

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Umum PT SINGGARMULIA

PT SINGGARMULIA didirikan di Indonesia sebagai konsultan teknik nasional sejak tahun 1981. Tujuan perusahaan adalah untuk menyediakan layanan teknik yang profesional, andal, berkualitas tinggi, dengan biaya kompetitif yang memenuhi kebutuhan minyak dan gas, petrokimia. PT SINGGARMULIA merupakan perusahaan swasta Indonesia. Kapitalisasi memenuhi atau melampaui persyaratan proyek utama dari klien kami di Indonesia.

Selama 15 tahun terakhir, PT SINGGARMULIA telah menyelesaikan banyak proyek rekayasa untuk industri Indonesia yang berkembang pesat. Proyek meliputi minyak dan gas (darat & lepas pantai), jaringan pipa, petrokimia, pembangkit listrik, panas bumi, infrastruktur (bandara, kereta api, jalan raya, jembatan, terowongan dan pelabuhan, saluran air dan bangunan), desain CAD, dan layanan manajemen kamp. Layanan PT SINGGARMULIA meliputi studi kelayakan, desain konseptual, rekayasa terperinci, dukungan pengadaan, pengawasan konstruksi, pemeliharaan, pelatihan, pengembangan CAD, layanan manajemen kamp dan layanan manajemen proyek. PT SINGGAR MULIA juga dapat menyediakan insinyur ekspatriat dan nasional berdasarkan kontrak untuk bekerja di kantor atau lokasi lapangan klien kami. Dalam kapasitas ini PT SINGGAR MULIA akan memberikan semua dukungan administrasi, asuransi dan persyaratan formalitas.

Karena kecepatan perubahan teknologi dan tingkat spesialisasi yang tinggi dalam industri minyak dan gas, PT SINGGARMULIA telah memperluas kemampuan kami dengan mengadakan perjanjian kerja sama, asosiasi atau operasi bersama dengan berbagai perusahaan asing

internasional dan berbagai perusahaan lokal. Perjanjian kerja sama ini memberi kami akses ke keahlian internasional terbaik dalam desain teknik.

PT SINGGARMULIA telah melengkapi diri dengan keahlian dan sumber daya, perangkat keras dan perangkat lunak serta fasilitas kantor untuk menjawab berbagai kebutuhan klien yang menuntut layanan profesional kelas satu dan konsultasi komprehensif, berapa pun ukuran proyeknya

PT SINGGARMULIA memberikan pengalaman insinyur dan personel kunci di luar negeri dengan kursus khusus dan pelatihan kerja di berbagai bidang. Untuk tujuan penelitian, perusahaan memiliki hubungan dekat dengan universitas, laboratorium penelitian, dan konsultan khusus disiplin ilmu. Pendekatan ini memastikan bahwa semua pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan didukung oleh sumber daya dan pengalaman yang diperlukan.

PT SINGGARMULIA menekankan prosedur pemeriksaan dan kontrol kualitas yang tepat untuk semua proyek. Personil kunci perusahaan terlibat erat dalam tahap konseptual dari setiap proyek atau studi, dan mereka melakukan tinjauan proyek secara teratur pada interval yang telah ditentukan sebelumnya. Prosedur ini memastikan bahwa keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman organisasi digunakan untuk keuntungan terbaik. PT SINGGARMULIA yang beralamat di Jalan Pakubuwono VI no 31, Jakarta Selatan, didirikan pada 26 September 1975 di Jakarta dengan Akte Pendirian Perusahaan No. 62 oleh notaris Lindasari Bachroem, S.H.

Perusahaan ini telah memiliki sertifikat sistem manajemen yang baik sebagai perusahaan *engineering consultant*, diantaranya :

- a. Sistem Manajemen Mutu ISO9001:2008 no. 16 00 LL 12141 tanggal 07 Desember 2015 oleh TUV Nord
- b. Sistem Manajemen Lingkungan ISO14001:2004 no. DCIE-2985 tanggal 16 Juni 2015 oleh DAS Certification
- c. Sistem Manajemen Keselamatan Kerja OHSAS 18001:2007 no. DCIO-2986 tanggal 16 Juni oleh DAS Certification

Berikut ini adalah beberapa pengalaman project PT SINGGARMULIA sebagai *engineering consultant*:

