BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1.1.1 Profil Umum PT Kapitol Era Mas

PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group adalah salah satu *start-up company* yang bergerak dengan konsep *digitalisasi* penjualan *food and beverage (F&B).* PT Kapitol Era Mas adalah perusahaan yang memiliki focus dengan sistem bisnis kemitraan dalam membangun dan mengembangkan *multiple success* dengan visi menciptakan dan mendukung *Digital Preneur* Indonesia. Saat ini PT Kapitol Era Mas menjalankan lini bisnis yang tentunya memperkuat PT Kapitol Era Mas di industri *Food & Beverage.* Di tengah banyaknya revolusi digital dalam *Food & Beverage,* membuat perusahaan ini berusaha menonjolkan sesuatu yang berbeda dalam mengikuti perkembangan zaman yang ada.

Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih dan berkembang, maka dari itu PT Kapitol Era Mas terus selalu belajar dan melakukan pengembangan dalam mengikuti trend yang sedang berjalan dengan adanya perubahan teknologi digital yang ada, selaku dalam lingkungan bisnis dan perilaku konsumen. Salah satu contoh brand dari PT Kapitol Era Mas yang terbukti berhasil memenangkan berbagai penghargaan yaitu brand “Nasi Kulit Malam Minggu”, brand tersebut telah mempunyai cabang di hamper seluruh kota besar di Indonesia. Nasi Kulit Malam Minggu merupakan pencipta nasi kulit crispy pertama kali di Indonesia yang menyatukan konsep tradisional dan juga modern. Di kesempatan lainnya Nasi Kulit Malam Minggu telah sukses berkolaborasi dengan berbagai public figure ternama sehingga berhasil menjadi *top of mind* untuk *Food & Beverage* di semua kalangan masyarakat.

Berikut adalah Profile informan selaku *Business Development Advisor* dan *Senior Marketing Communication and Public Relations* dalam PT Kapitol Era Mas.

a) Hana Vinie Wardhani merupakan lulusan S1 Business Adminitration University of Brawijaya tahun 2021. Saat ini menjabat *sebagai Senior Marketing Communication and Public Relation* di PT Kapitol Era Mas. Pengalaman Hana Vinie Wardhani sebelumnya berada di Ruang Branding dan menjabat sebagai *Creative Branding Digital Marketing.*
b) Calvin Dio merupakan lulusan S1 Business Administration and Management University of Prastiya Mulya tahun 2016. Saat ini menjabat sebagai *Business Develompent Advisor* di PT Kapitol Era Mas. Pengalaman Calvin Dio sebelumnya berada di Gojek dan menjabat sebagai *Key Account Manager.*

1.1.2 Logo PT Kapitol Era Mas

Gambar 4

Logo PT Kapitol Era Mas

Sumber: Website Malam Minggu Group

1.1.3 Lokasi PT Kapitol Era Mas

PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group berlokasi di Jalan Waru no. 100, Ciater, Serpong, Tangerang Selatan. Dengan alamat website yaitu https://malamminggugroup.com/ dan mempunyai beberapa akun social media dari setiap brandnya antara lain: @nasikulitmalamminggu, @nasigilabucin, @nasimura, @nasikulitjempolan.id, @estehjempolan, @bucin.express, @bakertime.id, @corndog.master, dan @coklatmimpi

