat oleh sub administrasi dan umum
- e. Meneliti dan menyetujui rencana-rencana atau budget yang dibuat sub keuangan dan sub Administrasi dan umum
- f. Bertanggung jawab kepada direktur

3. *Manager Operasional*

- a. Mengkoordinir sub bagian operasional
- b. Meneliti dan menandatangani dokumen yang dibuat sub bagian operasional
- c. Meneliti dan merekomendasi budget yang diajukan sub bagian operasional

- d. Meneliti absensi para pegawai
- e. Bertanggung jawab kepada direktur

4. *Manager Accounting*

- a. Meneliti keabsahan dan kewajaran semua bukti transaksi
- b. Memeriksa hasil pencatatan bukti-bukti transaksi dan accounting
- c. Membuat laporan keuangan

5. *Sub Bagian SDM dan Keuangan*

- a. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- b. Menjaga keamanan dokumen keuangan dan buku-buku perusahaan
- c. Meneliti dan mencatat buku-buku yang dilakukan oleh pegawai
- d. Menerima atau mengeluarkan uang kas sesuai dengan persetujuan Manager Keuangan dan Direktur untuk jumlah pengeluaran pada batas yang ditetapkan
- e. Membuat budget pendapatan dan biaya bulanan dan tahunan
- f. Menangani tentang administrasi kepegawaian, keamanan dan pelayanan umum
- g. Bertanggung jawab kepada direktur melalui manager keuangan

6. Sub Bagian Operasional

- a. Mengkordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- b. Mengawasi penggunaan peralatan perusahaan
- c. Mengawasi keamanan barang-barang perusahaan
- d. Bertanggung jawab kepada direktur melalui Manager Operasional

7. Accounting

- a. Meneliti keabsahan dan kewajaran semua bukti transaksi
- b. Melakukan pencatatan bukti-bukti transaksi
- c. Membuat laporan keuangan
- d. Mengkoordinir para pegawai yang ada di bawahnya
- e. Menjaga keamanan dan kerapian arsip-arsip perusahaan
- f. Meneliti surat-surat yang ditandatangani oleh direktur yang dibuat oleh pegawai
Bertanggung jawab kepada direktur melalui manager accounting

8. Humas Operasional

- a. Mengirimkan siaran pers (press release).
- b. Menyelenggarakan konferensi pers.
- c. Membina hubungan yang harmonis antara perusahaan atau organisasi dengan konsumen.
- d. Memformulasikan isu-isu penting di perusahaan yang

menarik untuk media.

e. Menyelenggarakan ramah-tamah dengan media (media visit/media gathering).

f. Menyelenggarakan kunjungan lapangan untuk pers (pres tour).

g. Menyelenggarakan acara-acara khusus, wawancara khusus,

h. Menyediakan/menjadi nara sumber media, monitoring pemberitaan media.

2. Formalisasi adalah tingkat sejauh mana sebuah organisasi menyandarkan dirinya kepada peraturan dan prosedur untuk mengatur perilaku dari para pegawainya.

PT. Indogrow Internasional Services adalah perusahaan dibidang perusahaan dan menyelenggarakan ekspedisi muatan kapal laut, jasa pengurusan transpostasi dan bongkar muat barang dari ke kapal dan akan terus menjadi *Freight forwarding* (Perusahaan Jasa Transportasi) dengan profit motif untuk mencapai pengembangan perusahaan yang baik, kesejahteraan karyawan dan ikut serta dalam tanggung jawab sosial secara maksimal.

3. Standarisasi adalah tingkatan atau standar yang harus dicapai dalam sebuah pengorganisasian suatu usaha.

PT. Indogrow Internasional Services adalah perusahaan yang menangani pekerjaan secara profesional, berhubungan dan

menyelesaikan pekerjaan dengan baik terhadap pejabat dan mitra kerja dilingkungan kerja *freight forwarding* (Perusahaan jasa Transportasi) demi pelayanan pada relasi dengan optimal dan memuaskan, dengan demikian dicapai profit yang maksimal.

3. Penggerakan dalam Meningkatkan Citra Positif

Penggerakan adalah suatu fungsi kepemimpinan manajer untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dinamis, dan lain sebagainya.

Penggerakan sendiri dibagi menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Sentralisasi adalah sampai tingkat mana pengambilan keputusan dipusatkan pada suatu titik tunggal dalam organisasi.
2. Desentralisasi adalah keleluasaan keputusan dialihkan ke bawah ke karyawan tingkat lebih rendah.

Dalam *PT. Indogrow Internasional Services* menggunakan desentralisasi.