| NO. | NAMA PROYEK/ SPESIFIKASI PEKERJAAN | LOKASI | PERIODE | PEMBERI KERJA | KOMITMEN TKDN |
|-----|--|----------------|------------------------------|--|---------------|
| 1. | Technical Services Contract for Blanket Engineering Services, No.STC-0927 | Jakarta | Mei 2015- Mei 2018 | PT. Pertamina Hulu Energi Offshore North West Java | 99.31% |
| 2. | EPCI for the MDA-MBH Fields Development, Contract No. 009/OH/HCML/01/2016 | Madura | Desember 2015- Agustus 2016 | PT Bakrie Construction for Husky-CNOOC Madura Ltd. | 100% |
| 3. | Jasa Konsultansi Desain Receiving Facilities Cepu - Jalur Pipa Gas Gresik Semarang, No.230/PTC-12000/2015-S2 | Semarang | Oktober 2015- Pebruari 2016 | PT Pertamina Training & Consulting (PTC) | 100% |
| 4. | Standard Level Engineering Services, Contract No.4600004538 | Balikpapan | Agustus 2015 – Desember 2017 | Total E&P Indonesia | 100% |
| 5. | Konsep Pengembangan Proyek LNG Lapangan Abadi Blok Masela | Jakarta | April 2010 – Agustus 2010 | BPMIGAS | 100% |
| 6. | Provision of Services for Design and Engineering | Balikpapan | Juli 2010-Juli 2012 | Chevron Indonesia Company (CICo) | 100% |
| 7. | Well Connection Engineering Services Contract | Balikpapan | April 2010 – Desember 2011 | Total E&P Indonesia | 100% |
| 8. | Engineering Standard Level and Drafting Services | Balikpapan | Agustus 2010- Agustus 2013 | Total E&P Indonesia | 97,9 % |
| 9. | FEED Lima Subsidence Remediation | West Java | Desember 2010- Mei 2011 | Pertamina Hulu Energy - ONWJ | 100% |
| 10. | Bio Plant / perform FEED and Detailed and Engineering for ISBL and OSBL Biodiesel Plant at Gresik, East Java | East Java | Oktober 2010 – Juni 2011 | WILMAR | 100% |
| 11. | Gendalo Gehem FEED ORF | Balikpapan | Januari 2011- Desember 2011 | Chevron Indonesia Company | 100% |
| 12. | FEED Jambi Merang Development Project Sales Gas Pipeline To Grissik | Grissik | Oktober 2011- April 2012 | JOB Pertamina Talisman Jambi Merang | 100% |
| 3. | FEED New Condensate Storage Tank at PCI North Geragai Facility | North Geragai | Desember 2012 – Juni 2012 | JOB Pertamina Talisman Jambi Merang | 100% |
| 14. | FEED for NGF Liquid Handling Phase 3A Onshore | Sumatera Utara | Juni 2012-Nov 2010 | JOB Pertamina Talisman Jambi Merang | 100% |
| 15. | FEED for NGF Liquid Handling Phase 3B Onshore | Sumatera Utara | Maret 2012- Sept 2012 | JOB Pertamina Talisman Jambi Merang | 100% |
| 16. | Fabrication CPP Gajag Baru | Batam | Agustus 2009- October 2011 | SMOE/Premier Oil | 100% |

Gambar 4.1 Project PT SINGGARMULIA

Sumber: www.singgarmulia.com

2. Visi dan Misi PT SINGGARMULIA

a. Visi

Menjadi perusahaan yang profesional, handal, efisien, kompetitif, dan tetap menjadi perusahaan independen yang menghasilkan rekayasa berkualitas tinggi dan fokus pada kebutuhan industri minyak dan gas bumi.

b. Misi

Melakukan semua kegiatan yang dibutuhkan, hemat biaya, dan efisien secara teknis untuk solusi proyek yang memenuhi persyaratan klien dan memenuhi standar industri terbaru yang mencakup jaminan kualitas tertinggi.

3. Lokasi

PT SINGGARMULIA beralamat di Jalan Pakubuwono VI no 31 Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

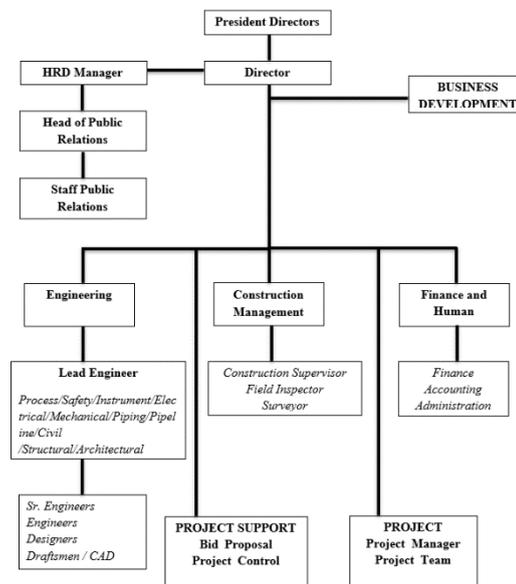
4. Logo Perusahaan



Gambar 4.2 Logo PT SINGGARMULIA

Sumber : www.singgarmulia.com

5. Struktur Organisasi



Sumber: www.singgarmulia.com

B. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan informan untuk mengumpulkan informasi atau data, proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai secara mendalam informan yang sudah ditentukan. Peneliti menentukan informan pada penelitian ini sesuai dengan kemampuan dalam menguasai permasalahan yang menjadi topik penelitian. Informan yang dipilih oleh peneliti merupakan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam permasalahan yang diteliti. Hal ini dipilih oleh peneliti agar informan pada saat diwawancarai dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Adapun informasi yang terlibat dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam strategi *public relations* dalam membangun citra perusahaan, peneliti memberi kode untuk masing-masing informan sebagai berikut :

1. Akhmad Romadhon yang disebut sebagai *key informan* merupakan seorang *Head of Public Relations* dari PT SINGGARMULIA. Wawancara dilakukan di PT SINGGARMULIA pada hari Jumat 7 Oktober 2022 pukul 14.00 WIB.
2. Adi Toto H yang disebut sebagai informan I merupakan seorang *Staff Public Relations* dari PT SINGGARMULIA. Wawancara dilakukan di PT SINGGARMULIA pada hari Senin 10 Oktober 2022 pukul 13.00 WIB.
3. Budi Pangripto yang disebut sebagai informan II merupakan seorang *HRD Manager* dari PT SINGGARMULIA. Wawancara dilakukan di PT SINGGARMULIA pada hari Senin 10 Oktober 2022 pukul 14.00 WIB.
4. Budi Rizanto Binol yang disebut sebagai triangulasi sumber merupakan salah satu praktisi *public relations*. Wawancara dilakukan melalui call whatsapp pada hari Jumat 28 Oktober 2022 pukul 08.26 WIB.
5. Syaiful Anwar yang disebut sebagai triangulasi sumber merupakan salah satu klien PT SINGGARMULIA. Wawancara dilakukan

melalui videocall whatsapp pada hari Minggu 30 Oktober 2022 pukul 10.00 WIB.