Visi dan Misi PT Kapitol Era Mas

a. Visi PT Kapitol Era Mas

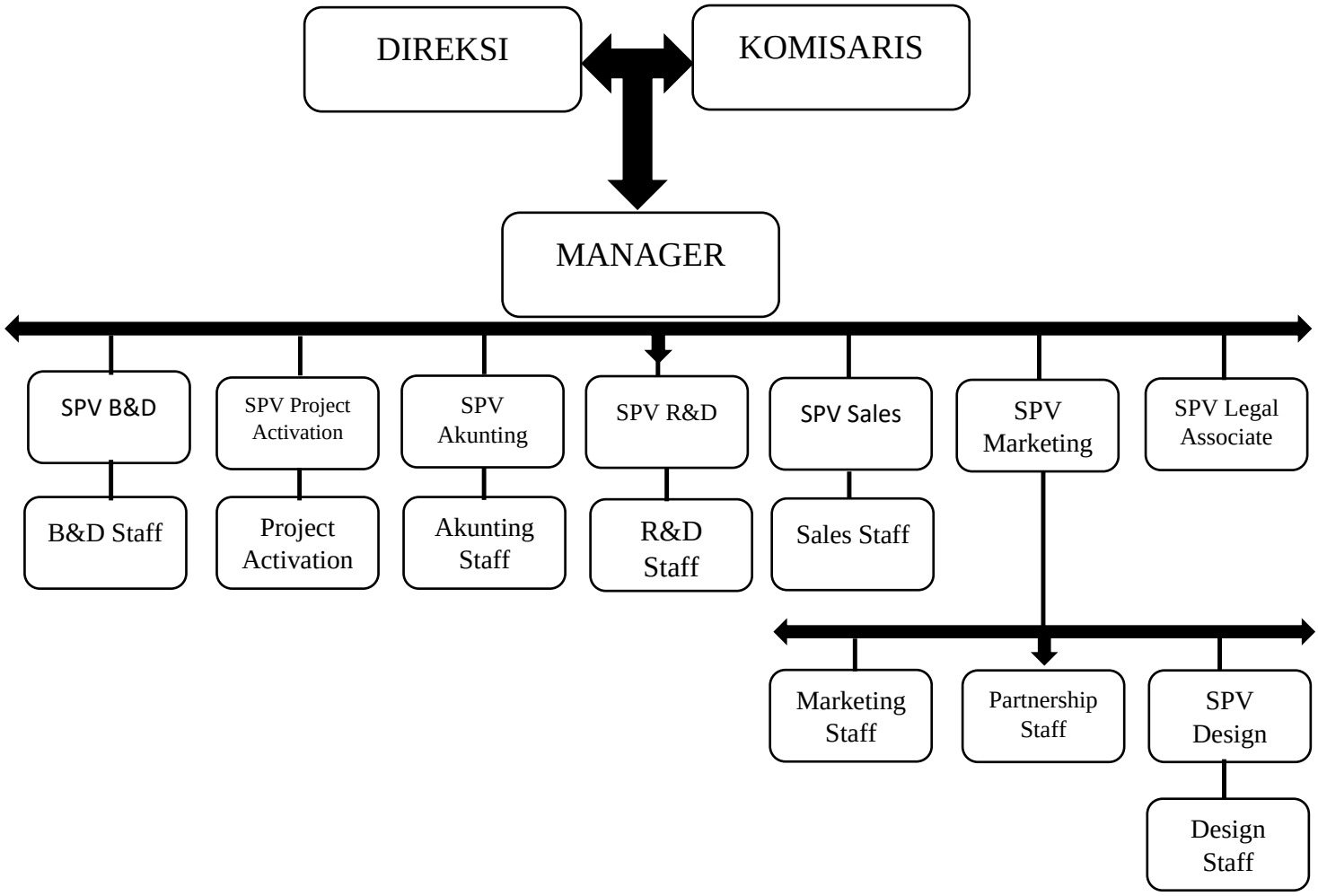
Menciptakan brand *Food & Beverage* dengan cita rasa nusantara bertema digital yang bisa menjadi top of mind dan nomor satu di Indonesia hingga menembus pasar mancagera sekaligus meningkatkan jumlah *Food & Beverage Digital Entrepreneurship* muda-mudi Indonesia.

b. Misi PT Kapitol Era Mas

Berkolaborasi secara partnership dengan pihak ketiga, yang dimaksud yaitu dalam berinovasi sehingga tercapainya kesuksesan bersama. Melakukan strategi branding dan marketing dengan sustainable dalam memasarkan produk pada target audiens yang tepat agar lebih mudah mendapatkan keuntungan dan penjualan jadi lebih banyak. Menjalankan bisnis secara digital melalui platform online dan *e-commerce* dengan cara memperluas jangkauan bisnis pada saat menjalankan promosi, penjualan,food dan *delivery order, payment* dan pembelian produk melalui berbagai jenis platform digital dan *e-commerce*. Manajemen dan Sumber Daya Manusia yang handal, dalam bidang ini sangat berperan penting untuk mengatur pengelolaan SDM supaya memberikan hasil maksimal dan memiliki loyalitas tinggi dan memiliki profesionalitas terbaik yang dapat diandalkan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

1.1.4 Struktur Organisasi PT Kapitol Era Mas

Gambar 4.2 Struktur Organisasi



Berdasarkan pada gambar struktur organisasi di atas, maka berikut penjabaran dari masing-masing bagian PT. Kapitol Era Mas (Malam Minggu Group):

