

Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Era New Normal (Studi Kasus Suvana Jakarta Golf)

Christopher Yudha Erlangga¹, Siti Masitoh²
Universitas Bina Sarana Informatika
fauzi.fzy@bsi.ac.id¹, nonakekey05@gmail.co²

ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah penelitian tentang bagaimana menggunakan analisis SWOT dalam strategi Public Relation sebuah organisasi. Dengan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Citra”. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT dan menggunakan metode kualitatif penelitian deskriptif. Dengan memberik matriks pada pembahasan ditemukan bahwa sebuah organisasi bisa menganalisis dulu internal organisasi dan bisa menemukan peparan dari permasalahannya dalam meningkatkan minat pengunjung

Keyword: Strategi, Citra , Public Relations

ABSTRACT

This research is a research on how to use SWOT analysis in the Public Relations strategy of an organization. The formulation of the problem in this research is "How is the Public Relations Strategy in Improving the Image". The method used is SWOT analysis and using qualitative descriptive research methods. By providing a matrix for the discussion, it was found that an organization could first analyze the organization's internals and could find a description of the problem in increasing visitor interest.

Keyword: Strategy, Image , Public Relations

PENDAHULUAN

Suvarna Jakarta Golf adalah salah satu trending topik di tahun 2021 ini, Lapangan Suvarna Jakarta Golf ini terkernal walaupun lapangan ini belum sepenuhnya sempurna tapi namanya sudah terkenal dikalangan para golfer mancanegara, lapangan ini adalah pengembangan dan perluasan dari Lapangan Golf Halim II. Ini didedikasikan untuk meningkatkan kualitas dan layanan secara terus menerus dan komprehensif untuk semua kalangan baik anggota member maupun bukan anggota member. Di masa pandemi ini dunia olahraga menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam mengisi waktu luang dan juga menjadi kebutuhan untuk meningkatkan daya imun. Terlebih dimasa pandemi PT Suvarna Jakarta Golf mengadakan event untuk memperbaiki krisis perekonomian perusahaan serta meningkatkan citra perusahaan dimata publik.

Citra perusahaan adalah suatu pengelihatian, penilaian atau kesan dari publik dalam melihat perkembangan perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi. Memiliki citra baik di mata publik merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, keuntungan jangka panjang tersebut meliputi kepercayaan publik terhadap layanan dan produk perusahaan. Hal tersebut membuktikan pentingnya citra positif perusahaan yang dapat menjadi salah satu penilaian publik dalam mengambil keputusan penting seperti mempercayai layanan maupun produk perusahaan hingga merekomendasikan kepada orang lain. Dalam membentuk

citra positif perusahaan, public relations melakukan publikasi kepada masyarakat. Sedangkan Perusahaan melakukan upaya publikasi mengenai citra untuk membuat publik mengetahui keunggulan perusahaan. Dalam pemberitaan media ada pemberitaan yang bersumber pada press release yang dikeluarkan oleh perusahaan dan merupakan pemberitaan yang dapat dikontrol oleh public relations. Maka ada pula pemberitaan mengenai perusahaan yang berisi ketidakpuasan publik hingga isu perusahaan muncul di media masa setiap harinya menjadi hal yang membuat riset public perlu dilakukan oleh seorang konsultan Public Relations. Adanya keterbatasan tersebut membuat public relations melakukan riset dan dokumentasi mengenai pemberitaan perusahaan setiap harinya. Kegiatan dokumentasi merupakan cara perusahaan dalam melihat citra perusahaan yang dibentuk oleh media masa sebagai salah satu sumber pengetahuan publik. Seperti kegiatan PT Suvarna Jakarta Golf merancang sebuah event dan kegiatan CSR akan tetapi tetap menjalankannya sesuai dengan protokol Kesehatan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dari itu penulis mengambil judul dengan judul : Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Era New Normal Studi Kasus Suvarna Jakarta Golf.

Tujuan dari Penelitian ini untuk Mengetahui sedetailnya keadaan perusahaan dan memperhatikan hambatan - hambatan yang muncul sehingga memungkinkan untuk membuat pemberitaan perusahaan

memiliki reputasi buruk dimata khalayak.

Citra Perusahaan

Menurut Siswanto Sutojo (dalam Eriyanto, 2011:63) citra perusahaan yang baik dapat menguntungkan perusahaan seperti meningkatkan daya saing dalam jangka panjang, menjadi perisai dimasa kritis, menjadi daya tarik bagi aset-aset perusahaan, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.