Setelah melakukan penelitian selama kurang lebih 6 bulan lamanya dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi secara langsung dengan mewawancarai beberapa informan yang terkait dengan kegiatan strategi *public relations* dengan teori strategi *public relations* yang dipaparkan oleh (Ronald D.Smith, 2013:14) dengan *formative research*, strategi, taktik, *evaluative research*. Dan juga dalam membangun citra perusahaan peneliti menggunakan teori citra yang dikutip dari Bill Canton dalam (Soemirat,2017:111) yaitu sebagai berikut.

a. Strategi *Public Relations*

Strategi *Public Relations* merupakan tahapan yang penting dalam mengetahui mengenai strategi *Public Relations* PT SINGGARMULIA dalam membangun citra perusahaan.

1. *Formative Research*

- a. Bagaimana menganalisis situasi perusahaan PT SINGGAR MULIA
Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut:

“Situasi perusahaan PT SINGGARMULIA untuk saat ini sedang mengalami penurunan performa, dan ada beberapa tender project migas yang tidak dimenangkan oleh PT SINGGARMULIA.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I sebagai berikut:

“PT SINGGARMULIA memiliki banyak karyawan yang berkualitas, sehingga bisa dijadikan modal untuk menjalankan perusahaan dengan baik, tapi di sisi lain, berkurangnya

project-project yang didapatkan oleh perusahaan.”
(Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGARMULIA sebagai informan II, sebagai berikut:

“Benar saya menganalisa mengenai PT SINGGARMULIA. PT SINGGARMULIA bergerak dalam bidang engineering. Memiliki karyawan yang ahli di masing-masing bidangnya. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan juga cukup baik.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa PT SINGGARMULIA memiliki karyawan yang berkualitas dan ahli di masing-masing bidangnya. PT SINGGARMULIA juga mempunyai fasilitas yang baik bagi karyawan. Tetapi saat ini PT SINGGARMULIA sedang mengalami penurunan performa, dan ada beberapa tender project migas yang tidak dimenangkan oleh PT SINGGARMULIA.

b. Bagaimana menganalisa organisasi PT SINGGAR MULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut:

“PT SINGGARMULIA merupakan perusahaan lokal, organisasi yang ada sekarang lebih diutamakan karyawan-karyawan lokal. Untuk susunan organisasi yang ada sekarang di sesuaikan dengan keahlian masing-masing karyawan sesuai dengan disiplin ilmu masing-masing.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut:

“Yang saya lihat untuk susunan organisasi lebih diutamakan karyawan lokal dan tentunya yang sesuai dengan keahlian masing-masing. Ini semua arahan dari Management Perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut:

“Organisasi dalam perusahaan PT SINGGARMULIA dibuat sudah mengikuti arahan dari Management Perusahaan agar tercipta situasi kerja yang kondusif.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menganalisa organisasi PT SINGGARMULIA memiliki susunan organisasi yang di isi oleh karyawan lokal dan memiliki keahlian di bidangnya masing-masing serta sudah mengikuti arahan dari Management Perusahaan.

c. Bagaimana menganalisa publik PT SINGGAR MULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut:

“PT SINGGARMULIA berhubungan baik dengan lingkungan sekitar kantor, dan ada keikutsertaan dengan kegiatan-kegiatan lingkungan setempat.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Tentu, PT SINGGARMULIA sangat berhubungan baik dengan publik seperti dengan lingkungan sekitar kantor, karyawan, bahkan pemerintahan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“PT SINGGARMULIA menjaga hubungan sosial yang baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa PT SINGGARMULIA dalam menganalisa publiknya dengan cara berhubungan baik dengan lingkungan sekitar kantor serta mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di lingkungan setempat. PT SINGGARMULIA sangat berhubungan baik dengan pihak internal dan eksternal.

- d. Faktor pendukung dari analisa situasi perusahaan, organisasi dan publik PT SINGGAR MULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Adanya hubungan baik antar karyawan baik karyawan level atas dan karyawan level bawah, serta hubungan baik dengan lingkungan sekitar.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Faktor pendukungnya yaitu kita mempunyai karyawan-karyawan yang berkualitas dan kompeten. Lalu sesama karyawan di PT SINGGARMULIA mempunyai hubungan yang baik tidak memandang level maupun baru atau lamanya bekerja di PT SINGGARMULIA. Dan juga mempunyai hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Adanya komunikasi yang baik dua arah dan diskusi untuk mendapatkan keputusan bersama.”
(Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dari analisa situasi perusahaan PT SINGGARMULIA yaitu adanya hubungan yang baik antar karyawan dengan tidak memandang level baru atau lamanya karyawan bekerja di PT SINGGARMULIA sehingga terjadinya komunikasi dan diskusi yang baik untuk mendapatkan keputusan bersama.