1. Direksi
2. Komisaris
3. Manager
4. SPV Business & Development, yang meliputi:

a. B&D Staff

5. SPV Project Activation, yang meliputi:

a. Project Activation Staff

6. SPV Accounting, yang meliputi:

a. Accounting Staff

7. SPV Research & Development, yang meliputi:

a. R&D Staff

8. SPV Sales, yang meliputi:

a. Sales Staff

9. SPV Marketing, yang meliputi:

a. Marketing Staff

b. Partnership Staff

10. SPV Design, yang meliputi:

a. Design Staff

11. SPV Legal Associate

1.2 Hasil Penelitian

Dalam bab ini, narasumber mengimplementasi jawaban informan melalui pertanyaan yang telah diajukan pada saat melakukan wawancara. Wawancara yang dilakukan narasumber terhadap penelitian ini adalah tentang *Marketing Public Relations.* Terdapat cara yang penting untuk menjadi tolak ukur alat utama *Public Relations* dalam *Marketing Public Relations* menurut (Kotler and Keller, 2017). Hasil data telah diolah menjadi hasil penelitian tentang Implementasi Marketing Public Relations di PT Kapitol Era Mas. Untuk menghasilkan data yang diinginkan maka penulis menggunakan identifikasi masalah sebagai bahan pertanyaan.

1. Publication

Publication yang dilakukan PT Kapitol Era Mas untuk menarik perhatian publik adalah dengan cara memanfaatkan media sosial untuk kebutuhan promosi brand yang berkaitan dengan brand terutama secara *visual* agar dapat menarik target market yang diinginkan. Selain itu banyak juga kegiatan *Marketing Public Relations* pada PT Kapitol Era Mas yang

berjalan melalui *social media*, karena semuanya sudah berbasis *e-commerce* yang dilakukan secara *online*.

Publikasi digunakan untuk mempengaruhi target *market*. Dampak dari publikasi adalah upaya untuk promosi yang efektif dan meningkatkan *engagement reach* dan *immediate response* dari *public*. Inovasi publikasi yang telah dikembangkan oleh PT Kapitol Era Mas dengan aktifnya pembuatan konten di Instagram. Penggunaan *social media Instagram* dipilih karena masyarakat Indonesia aktif di social media dan jumlah pengguna yang terus meningkat. Seiring dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan secara online, *social media* ini menjadi tempat yang paling efektif dalam melakukan promosi dalam tahapan publikasi.

Dalam kegiatan publikasi *Public Relations* mengenasi informasi beberapa brand PT Kapitol Era Mas setiap harinya, PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group tidak membatasi siapa saja target *audience* nya. Semua para pengguna social media maupun pengguna website tentunya menjadi target kami dan tidak lupa dengan media partners yang ada. Seperti pernyataan Hana Vinie Wardhani *Senior Marketing Communications* PT Kapitol Era Mas selaku informan I (key informan), sebagai berikut:

> "Untuk berlangsungnya kegiatan publications yaitu salah satunya bekaitan dengan public relations yang terdapat penggunaan media partners pusatnya informasi di beberapa social media yang ada." (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Development Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku *informan* II (pendukung):

> "Dalam memenuhi target audience pada kegiatan publications yaitu meliputi Public Relations yang salah satunya penggunaan media partners portal informasi di beberapa social media yang ada sehingga dapat dikombinasikan dengan tools marketing lainnya." (Wawancara Calvin Dio, 27 Januari 2023)

Melalui publikasi di social media, perusahaan dapat menyampaikan pesan-pesan yang diinginkan kepada audiens, membangun hubungan

dengan mereka, dan memperkuat kesadaran merek. Pada dasarnya, publikasi melibatkan pembuatan dan penyebaran konten yang relevan sehingga dapat menarik berbagai macam target audience. Konten tersebut berupa foto, video dan berbagai bentuk konten visual atau teks lainnya. Tujuan dari konten ini adalah untuk menarik perhatian audiens, menginformasikan mereka tentang produk atau layanan, membangun keterlibatan, dan mendorong aksi atau trspons yang diinginkan, seperti pembelian produk atau berbagi konten orang lain.

2. Event

Perusahaan PT Kapitol Era Mas dapat menarik perhatian publik mengenai produk baru atau aktivitas perusahaan ketika sedang mengadakan acara atau *event*. Dalam penemuan penelitian ini, pelaksanaan *event* dibagi menjadi dua yaitu *offline event* dan juga *online event*. PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group juga sering menyelenggarakan *event new product launching* yang disertai dengan *influencer* untuk menyelenggarakan *event* itu berjalan dengan lancar.