Public Relation

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006:6) di dalam bukunya yang berjudul *Effective Public Relations*, Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Dari definisi tersebut, terlihat bahwa Public Relations ditempatkan sebagai fungsi manajemen yang berarti bahwa manajemen pada sebuah organisasi harus memperhatikan keberadaan Public Relations dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Ruang Lingkup PR

Sebagai aktivitas public relations, Seperti yang diungkapkan Jefkins (2003:10) public relations adalah semua bentuk komunikasi terencana, baik ke dalam maupun keluar perusahaan, antara perusahaan dengan semua khalayaknya dalam mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Public relations juga membantu manajemen dalam menyampaikan informasi dan tanggap terhadap opini publiknya agar dapat mengetahui perkembangan perusahaan.

Fungsi dan Peran PR

Public relations dalam suatu perusahaan atau sebagai PR konsultan dibutuhkan untuk memantau dinamika organisasi maupun perusahaan yang semakin besar, tuntutan publik, publik yang semakin kritis, perkembangan teknologi komunikasi, besarnya opini publik atau citra publik pada perusahaan, dan juga pengaruh media masa konvensional terhadap pembentukan citra publik dalam perusahaan (Elvinaro, 2011:3). Menjalin hubungan dengan media akan membantu dalam pembentukan opini publik yang menjadi tujuan public relations (Iriantara, 2008). Salah satu aktivitas yang juga dijalankan oleh public relations adalah menjalin dan mengelola hubungan dengan media massa (media relations). Pengertian dari media relations atau hubungan dengan media itu sendiri adalah usaha untuk mencapai publisitas maksimum atas suatu pesan atau informasi public relations dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi publik organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Jeffkins, 1992:98).

Analisis SWOT

Analisa SWOT adalah sebuah analisa yang dicetuskan oleh Albert Humphrey pada dasawarsa 1960-1970an. Analisa ini merupakan sebuah akronim dari huruf awalnya yaitu

Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunity (kesempatan) dan Threat (Ancaman). Metoda analisa SWOT bisa dianggap sebagai metoda analisa yang paling dasar, yang berguna utk melihat suatu topik atau permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanya adalah arahan/rekomendasi utk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisa SWOT akan membantu kita untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

Analisa ini bersifat deskriptif dan terkadang akan sangat subjektif, karena bisa jadi dua orang yang menganalisis sebuah organisasi akan memandang berbeda ke empat bagian tersebut. Hal ini diwajarkan, karena analisis SWOT adalah sebuah analisis yang akan memberikan output berupa arahan dan tidak memberikan solusi ajaibâ dalam sebuah permasalahan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah, sehingga dapat diartikan sebagai berikut:

1) Kekuatan (Strength)

Kekuatan adalah berbagai kelebihan yang bersifat khas yang dimiliki oleh suatu organisasi, yang apabila dapat dimanfaatkan akan berperan besar, tidak hanya dalam memperlancar berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan oleh organisasi, tetapi juga dalam mencapai tujuan yang dimiliki oleh organisasi. Kekuatan yang dimaksud adalah kelebihan organisasi dalam mengelola kinerja di dalamnya.

2) Kelemahan (Weakness)

Kelemahan adalah berbagai kekurangan yang bersifat khas yang dimiliki oleh suatu organisasi yang apabila berhasil diatasi akan berperan besar, tidak hanya dalam memperlancar berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan oleh organisasi, tetapi juga dalam mencapai tujuan yang dimiliki oleh organisasi

3) Peluang (Opportunity)

Peluang adalah peluang yang bersifat positif yang dihadapi oleh suatu organisasi, yang apabila dapat dimanfaatkan akan besar peranannya dalam mencapai tujuan organisasi. Opportunity merupakan peluang organisasi untuk meningkatkan kualitasnya

4) Ancaman/Hambatan (Threat)

Hambatan adalah kendala yang bersifat negatif yang dihadapi oleh suatu organisasi, yang apabila berhasil di atasi akan besar peranannya dalam mencapai tujuan organisasi. Threat merupakan ancaman bagi organisasi baik itu dari luar maupun dari dalam.

METODOLOGI

Teknik Pengumpulan Data

Pentingnya metode penelitian ini adalah untuk kebutuhan dalam riset yang akan dilakukan secara lebih mendalam. Metode penelitian akan menjabarkan tentang bagaimana seharusnya penelitian tersebut dilaksanakan. Menurut Prof. Dr. Sugiyono Metode penelitian adalah suatu cara atau proses ilmiah dengan tujuan memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan tersebut.

Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan "pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian

Menurut Sugiyono (2014:145) "observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis.

Menurut Riyanto (2010:96) "observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung

Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu

Menurut Sugiyono (2016:194) menyatakan bahwa Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Dokumentasi

Menurut sugiyono (2016:329) menyebutkan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dari penelitian kualitatif.

Menurut Widoyoko (2015:50) pengertian dokumentasi dibedakan menjadi dua arti, yaitu arti sempit dan arti luas. Dokumentasi dalam arti sempit adalah barang-barang atau benda-benda tertulis, sedangkan dokumentasi dalam arti luas adalah dokumen bukan hanya berwujud tulisan saja tetapi dapat berupa benda-benda peninggalan seperti prasasti dan simbol-simbol lainnya.

Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan secara umum adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain.

Studi pustaka, menurut Nazir (2013, h. 93) teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Metode Kualitatif

Metode yang digunakan penulis yaitu Kualitatif. Metode kualitatif menurut Koentjaraningrat (1993: 89) mengartikan bahwa penelitian kualitatif adalah desain penelitian yang memiliki tiga format. Ketiga format tersebut meliputi penelitian deskriptif, verifikasi dan format Grounded research.

Berbeda dengan pendapat Sugiono (2005) yang mengartikan bahwa penelitian kualitatif lebih cocok digunakan untuk jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan. Secara sederhana, dapat pula diartikan sebagai penelitian yang lebih cocok digunakan untuk meneliti kondisi atau situasi si objek penelitian.

Deskriptif

Menurut Nazir (1988: 63) dalam Buku Contoh Metode Penelitian, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Berdasarkan teori-teori diatas, maka jenis penelitian yang penulis lakukan saat ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menjawab bagaimana Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung. Penulis bukan hanya melakukan pengumpulan data saja tetapi juga berusaha untuk mengolah dan menganalisis data penelitian sehingga nantinya dapat memecahkan masalah penelitian dan menarik suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suvarna Jakarta Golf adalah Lapangan pengembangan dan perluasan dari Lapangan Golf Halim II. Ini didedikasikan untuk meningkatkan kualitas dan layanan secara terus menerus dan komprehensif untuk semua kalangan baik anggota member maupun bukan anggota member, walaupun lapangan ini belum sepenuhnya sempurna tapi Namanya sudah terkenal dikalangan para golfer mancanegara Tahun 2018 pemain golf hanya bisa memainkan lapangan saja yakni Green course dan Reed course tapi hari Sabtu tanggal 05 Oktober 2019 Lapangan Suvarna Jakarta Golf resmi di buka 3 Lapangan 27 lubang yang di hadiri oleh Bapak Ferry Permadi selaku Owner Suvarna Golf Jakarta. Hal ini membuat acara tersebut semakin ramai dihadiri oleh Angkatan Udara Halim Perdana Kusuma karena beliau juga seorang Marsekal di Angkatan Udara Hingga kini, olahraga golf

masih dianggap sebagian kalangan sebagai olahraga milik kalangan tertentu atau mereka yang berduit. Itu karena image yang melekat bahwa golf memerlukan biaya mahal dan tempat yang cenderung eksklusif. Padahal, olahraga ini kini telah menjadi milik semua kalangan dan usia. Golf kini tak hanya dimainkan 'orang berduit' dikala senggang, tetapi juga mereka yang memiliki ketertarikan terhadap olahraga. Golf bahkan telah diminati usia anak hingga remaja.

Golf Suvarna Jakarta dengan lokasi yang sangat baik di dalam kota Jakarta. Lapangan Suvarna Jakarta Golf 27 lubang yang sepenuhnya baru dikembangkan dibuka pada tahun 2018. Lapangan golf ini berada di lokasi lapangan golf Halim II yang lama. Kecuali lokasi barunya tidak berbagi apa pun dengan kursus militer. 18-lubang yang asli di sekeliling Suvarna Jakarta Golf terdapat ruang hijau, pohon-pohon Mahoni dewasa yang indah.