- e. Faktor kendala dari analisa situasi perusahaan, organisasi dan publik PT SINGGAR MULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Kendala yang ada di organisasi dan di publik secara garis besar tidak ada yang mencolok. Hanya kurangnya sosialisasi kebijakan-kebijakan yang ada di perusahaan kepada karyawan.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku *Staff Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Kurangnya sosialisasi kebijakan-kebijakan yang ada di perusahaan kepada karyawan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Tidak ada kendala yang terlalu besar atau terlihat karena semua faktor yang ada sudah mendukung semua aktivitas perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor kendala dari analisa situasi perusahaan, organisasi dan publik PT SINGGAR MULIA tidak ditemukan kendala yang terlalu terlihat atau mencolok karena semua faktor yang ada mendukung aktivitas perusahaan. Tetapi kurangnya hanya sosialisasi kebijakan dari perusahaan untuk karyawan

2. Strategy

- a. Strategi *Public Relations* PT SINGGAR MULIA dalam melakukan analisa situasi untuk membangun citra perusahaan

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Memberikan petunjuk, motivasi serta dorongan bagi perusahaan. Informasi yang disampaikan merupakan program kerja yang dibuat untuk dilakukan ataupun program kerja yang sudah dilakukan.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Memberikan petunjuk, motivasi serta dorongan bagi perusahaan dan organisasi, termasuk di dalamnya karyawan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“*Public Relation* selalu menjaga hubungan baik dengan klien dan selalu mendengarkan saran dari

semua pihak yang berkaitan dengan aktivitas PT SINGGARMULIA.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh PT SINGGAR MULIA dalam melakukan analisa situasi untuk membangun citra perusahaan yaitu menjaga hubungan baik dengan para klien yang bekerjasama dengan PT SINGGARMULIA. Lalu perusahaan juga memberikan petunjuk, motivasi dan dorongan kepada karyawannya supaya informasi yang diberikan kepada klien dapat disampaikan dengan baik dalam membantu program kerja yang sudah dibuat berjalan dengan lancar.

- b. Bagaimana program komunikasi yang dijalankan untuk membangun citra perusahaan

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Merencanakan sosialisasi kebijakan-kebijakan perusahaan, program kerja perusahaan, dan melakukan promosi. Adapun media yang digunakan untuk sosialisasi melalui email.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Sosialisasi kebijakan-kebijakan perusahaan, program kerja perusahaan, dan melakukan promosi.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Perusahaan dalam setiap bulannya mengadakan diskusi terbuka dan juga sosialisasi terutama kepada team engineering untuk berbagi pengalaman dalam bidangnya masing-masing.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa program komunikasi yang dijalankan oleh PT SINGGARMULIA untuk membangun citra perusahaan ada tiga yaitu merencanakan sosialisasi kebijakan perusahaan, menjelaskan program kerja perusahaan dan melakukan promosi yang biasanya dilakukan melalui email. PT SINGGARMULIA juga setiap bulannya mengadakan diskusi terbuka kepada karyawannya di bidangnya masing-masing terutama kepada team engineering.

- c. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam membangun citra perusahaan PT SINGGARMULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Semua elemen perusahaan, termasuk karyawan perusahaan tersebut.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku *Staff Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Semua karyawan perusahaan dan pimpinan perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“PT SINGGARMULIA memiliki aset yang mendukung operasional perusahaan untuk maju bersama terutama adalah karyawan beserta management.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sasaran dalam membangun citra perusahaan PT SINGGARMULIA yaitu semua element perusahaan baik karyawan maupun pimpinan

perusahaan. Karena PT SINGGARMULIA memiliki aset yang mendukung operasional perusahaan untuk maju bersama.

3. Taktik

- a. Taktik yang dilakukan oleh PT SINGGAR MULIA dalam menjalin hubungan baik dengan klien

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Mengenali karakter klien, menjaga komunikasi dengan klien, mendengarkan pendapat klien dan mencoba untuk mengerti maksud mereka lalu mendiskusikannya hingga menemukan kata sepakat, memberikan hasil yang lebih dari ekspektasi klien, dan menepati janji perusahaan terhadap klien.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku *Staff Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Selalu berkomunikasi dengan klien, berkomunikasi untuk mendiskusikan apa kemauan klien hingga benar-benar puas. Dan tidak lupa mengevaluasi pekerjaan sebelum diserahkan kepada klien agar tidak terjadi kesalahan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“PT SINGGARMULIA selalu mengevaluasi pekerjaan sebelum diserahkan kepada klien. Dan selalu mendengar dan memahami bila ada diskusi pekerjaan dengan klien.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa taktik yang dilakukan oleh PT SINGGARMULIA dalam menjalin hubungan

baik dengan klien yaitu dengan cara mengenali karakter klien, selalu berkomunikasi dan mendiskusikan dengan klien hingga menemukan kata sepakat lalu mengevaluasi pekerjaan sebelum diserahkan kepada klien.