Hal ini dikarenakan *PT. Indogrow Internasional Services* memiliki bidang-bidang masing-masing yang memiliki tugas tersendiri guna menggapai tujuan perusahaan itu sendiri. Adapun bagian-bagian tersebut adalah :

1. Direktur
2. Manager Keuangan dan Administrasi
3. Manager Operasional
4. *Manager Accounting*

5. Sub Bagian SDM dan Keuangan

6. Sub Bagian Operasional

7. *Accounting*

8. Humas Operasional.

4. Pengawasan dalam Meningkatkan Citra Positif

Pengawasan adalah suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. *PT. Indogrow Internasional Services* memiliki bidang-bidang masing-masing yang memiliki tugas tersendiri guna menggapai tujuan perusahaan itu sendiri, sehingga dalam hal pengawasan dilakukan oleh bidang atau bagian yang memiliki kedudukan tertinggi dan bertanggung jawab atas bagian di bawahnya.

5. Pelaksanaan dalam Meningkatkan Citra Positif

Adapun kegiatan yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan adalah dengan promosi maupun program keperdulian pelanggan (*customer care*). Agar lebih efektif maka program pemilihan promosi maupun program keperdulian pelanggan (*customer care*) haruslah tepat dan sesuai dengan kategori pelanggan yang dituju :

1. Untuk pelanggan yang sudah pernah membeli atau menggunakan produk dan jasa dari suatu *brand* (*present customer*), tidak diperlukan program promosi yang hanya

menjelaskan manfaat produk atau jasa secara umum, karena mereka tentunya sudah mengetahui dengan jelas manfaat yang diberikan. Yang diperlukan adalah program promosi serta *customer care* yang dapat merangsang present customer melakukan re-selling dan bahkan loyal terhadap *brand* tersebut, seperti pemberian point dalam setiap pembelian produk yang dapat ditukarkan dengan produk senilai tertentu sesuai dengan jumlah point yang terkumpul.

2. Untuk *strong potensial customer* (calon pelanggan yang memiliki potensi besar membeli produk atau jasa yang ditawarkan), lebih tepat bila diberikan program promosi yang dapat menjelaskan nilai tambah yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut untuk meningkatkan *awarness* mereka.
3. Untuk *fair potensial customer* (calon pelanggan yang mungkin dapat tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan), cukup dengan program promosi umum yang menjelaskan manfaat dari produk atau jasa tersebut untuk dapat meraih *awareness* mereka.

Disamping program-program promosi yang tepat, maka program kepedulian pelanggan (*customer care*) perlu pula dijalankan untuk dapat membangun hubungan keterikatan emosional pelanggan, khususnya pelanggan lama (*present customer*) terhadap suatu brand untuk meraih loyalitas mereka. Hal ini diperlukan mengingat biaya yang diperlukan

untuk meraih pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan biaya yang diperlukan untuk mempertahankan pelanggan lama, karena untuk dapat meraih pelanggan baru suatu perusahaan masih harus membangun tingkat *awarness* mereka akan brand tersebut dari awal. Dengan mempertahankan pelanggan lama (*present customer*), perusahaan sudah dapat langsung menikmati margin keuntungan (*profit*) yang lebih tinggi.

Selain itu, kegiatan yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan yang berhubungan dengan media publikasi dalam meningkatkan citra positif, sebagai berikut :

1. Pengiriman siaran pers (*press release*)
2. Menyelenggarakan konferensi pers
3. Memformulasikan isu penting di organisasi yang menarik untuk media
4. Menyelenggarakan ramah-tamah dengan media (*media visit/media gathering*)
5. Menyelenggarakan kunjungan lapangan untuk pers (*press tour*)
6. Menyelenggarakan acara-acara khusus, wawancara khusus, menyediakan/menjadi nara sumber media
7. Monitoring pemberitaan media.

2. Implementasi Strategi dalam Meningkatkan Citra Positif

Kegiatan *public relations* digambarkan sebagai *input–output* dimana proses dalam bagan ini adalah pembentukan citra. *Input* adalah *stimulus* yang diberikan (*public relations*) sedangkan *output* adalah tanggapan atau perilaku tertentu (pelanggan). Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi – kognisi – motivasi – sikap. Menurut Kotler (Nova, 2011: 297), definisi dari masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

1. Persepsi adalah “sebuah proses di mana seseorang melakukan seleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi informasi-informasi yang masuk ke dalam pikirannya menjadi sebuah gambar besar yang memiliki arti”. Sehingga secara sederhana persepsi adalah pandangan seseorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterimanya.