PT Kapitol Era Mas telah melaksanakan event yang berjalan dengan lancar melalui Kerjasama yang dilakukan dengan para brand, influencer, dan beberapa e-commerce lainnya dalam mengaplikasikan strategi kampanye online saat menyelenggarakan event, event yang ada yaitu penyediaan diskon atau promo Buy 1 get 1. Melalui Kerjasama ini, PT Kapitol Era Mas mampu memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitasnya di kalangan khalayak umum.

Pentingnya komunikasi yang baik dan jelas sangatlah nyata. Ketika terdapat komunikasi yang lancar dan terkoordinasi dengan baik antara PT Kapitol Era Mas dengan media partner, dan influencer, maka event memiliki peluang yang lebih besar untuk berjalan dengan sukses. Komunikasi yang efektif memungkinkan pihak-pihak terlibat memahami dengan tujuan jelas, tugas, dan tanggung jawab masing-masing dalam event. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan, media partner, dan influencer, karena mereka dapat bekerja sama secara sinergis untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam event tersebut. Seperti pada wawancara berikut:

> “Sejauh ini event berjalan sangat lancar, kegiatan yang dilakukan yaitu seperti perayaan peresmian outlet baru yang

> dikemas menjadi sebuah konten dan tentunya event yang menarik, juga bekerja sama dengan beberapa brand dan influencer" (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> "Berjalan dengan lancar karena semuanya telah terstruktur telah bekerja sama dengan bebarapa brand dan influencer. PT Kapitol Era Mas juga sudah bekerja sama dengan beberapa e-commerce yaitu Shopee, gojek, dan grab." (Wawancara Pada 27 Januari 2023)

Hasil wawancara dengan konsumen sebagai triangulasi sumber pada tanggal 27 Januari 2023:

> "Disaat ada new product launch brand tertentu, pada saat itu banyak promo menarik" (Wawancara Nazla Bunga, 29 Januari 2023)

Komunikasi yang baik dan jelas sangat penting dalam menjalankan event di PT Kapitol Era Mas. Kurangnya atau buruknya hubungan komunikasi dapat menghambat jalannya *event* dan bahkan menyebabkan kegagalan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengecekan dua kali dalam proses komunikasi dengan *media partner* dan *influencer*. Komunikasi yang efektif dan memungkinan dapat membuat kesuksesan suatu *event* yang telah direncanakan.

Keberhasilan suatu *event,* baik itu *online* maupun *offline,* dapat diukur melalui faktor-faktor seperti partisipasi peserta, interaksi yang terjadi, penggunaan teknologi atau platform yang tepat, serta pengukuran dan evaluasi yang akurat. Dalam *event online,* tingkat partidipasi dan interaksi peserta, serta penggunaan teknologi yang efektif menjadi penentu keberhasilan. Sedangkan dalam *event offline,* kehadiran peserta, interaksi yang terjadi, pengelolaan *logistic* yang baik juga menjadi factor penting. Dalam kedua jenis event tersebut, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang baik menjadi kunci untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Identity Media

Dalam mengenal lebih dalam lagi tentang perusahaan PT Kapitol Era Mas, perusahaan ini memiliki nama-nama brand yang cukup unik dan beda dari brand pada umumnya, tidak hanya itu mereka juga menonjolkan pada logo setiap brand yang ada untuk mengundang masyarakat membeli produk mereka.

Identity media yang focus terhadap keberhasilan logo dan nama dalam perusahaan sangat peting dalam menciptakan citra yang kuat dan mengundang minat konsumen. Hal ini terkait karena logo sendiri merupakan elemen visual yang menjadi identitas perusahaan, sedangkan nama brand menjadi representasi dari nilai-nilai dan karakteristik perusahaan. Keberhasilan logo dan nama yang dipilih dapat mencerminkan keunikan, kreativitas dan daya inget yang tinggi, yang pada gilirannya dapat membantu membedakan perusahaan dari pesaing dan membangun kesan positif pada konsumen. Pemilihan warna yang tepat juga berperan penting dalam menciptakan identitas yang kuat. Dengan identitas media yang kokoh, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan menrik perhatian konsumen untuk mengenal dan memilih produk atau layanan yang ditawarkan. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie Senior Marketing Communications selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> "Tidak ada pembeda dengan brand lain, PT Kapitol Era Mas sendiri memilih nama brand yang cukup unik walaupun singkat padat dan jelas tetapi memiliki arti dan tujuan yang sangat bagus untuk mengundang masyarakat membeli brand kami. Logo yang kami gunakan lebih ke ilustrasi kartun tetapi tetap menggunakan gambar makanan pada umumnya sesuai nama brand yang ada." (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> "Jika di focuskan lebih dalam lagi tanpa disadari, nama brand-brand dari PT Kapitol Era Mas adalah penyebutan nama yang gampang diingat oleh konsumen kita, sebenarnya terdengar simple tetapi hal itu yang membuat konsumen mudah mengingat nama-nama brand kita karena singkat padat dan jelas. Untuk logo sendiri kita lebih memilih mascot-maskot lucu yang mengidentifikasikan makanan tetapi dibuat dengan konsep kartun, hal ini untuk menarik daya tarik konsumen karena memiliki logo yang ceria." (Wawancara Calvin Dio, 27 Januari 2023)