- b. Implementasi yang dilakukan setelah melakukan hubungan baik antara PT SINGGAR MULIA dengan klien

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Memahami klien, menjaga komunikasi yang baik dengan klien, dan mengusahakan hasil melebihi ekspetasi.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku *Staff Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Mengusahakan hasil melebihi ekspetasi.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Komitmen antara kedua belah pihak antara perusahaan dengan klien agar hasil kerjasama sesuai dengan yang diharapkan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi yang dilakukan setelah melakukan hubungan baik antara PT SINGGARMULIA dengan klien ialah dengan cara memahami klien serta berkomitmen antara kedua belah pihak agar hasil kerjasama sesuai dengan yang diharapkan atau dapat melebihi ekspetasi. Lalu menjaga komunikasi yang baik dengan klien agar komunikasi nya lancar dan berjalan dua arah.

- c. Jadwal yang sudah ditentukan dalam program komunikasi oleh PT SINGGAR MULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Adanya meeting atau diskusi yang di jadwalkan setiap bulan, sekaligus menjembatani komunikasi antara pimpinan/yang diwakilkan dengan karyawan.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Adanya diskusi yang di jadwalkan setiap bulannya untuk mengevaluasi program komunikasi PT SINGGARMULIA.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Ada disetiap bulannya, kita mengadakan diskusi terbuka terutama kepada team engineering untuk berbagi pengalaman dalam bidangnya masing-masing.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa jadwal yang sudah ditentukan dalam program komunikasi oleh PT SINGGARMULIA yaitu dengan diadakannya meeting atau diskusi yang dilaksanakan setiap bulannya untuk menjembatani komunikasi antara pimpinan sekaligus mengevaluasi program komunikasi PT SINGGARMULIA.

- d. Faktor pendukung dalam taktik Strategi *Public Relations*

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Pemanfaatan email sebagai media sosialisasi kebijakan perusahaan yang dikeluarkan oleh Management.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Kita biasa melakukan sosialisasi setiap ada kebijakan perusahaan melalui email.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Sosialisasi setiap ada kebijakan atau keputusan yang dikeluarkan oleh Management Perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam taktik strategi *public relations* PT SINGGARMULIA ialah dengan memanfaatkan penggunaan email sebagai media informasi, sosialisasi kebijakan atau keputusan perusahaan yang dikeluarkan oleh Management PT SINGGARMULIA. Karena sekarang email sangat berguna sekali dalam memberikan informasi-informasi.

e. Faktor penghambat dalam taktik Strategi *Public Relations*

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Kurang perhatian karyawan atas kebijakan-kebijakan perusahaan.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Karyawan kurang memperhatikan kebijakan-kebijakan perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Selalu memberikan reminder kepada semua pihak yang terkait agar perhatian terhadap tanggung jawab sebagai karyawan dan tanggung jawab terhadap pekerjaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dalam taktik strategi *public relations* PT SINGGARMULIA ialah kurangnya perhatian karyawan dalam memperhatikan kebijakan-kebijakan perusahaan sehingga perusahaan selalu memberikan reminder kepada semua pihak yang terkait agar perhatian terhadap tanggung jawab sebagai karyawan dan tanggung jawab terhadap pekerjaan.

4. *Evaluative Research*

a. Tahapan evaluasi pada rancangan Strategi *Public Relations*

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Metode yang di gunakan untuk evaluasi dengan cara melakukan pencatatan kegiatan-kegiatan harian, pertemuan karyawan untuk memperoleh feedback dan melakukan observasi.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Mencatat kegiatan harian, membandingkan hasil evaluasi sebelumnya dengan yang terbaru dan melakukan pertemuan karyawan untuk memperoleh feedback dan melakukan observasi.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Melihat hasil evaluasi sebelumnya dengan membandingkan proses evaluasi yang terbaru, apakah sama atau ada perubahan dalam menilai strategi untuk meningkatkan produktivitas Perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tahapan evaluasi pada rancangan strategi *public relations* PT SINGGARMULIA adalah pertemuan dengan karyawan untuk mencatat kegiatan, feedback dan observasi harian. Lalu membandingkan hasil evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya untuk melihat apakah ada perubahan atau peningkatan dalam produktivitas perusahaan

b. Tahapan evaluasi pada rancangan taktik *Public Relations*

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Melakukan pencatatan terhadap kegiatan baik kegiatan internal maupun kegiatan eksternal.”
(Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Mencatat kegiatan baik eksternal maupun internal yang berkaitan dengan perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Semua faktor yang digunakan dalam merancang peningkatan *Public Relation* harus dikomunikasikan atau dikoordinasikan dengan

pihak-pihak terkait dalam perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tahapan evaluasi pada rancangan taktik *public relations* PT SINGGARMULIA dengan cara mencatat kegiatan-kegiatan baik internal maupun eksternal yang di koordinasikan oleh pihak-pihak terkait dalam perusahaan.

c. Indikator yang mengukur keberhasilan rancangan Strategi *Public Relations*

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Kebijakan perusahaan tersampaikan ke masing-masing karyawan, dan begitu juga karyawan menjalankan kebijakan perusahaan tersebut, sedangkan untuk klien sendiri, mulai ada kepercayaan yang tinggi dari klien terhadap perusahaan.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Kebijakan perusahaan tersampaikan ke masing-masing karyawan, dan begitu juga karyawan menjalankan kebijakan perusahaan tersebut.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Diskusi dengan semua department dan menerima advise serta membaca dari berbagai sumber yang berkaitan dengan pembuatan indikator penilaian