Dalam hal persepsi, yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan adalah dengan pengenalan perusahaan. Adapun pengenalan *PT. Indogrow Internasional Services*, sebagai berikut :

1. Memperkuat atau Menanamkan Kepercayaan dan Keyakinan dalam Perusahaan.

Peningkatan citra positif hanya dapat diperoleh dengan adanya Visi dan Misi yang jelas serta Komitmen yang kuat dari manajemen puncak terhadap arah dan tujuan perusahaan. Komitmen yang kuat dari jajaran manajemen puncak sangat

diperlukan untuk memberikan rasa yakin, percaya dan rasa aman bagi seluruh jajaran karyawan dalam melaksanakan setiap kegiatan usaha yang merupakan ujung tombak pelaksana jalannya usaha guna dapat mencapai tujuan akhir yang telah disepakati bersama. Oleh sebab itu Visi dan Misi yang jelas maupun Komitmen yang kuat haruslah didengarkan dan disosialisasikan oleh manajemen puncak ke segenap karyawan, agar memiliki keseragaman sikap, arah gerak dan tujuan.

Visi dan Misi ini pula yang menjadi cikal bakal dari terbentuknya Budaya perusahaan (*corporate culture*) yang berakar kuat diseluruh perusahaan serta lahirnya Identitas perusahaan (*corporate identity*) yang dapat mencirikan Keunggulan utama (*core competence*) suatu perusahaan di mata publik. Nilai-nilai keyakinan dan kepercayaan yang kuat dari seluruh jajaran manajemen maupun karyawan yang tercermin dalam sikap maupun tindakan, secara langsung maupun tidak langsung dapat pula berfungsi sebagai bagian dari mata rantai "*public relation*" bagi perusahaan maupun *brand* dari produk / jasa yang dihasilkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keyakinan publik akan keunggulan *brand* tersebut.

2. Gemakan Citra Positif ke Seluruh Publik

Sebuah Citra positif haruslah diupayakan untuk digemakan ke seluruh lapisan masyarakat agar publik dapat mengetahui,

menerima, dan pada akhirnya mengakui keberadaan sebuah perusahaan. Citra positif yang didengungkan haruslah disesuaikan dengan Posisi (*positioning*) yang diinginkan perusahaan dalam lingkup industri / usahanya, yang didukung oleh sikap perusahaan dalam setiap bidang kegiatannya.

2. Kognisi merupakan “keyakinan diri dari individu terhadap stimulus” di mana keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut. Artinya individu tersebut harus diberikan informasi-informasi yang cukup sehingga mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Selanjutnya, setelah persepsi yang diberikan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif, selanjutnya adalah memberikan kognisi kepada pelanggan mengenai profesionalitas perusahaan. Profesionalitas merupakan kunci sukses utama dalam memenangkan persaingan yang tajam di era globalisasi ini. Oleh karena itu sebuah perusahaan yang menginginkan kesuksesan serta peningkatan daya saing dari produk / jasa yang ditawarkannya haruslah bersikap Profesional dalam setiap bidang kegiatannya. Selanjutnya ukuran profesionalitas sangat erat kaitannya dengan Kualitas yang dihasilkan.

Dengan demikian perusahaan yang ingin memposisikan dirinya sebagai perusahaan yang profesional haruslah mengutamakan mutu dalam setiap produk maupun jasa yang dihasilkan. Untuk dapat mencitrakan dirinya ke

publik sesuai dengan posisi yang diinginkan maka disamping budaya perusahaan yang tertanam kuat pada seluruh sikap dan kegiatan perusahaan, diperlukan juga Identitas perusahaan (*corporate identity*) yang dapat memperlihatkan citra perusahaan tersebut ke masyarakat luas.

Pemilihan filosofi, semboyan ataupun motto yang tepat sangatlah penting dalam menentukan identitas sebuah perusahaan. Identitas inilah yang akan selalu “mewakili” dan “mencirikan” kekuatan inti (*core competence*) sebuah perusahaan di masyarakat untuk mencapai citra dan posisi yang diharapkan.

3. Motif atau motivasi adalah “keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan”. Motivasi dan sikaplah yang akan menggerakkan individu untuk memberikan respon yang diinginkan oleh pemberi rangsangan.

Pada tahap ini, Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif adalah dengan pemanfaatan figur publik (*public figure*) yang disegani dan dihormati dalam mendongungkan citra serta komitmen suatu perusahaan juga dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan citra positif yang diinginkan. Sebagai contoh pemilik perusahaan yang terkenal dan merupakan figur publik yang disegani dapat memberikan “pengaruh” besar untuk menarik perhatian

publik akan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaannya ataupun meningkatkan citra perusahaannya, serta dapat berperan sebagai “*public relation*” bagi perusahaannya sendiri baik secara langsung maupun tidak langsung melalui serangkaian komitmennya dalam dunia usaha.