Gaya desain Suvarna Jakarta adalah nuansa Indonesia. Unsur-unsur seperti bunker terpaku, luka bakar (kanal berinding), kompleks hijau besar dan bunkering yang sangat strategis meniru nuansa sejarah, termasuk pohon menjulang, air dalam segala bentuknya, Suvarna golf Jakarta Indonesia menampilkan Rumput Zeon Zoysia dan Type Eagle terbaru di wilayah fairway dan tempat pertama memukul bola dan lapangan hijau Bermuda yang sangat kerdil. Rumput ini memastikan kondisi bermain sepanjang tahun yang konstan dan kecepatan menghijau yang cepat. 27 Lubang di Suvarna dibagi menjadi tiga loop sembilan lubang (Lapangan Biru, Lapangan Hijau, dan Lapangan Merah). Dari ketiga lapangan tersebut lapangan yang banyak diminati oleh pemain golf adalah Blue Course (Lapangan Biru) karena selain lapangannya yang paling baru diantara keduanya lapangan ini sangat strategis bagi pemain golf untuk menghasilkan jumlah pukulan terbaik bahkan ini sangat menguntungkan bagi para Penjudi Golf.

Salah satu fitur Suvarna Jakarta Golf yang paling mencolok adalah 'Lapangan Elysian.' Field mengintegrasikan tiga par-5 finishing, tiga par-3 finishing dan tiga par-4 finishing. Dan memperbolehkan mobil golf masuk dan melintas diatas rumput yang hijau dan juga mahal untuk biaya perawatannya 2-hal ini yang membuat Suvarna Jakarta Golf sangat terkenal dan ramai pengunjung walaupun baru dibuka, karena konsep ini sangat berbeda dengan Lapangan Golf pada umumnya.

Seperti halnya lapangan golf Indonesia lainnya, wanita pemandu golf yang ramah dan terawat membantu dalam pemilihan klub, menentukan garis putt, dan menangani tugas-tugas bunker, rumput, dan kebersihan klub. Mobil khusus Golf dapat memasuki area rumput dalam cuaca kering masuk ke fairways membuat Suvana unik dalam hal ini di antara lapangan lainnya karena di lapangan lain mobil khusus Golf hanya berada di jalanan khusus.

Analisis Situasi

Dimasa new normal ini perusahaan ingin memperbaiki perekonomian perusahaan paskah di berlakukannya PSBB akan tetapi tetap memperhatikan protokol Kesehatan serta meningkatkan citra positif dimasa new normal Penulis mengkategorikan program ini sebagai Voluntary dengan alibi kalau penulis adalah mahasiswa Public Relations, hingga makalah semacam ini merupakan kesempatan untuk praktisi PR untuk memperoleh citra yang positif dari publik. Melihat job deks karyawan yang sering berkontak langsung dengan para tamu khususnya pramu golf atau biasa disebut caddy golf praktisi PR merasa mempunyai tanggung jawab untuk Kesehatan para caddy golf, untuk itu kami mendata dan melampirkan rekapan absensi caddy golf pada tanggal 01 April 2021 untuk mengetahui seberapa banyak caddy yang memiliki daya tahan tubuh yang lemah untuk mengetahui seberapa penting menyegerakan untuk melakukan Vaksinasi

Penulis juga melampirkan jumlah data tamu pada bulan Januari sampai bulan Mei sehingga mengetahui seberapa penting praktisi PR mengadakan project event yang sesuai dengan Protokol Kesehatan. Perihal inilah yang menyebabkan para praktisi PR adalah sumber energi yang profesional dalam penerapan CSR.

Analisis SWOT PT Suvarna Jakarta Golf

TABEL III.1
Analisis SWOT PT Bank Rakyat
Indonesia

STRENGHT (KEKUATAN)	WEAKNESS (KELEMAHAN)
<ol style="list-style-type: none"> Fitur Suvarna Jakarta Golf yang mencolok, Lapangan Elysian. Field mengintegrasikan tiga par-5 finishing, tiga par-3 finishing dan tiga par-4 finishing Berlokasi strategis di dekat Bandara Internasional Halim Perdana Kusuma dan dapat diakses melalui jalan tol, SJGC menjadi pilihan yang tepat bagi para pegolf yang tidak hanya tinggal di kota Jakarta tetapi juga di luar kota 	<ol style="list-style-type: none"> Fasilitas penunjang yang belum lengkap, baru tersedia loker dan restaurant untuk para tamu

OPPORTUNITY (PELUANG)	THREATS (ANCAMAN)
1. Harga untuk bermain yang terjangkau 2. Mobil khusus Golf dapat memasuki area rumput dalam cuaca kering masuk ke fairways membuat Suvana menjadi unik	1. Banyaknya bisnis golf serupa dengan lokasi di daerah Jakarta

Tabel III.2

Analisis SWOT Program Event Suvarna Jakarta Golf “Keep Healthy with Event 50 under 30 2 Juni 2021”