Public Relation.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa indikator yang mengukur keberhasilan rancangan strategi *public relations* PT SINGGARMULIA ialah dengan cara menyampaikan kebijakan perusahaan kepada masing-masing karyawan sehingga karyawan dapat menjalankan kebijakan perusahaan melalui diskusi dengan semua department dan klien mulai memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan.

b. Citra

a. Citra perusahaan PT SINGGARMULIA di mata konsumen

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Citra pada perusahaan PT SINGGARMULIA di mata konsumen mempunyai peranan yang sangat penting dan berarti dalam kemajuan perusahaan.”
(Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Menurut saya citra pada perusahaan PT SINGGARMULIA di mata konsumen mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat karena PT SINGGARMULIA mempunyai *public relations* yang bisa meningkatkan atau menjaga citra perusahaan.”
(Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Menurut saya citra pada perusahaan PT SINGGARMULIA di mata konsumen mempunyai citra yang positif karena kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan prioritas dari PT SINGGARMULIA.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan PT SINGGARMULIA di mata konsumen yaitu mempunyai citra yang positif karena kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan prioritas dari PT SINGGARMULIA. PT SINGGARMULIA mempunyai *public relations* yang bisa meningkatkan atau menjaga citra perusahaan.

- b. Citra yang sudah dibentuk oleh PT SINGGARMULIA kepada publik

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Sesuai informasi dari publik, citra PT SINGGARMULIA cukup baik.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Menurut saya citra PT SINGGARMULIA cukup baik karena *public relations* dari PT SINGGARMULIA telah menarik minat dan kepercayaan konsumen.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“PT SINGGARMULIA dilihat baik oleh para klien ataupun dengan lingkungan sekitar perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa citra yang dibentuk oleh publik terhadap PT SINGGARMULIA yaitu PT SINGGARMULIA mempunyai citra yang baik dilihat dari

lingkungan sekitar dan informasi publik terutama dimata klien. Karena PT. SINGGARMULIA sangat rutin menginformasikan dan menjalin komunikasi serta kerjasama dengan klien secara baik.

c. Persepsi dari khalayak mengenai citra perusahaan PT SINGGAR MULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Berhubungan baik dengan klien, baik di kantor atau di luar kantor dan karyawan-karyawan yang berhubungan baik dengan pimpinannya.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Berhubungan baik dengan klien dan karyawan yang berhubungan baik dengan pimpinannya.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Menjaga komunikasi dan hubungan yang baik dalam kehidupan sosial di ruang lingkup perusahaan.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi dari khalayak mengenai citra perusahaan PT SINGGARMULIA ialah dengan cara menjaga hubungan baik dengan klien dan karyawan perusahaan PT SINGGARMULIA, lalu terjalin dan menjaga komunikasi serta hubungan baik di lingkungan sosial ataupun perusahaan. Karena ketika cara ini berjalan dengan baik yang dilakukan oleh perusahaan, maka khalayak bisa menilai bagaimana citra dari perusahaan tersebut.

- d. Cara membangun *image* yang dipahami oleh publik sehingga menimbulkan citra yang baik terhadap perusahaan PT SINGGARMULIA

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“Menjaga hubungan antara pihak organisasi baik ke pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan melalui program- program komunikasi guna menjaga kestabilan hubungan komunikasi.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku Staff *Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Melalui program- program komunikasi guna menjaga kestabilan hubungan komunikasi.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Memperkenalkan PT SINGGARMULIA dan pengalaman kerja serta penghargaan yang selama ini diraih.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa cara membangun *image* yang dipahami oleh publik sehingga menimbulkan citra yang baik terhadap perusahaan PT SINGGARMULIA yaitu dengan cara menjaga hubungan antara pihak organisasi baik ke pihak internal maupun pihak eksternal melalui program- program komunikasi guna menjaga kestabilan hubungan komunikasi dalam perusahaan. Lalu, memperkenalkan profil dari PT SINGGARMULIA dan penghargaan yang selama ini diraih oleh PT SINGGARMULIA. Jika cara dalam membangun *image* ini berhasil maka *image* perusahaan akan terbentuk.

- e. PT SINGGARMULIA merupakan penyedia jasa konstruksi untuk semua segmen dan kalangan

Pernyataan dari Pak Akhmad Romadhon selaku *Head of Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai Key Informan, sebagai berikut :

“PT SINGGARMULIA merupakan penyedia jasa konstruksi untuk semua kalangan karena semuanya dapat berkonsultasi terkait konstruksi di PT SINGGARMULIA.” (Hasil wawancara pada 7 Oktober 2022)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Pak Adi Toto H selaku *Staff Public Relations* PT SINGGAR MULIA sebagai informan I, sebagai berikut :

“Iya betul, PT SINGGARMULIA memang terbuka untuk semua segmen dan kalangan. Karena kita bisa menyesuaikan dengan apa yang di inginkan oleh klien atau konsumen” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Pernyataan yang sejenis juga disampaikan oleh Pak Budi Pangripto selaku HRD Manager PT SINGGAR MULIA sebagai informan II, sebagai berikut :

“Iya betul mas, semua kalangan bisa bekerja sama dengan PT SINGGARMULIA.” (Hasil wawancara pada 10 Oktober 2022)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa PT SINGGARMULIA merupakan penyedia jasa konstruksi untuk semua segmen dan kalangan karena PT SINGGARMULIA bisa menyesuaikan apa yang di inginkan oleh klien atau konsumen. Semua kalangan dapat berkonsultasi dan bekerja sama terkait konstruksi di PT SINGGARMULIA.

C. Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di PT SINGGARMULIA Jalan Pakubuwono VI no 31, Jakarta Selatan. Maka penelitian ini membahas

berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya pada kutipan wawancara yang didapat selama penelitian berlangsung. Dari hasil wawancara yang dilakukan sesuai dengan pedoman teori yang ada dalam penelitian ini, yang dilakukan oleh *public relations* PT SINGGARMULIA dalam melakukan strategi *public relations* ini memiliki caranya tersendiri untuk membangun citra perusahaan.

Hal ini sesuai dengan teori tujuan strategi *public relations* menurut (Elvinaro, 2013:127) ada tiga cara yaitu yang pertama Tekanan (*pressure*) maksudnya untuk memperoleh opini publik biasanya lebih banyak menggunakan pengaruh, wibawa berdasarkan kekuatan tertentu. Yang kedua Membeli (*buying*) maksudnya Memperoleh opini publik berdasarkan pembelian contohnya jika perusahaan bergerak di bidang Jasa maka strategi seorang *Public Relations* berguna untuk kepuasan konsumen. Yang ketiga yaitu Bujukan (*persuasive*) maksudnya melalui membujuk seorang *Public Relations* dapat mengubah opini publik yang bertentangan dengan apa yang sedang dirasakan oleh khalayak dengan tujuan untuk mengubah pola pikir khalayak sehingga menguntungkan bagi perusahaan.

1. Strategi *Public Relations*

Upaya yang dilakukan oleh *Public Relations* sebagai jembatan komunikasi dalam kegiatan *Public Relations* dengan menggunakan strategi *Public Relations* menurut (Ronald D. Smith, 2013:14), diantaranya yaitu :

a. Formative Research

Terdiri dari analisa situasi, lalu ada analisa organisasi dan analisa publik yaitu proses awal yang penting untuk menentukan seperti apa yang harus dilakukan di saat *public relations* tersebut berada di suatu situasi saat berhadapan dengan klien, supervisor, kolega kunci, dan pembuat keputusan terakhir. *Public Relations* memiliki kesepakatan yang kuat tentang sifat peluang ataupun hambatan yang dihadapi oleh seorang *public relations* saat menanggapi situasi tersebut. Dimana langkah ini melibatkan pandangan yang cermat dan jujur pada tiga aspek organisasi yaitu lingkungan internal, persepsi publik atau reputasi, dan lingkungan eksternal. Kesimpulan analisa situasi adalah proses yang

menentukan seperti apa yang harus *public relations* lakukan disaat berhadapan dengan *stakeholder* dengan melihat dari berbagai segi pandangan untuk memiliki kesepakatan dengan *stakeholder* nya.

Hasil penelitian yang terkait dengan menganalisis situasi yang dilakukan oleh *public relations* PT SINGGARMULIA untuk membangun citra perusahaan yaitu PT SINGGARMULIA memiliki karyawan yang berkualitas dan ahli di masing-masing bidangnya. PT SINGGARMULIA juga mempunyai fasilitas yang baik bagi karyawan. Tetapi saat ini PT SINGGARMULIA sedang mengalami penurunan performa , dan ada beberapa tender project migas yang tidak dimenangkan oleh PT SINGGARMULIA. Lalu untuk menganalisis organisasi PT SINGGARMULIA memiliki susunan organisasi yang di isi oleh karyawan lokal dan memiliki keahlian di bidangnya masing-masing serta sudah mengikuti arahan dari Management Perusahaan. Lanjut untuk menganalisis publik PT SINGGARMULIA menganalisa publiknya dengan cara berhubungan baik dengan lingkungan sekitar kantor serta mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di lingkungan setempat. PT SINGGARMULIA sangat berhubungan baik dengan pihak internal dan eksternal.



Gambar 4.4

Karyawan lokal yang berkualitas dan ahli di bidangnya

b. *Strategy*

Langkah ini mengubah bahan mentah yang sudah diidentifikasi sebelumnya menjadi resep untuk mencapai strategi *public relations* yang sukses. Pada langkah ini *public relations* mengemas taktik yang telah diidentifikasi dalam menu tinjauan dilangkah sebelumnya ke dalam program komunikasi yang kohesif. Disini *public relations* juga mengembangkan anggaran, jadwal, dan mempersiapkan diri untuk melaksanakan program komunikasi.

Hasil penelitian yang terkait dengan siapa saja yang menjadi sasaran dalam membangun citra perusahaan PT SINGGARMULIA yaitu semua element perusahaan baik karyawan maupun pimpinan perusahaan. Karena PT SINGGARMULIA memiliki aset yang mendukung operasional perusahaan untuk maju bersama. Lalu Strategi *Public Relations* PT SINGGAR MULIA dalam melakukan analisa situasi untuk membangun citra perusahaan yaitu memberikan petunjuk, motivasi serta dorongan bagi perusahaan, organisasi, dan selalu menjaga hubungan baik dengan klien PT SINGGARMULIA. Lanjut ke program komunikasi PT SINGGARMULIA yang dijalankan untuk membangun citra perusahaan ialah melakukan sosialisasi kebijakan-kebijakan perusahaan, dan juga mengadakan diskusi terbuka setiap bulannya untuk berbagi pengalaman dalam bidangnya masing-masing.