Hal ini akan semakin menunjang meningkatnya citra positif perusahaan bila komitmen-komitmen yang dikeluarkan mencerminkan sikap profesionalitas yang tinggi, serta kepedulian terhadap kebutuhan masyarakat yang pada akhirnya dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaannya.

4. Sikap, merupakan “kecenderungan untuk bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai”. Sikap berbeda dengan perilaku, di mana sikap merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap akan menentukan apa yang disukai, diharapkan, atau diinginkan.

Dalam hal ini, yang dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan adalah melakukan kegiatan yang berhubungan dengan media publikasi guna meningkatkan citra positif, adapun kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengiriman siaran pers (*press release*)
2. Menyelenggarakan konferensi pers

3. Memformulasikan isu penting di organisasi yang menarik untuk media
4. Menyelenggarakan ramah-tamah dengan media (*media visit/media gathering*)
5. Menyelenggarakan kunjungan lapangan untuk pers (*press tour*)
6. Menyelenggarakan acara-acara khusus, wawancara khusus, menyediakan/menjadi nara sumber media
7. Monitoring pemberitaan media.

Hal yang perlu ditekankan dalam setiap kegiatan adalah selalu menanamkan profesionalitas perusahaan sehingga dapat meningkatkan citra positif kepada pelanggan. Untuk dapat tumbuh menjadi perusahaan yang profesional maka harus ada suatu nilai-nilai dasar yang sama yang tertanam disetiap sikap (*attitude*) maupun kegiatan seluruh perusahaan yang pada akhirnya akan membawa perusahaan ke tujuan yang telah ditetapkan bersama. Nilai-nilai dasar yang lahir dari Visi dan Misi perusahaan selanjutnya dituangkan dalam bentuk Budaya perusahaan (*corporate culture*) agar dapat lebih mudah disosialisasikan dan diserap sebagai acuan dasar bagi setiap kegiatan perusahaan.

Budaya perusahaan yang mencerminkan profesionalitas haruslah tersosialisasikan dengan baik dan tertanam kuat diseluruh bidang kegiatan perusahaan. Namun budaya perusahaan akan lebih mudah tersosialisasi dan tertanam kuat bila ada komitmen yang kuat pula dari seluruh jajaran manajemen untuk menjalankannya. Agar lebih mudah tersosialisasi dan tertanam kuat sebagai suatu Budaya

perusahaan, maka Visi dan Misi dapat dituangkan dalam bentuk Motto perusahaan.

3. Perilaku Pelanggan terhadap Citra Positif *PT. Indogrow Internasional Services*

Citra positif adalah suatu gambaran, kesan utama yang dimiliki individu tentang suatu organisasi atau perusahaan sehingga dalam pelaksanaannya, individu yang memiliki persepsi baik atau positif terhadap suatu perusahaan atau lembaga yang pada akhirnya akan menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Citra baik atau positif merupakan harta yang sangat tinggi nilainya bagi perusahaan manapun. Citra mendukung daya saing perusahaan dalam jangka menengah dan panjang. Citra baik dapat menjadi perisai perusahaan saat berada dalam masa krisis. Oleh karena itu, setiap perusahaan mempunyai kewajiban untuk membangun citra baik perusahaan.

Dalam hal ini, apa yang telah dilakukan oleh Humas *PT. Indogrow Internasional Services* dalam meningkatkan citra positif kepada pelanggan telah berhasil. Ada empat hal yang digunakan sebagai alat pengukur citra perusahaan (Ruslan, 1998: 25), yaitu :

1. Kepercayaan

Merupakan kesan dan pendapat atau penilaian positif khalayak terhadap suatu perusahaan.

2. Realitas

Menggambarkan suatu yang realistis, jelas terwujud, dapat diukur dan hasilnya dapat dirasakan serta dapat dipertanggungjawabkan dengan perencanaan yang matang dan sistematis bagi responden.

3. Terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan

Menggambarkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publiknya.

4. Kesadaran

Adanya kesadaran khalayak tentang perusahaan dan perhatian terhadap produk yang dihasilkan.

PT. Indogrow Internasional Services mendapat citra positif dari pelanggan, yang mana *PT. Indogrow Internasional Services* telah mendapat kepercayaan dari pelanggan. Realitas yang ada di lapangan, *PT. Indogrow Internasional Services* telah menetapkan perencanaan yang matang dalam setiap kegiatannya. Terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, baik antara *PT. Indogrow Internasional Services* dengan pelanggan ataupun dengan media atau publik. Terbentuknya kesadaran pelanggan menggunakan jasa *PT. Indogrow Internasional Services* dikarenakan kualitas dari pelayanan dan citra positif yang telah diciptakan oleh perusahaan sehingga nama baik perusahaan terbangun dan terpercaya dapat memberikan kepuasan.