STRENGTH (KEKUATAN)	WEAKNESS (KELEMAHAN)
1. Mengadakan event rutin setiap hari Rabu untuk anak muda dengan syarat meunjukkan hasil Swab satu minggu terakhir	1. Jumlah peserta dibatasi 50 peserta 2. mur maksimal 30 tahun 3. Event berjalan dari jam 11 siang
OPPORTUNITY (PELUANG)	THREATS (ANCAMAN)
1. Memperbaiki ekonomi perusahaan dan citra positif	1. Jumlah peserta yang sedikit 2. Cuaca buruk di sore hari penghijauan lingkungan, pencemaran polusi maupun limbah.

Implementasi

Seperti pada umumnya setiap program yang dilaksanakan selalu memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai. Begitu juga dengan program “Keep Healthy Everyone” yang dilaksanakan oleh PT Suvarna Jakarta Golf yang berfokus pada dua hal yaitu:

- pemberantasan penyebaran virus covid-19
- Membuat Event sesuai dengan protokol Kesehatan

Hal ini dilakukan untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat luas dan memperbaiki perekonomian.

Target Audience atau Khalayak

- Program “Keep Healthy with RS Adhiyaksa” 1. Karyawan PT.Suvarna Golf Jakarta
 2. Para staff
 3. Masyarakat area sekitar PT Suvarna Golf
- “Keep Healthy with Event 50 under 30” 1. Peserta Golf di bawah usia 30 tahun

Pesan Melakukan Inovasi Event dimasa New Normal sesuai dengan standart Protokol Kesehatan agar tetap menjaga citra positif perusahaan

Strategi dan taktik Strategi yang digunakan oleh humas PT Suvarna Jakarta Golf dalam program Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penulis, adapun taktik yang digunakan oleh PT Suvarna Jakarta Golf dalam menjalankan kegiatan ini, yaitu:

- mengadakan program CSR vaksinisasi untuk karyawan dan warga sekitar agar dalam beraktivitas di PT Suvarna Golf terasa lebih nyaman.
- Merancang Event dengan membatasi jumlah pemain sesuai dengan standart Protokol Kesehatan agar tetap menjaga citra positif perusahaan

Evaluasi

Evaluasi, yaitu Semua kegiatan Humas dapat di lakukan penilaian atas apa yang sudah diperoleh, apakah program Humas PT Suvarna Jakarta Golf tersebut berhasil atau tidak. Dalam memlihara hubungan yang baik pada pelanggan Humas PT Suvarna Jakarta Golf memberikan kewajiban kepada seluruh karyawan untuk bersikap ramah, murah senyum, dan sopan santun kepada setiap pelanggan, serta mengikuti semua peraturan-peraturanyang berkaitan langsung dengan pelayanan pada pelanggan dan membantu para karyawan dalam menghadapi hambatanhambatan ketika melayani pelanggan

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan penulis dalam BAB IV mengenai Strategi Humas PT Suvarna Jakarta Golf dalam Membangun Citra Perusahaan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Strategi Internal, yaitu dengan mendorong adanya komunikasi yang baik antara pemilik perusahaan dengan karyawan dengan menyelenggarakan acara-acara tertentu supaya terjadi suasana kekeluargaan dalam perusahaan, dan pembinaan terhadap karyawan demi terciptanya kualitas pelayanan yang baik.
- Strategi eksternal, yaitu yang dilakukan meliputi survei langsung pada pelanggan melalui wawancara saat event berlangsung

REFERENSI

Cutlip, C. &. (2007). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
 Martini, H. N. (1994). *Peneliti Terapan*. Yogyakarta: Universitas Gajahmada.
 Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

- Rosady Ruslan, S. M. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suhadang, K. (2012). *Studi dan Penerapan public Relations*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sutikno, D. M. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: prospect. Sutikno, D. M. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung.

PROFIL PENULIS

Christopher Yudha Erlangga masih aktif mengajar di Universitas Bina Sarana Informatika sebagai dosen tetap. Menekuni bidang Komunikasi khususnya pada bidang penyiaran dan Koporasi lulus pada tahun 2015 Magister Managemen dan sedang menjalani program Master di Sekolah Pasca Sarjana Sahid Jakrata

Siti Masitoh masih berkuliah di Universitas Bina Sarana Informatika pada program Studi Hubungan Masyarakat. Menyukai dunia public relation dan memiliki keminatan dalam Managemen Public Relation.