Gambar 4.5
Diskusi terbuka bulanan

c. Taktik

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa taktik yang dilakukan oleh PT SINGGAR MULIA dalam menjalin hubungan baik dengan klien yaitu dengan cara mengenali karakter klien, selalu berkomunikasi dan mendiskusikan dengan klien hingga menemukan kata sepakat lalu mengevaluasi pekerjaan sebelum diserahkan kepada klien. Lanjut ke implementasi yang dilakukan setelah melakukan hubungan baik antara PT SINGGAR MULIA dengan klien yaitu dengan cara memahami klien serta berkomitmen antara kedua belah pihak agar hasil kerjasama sesuai dengan yang diharapkan atau dapat melebihi ekspektasi. Dalam melakukan taktik ini tentunya PT SINGGARMULIA mempunyai jadwal supaya efektif dalam menjalankan taktik ini, jadwal tersebut ialah setiap sebulan sekali melakukan diskusi mengevaluasi apa saja kekurangan dan perkembangan yang dilakukan selama satu bulan ini dan diikuti oleh para karyawan dari PT SINGGARMULIA terutama untuk team engineering.

Dalam menjalankan taktik ini tentunya ada faktor pendukung dan penghambat. Untuk faktor pendukungnya ialah PT SINGGARMULIA

memanfaatkan email dalam memberikan informasi, sosialisasi dan kebijakan dari management perusahaan kepada eksternalnya. Untuk faktor penghambatnya adalah kurangnya kesadaran karyawan dalam membantu menginformasikan kebijakan yang ada di perusahaan dan kurangnya tanggung jawab terhadap pekerjaan.



Gambar 4.6
Diskusi dengan klien

d. *Evaluative Research*

Mengevaluasi rancangan strategi adalah langkah memungkinkan untuk menentukan sejauh mana tujuan yang telah dipenuhi untuk mengubah dan melanjutkan kegiatan komunikasi. Langkah ini adalah perencanaan terakhir yang menunjukkan metode khusus untuk mengukur keefektifan setiap taktik yang direkomendasikan untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian yang terkait dengan mengevaluasi rancangan strategi yang dilakukan oleh *public relations* PT SINGGARMULIA untuk membangun citra perusahaan yaitu melakukan pertemuan dengan karyawan untuk mencatat kegiatan, feedback dan observasi harian dan membandingkan hasil evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya untuk

melihat apakah ada perubahan atau peningkatan dalam produktivitas perusahaan, lalu berkomunikasi dan berkoordinasi kepada pihak yang ada di dalam perusahaan, melakukan pencatatan terhadap kegiatan yang dilakukan internal maupun eksternal perusahaan.

Dalam mengukur keberhasilan rancangan taktik dan Strategi *Public Relations* PT SINGGARMULIA mempunyai cara tersendiri yaitu dilakukannya diskusi dengan semua department dan menerima advise lalu melakukan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan karyawan supaya kebijakan yang ada di perusahaan bisa tersampaikan dan dijalankan oleh masing-masing karyawan. Untuk klien yaitu adanya tingkat kepercayaan yang tinggi dari klient terhadap perusahaan.



Gambar 4.7
Evaluasi Kegiatan

2. Citra

Dalam membangun citra perusahaan tentunya punya cara tersendiri agar khalayak memberikan citra yang baik. PT SINGGARMULIA mempunyai cara tersendiri dalam memberikan citra perusahaan yang baik kepada eksternal yaitu sangat baik dalam berkomunikasi dengan klien untuk rutin menginformasikan dan menjalin kerjasama dengan klien. Citra perusahaan di mata konsumen mempunyai citra yang positif karena kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan prioritas dari PT SINGGARMULIA. PT SINGGARMULIA mempunyai *public relations* yang bisa meningkatkan atau menjaga citra perusahaan.

Dalam menganalisa persepsi dari khalayak untuk PT SINGGARMULIA ialah dengan menjaga hubungan baik dengan klien dan

karyawan perusahaan di PT SINGGARMULIA, jika hubungan baik ini berjalan dengan lancar maka akan terjalin dan menjaga komunikasi di lingkungan sosial ataupun perusahaan. Karena ketika cara ini berjalan dengan baik, maka khalayak bisa menilai bagaimana citra dari perusahaan tersebut.

Dalam membangun image citra perusahaan yang dilakukan oleh *Public Relations* PT SINGGARMULIA ialah menjaga hubungan antara pihak internal ke pihak eksternal perusahaan melalui program- program komunikasi yang sudah dibuat agar menjaga kestabilan hubungan komunikasi antara internal dan eksternal karyawan. Lalu, memperkenalkan profil dari PT SINGGARMULIA dan penghargaan yang selama ini diraih oleh PT SINGGARMULIA. Dalam mengendalikan dan mendominasi pasar penyedia jasa konstruksi dilakukan untuk semua segmen dan kalangan karena PT SINGGARMULIA bisa menyesuaikan apa yang di inginkan oleh klien atau konsumen. Semua kalangan dapat berkonsultasi dan bekerja sama terkait konstruksi di PT SINGGARMULIA.