Tahapan dalam Identitas Media memainkan peran penting dalam pemilihan brand dan logo yang terkait dengan setiap brand. Keberhasilan tahapan ini dapat dilihat dari ketertarikan konsumen terhadap berbagai brand yang ada, ang ditandai oleh keunikan logo dan kemudahan dalam mengingat nama brand tersebut. Semua aspek harus saling terkait dan selaras, termasuk pemilihan warna yang tepat, sehingga PT Kapitol Era Mas dapat menghindari plagiat brand dan berani menampilkan identitas yang unik dan mudah diingat melalui nama dan logo mereka. Pemilihan nama brand dan logo yang tepat juga dapat menarik perhatian masyarakat umum untuk mencoba produk-produk yang ditawarkan oleh PT Kapitol Era Mas.

4. News

Berita selalu diperlukan dalam proses *marketing public relations*. *Public relations* dituntut menciptakan berita melalui *press release*, *newsletter, bulletin* dan berita yang diharapkapkan dapat memperanguhi opini publik. Dalam era digital saat ini, berita yang disajikan melalui website dan media sosial memiliki keunggulan tersendiri dalam hal kecepatan, aksesbilitas, dan jangkauan. Website dan media sosial adalah platform yang paling efektif dalam menyampaikan informasi yang akurat dan menyebarluaskan berita. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie *Senior Marketing Communications* selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> "Ya, dengan berita-berita baik yang dibuat oleh PT Kapitol Era Mas maupun pemberitaan mengenai PT Kapitol Era Mas yang terdapat dimedia massa dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap perusahaan, tidak hanya itu update tentang kegiatan marketing public relations juga selalu kita update dengan pemberitaan yang dirasa positif akan dapat

menciptakan pandagan positif masyarakat akan PT Kapitol Era Mas.” (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> “Update terkait kegiatan marketing public relations dapat di pantau melalui web PT Kapitol Era Mas, pada web tersebut terdapat kegiatan Marketing Public Relations dan juga penghargaan-penghargaan yang telah diraih PT Kapitol Era Mas” (Wawancara Calvin Dio, 27 Januari 2023)

Melalui website, berita dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja selama terhubung dengan internet. Hal ini memberikan keleluasaan bagi pembaca untuk mendapatkan informasi terkini tanpa Batasan geografis. Selain itu, website juga menyediakan ruang yang lebih luas untuk mengulas berita secara mendalam dan detail, dengan menyertakan gambar, video, dan elemen interaktif lainnya.

Keberhasilan berita yang ada pada PT Kapitol Era Mas juga telah dibuktikan melalui hasil wawancara kepada konsumen PT Kapitol Era Mas sebagai tringulasi sumber, sebagai berikut:

> “Apakah menurut anda berita yang ditampilkan dalam Marketing Public Relations PT Kapitol Era Mas sudah mencakup 5W + 1H?”

Hasil wawancara dengan konsumen sebagai triangulasi sumber pada tanggal 28 Januari 2023:

> ” Sudah, karena mereka memposting atau memberikan berita sudah mencakup 5W+1 H sehingga para customer lain tidak kebingungan juga ingin mencari tahu.” (Wawancara Pada 29 Januari 2023)

Media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan berita secara cepat dan viral. Melalui fitur-fitur seperti berbagi, like, dan komentas, berita yang dibagikan dapat dengan mudah mencapai audiens yang lebih luas. Media sosial juga memberikan ruang bagi interaksi antara pembaca, yang

memungkinkan mereka untuk berbagi pendapat, memberikan tanggapan, dan melibatkan diri dalam diskusi yang berkaitan dengan berita tersebut.

Berkaitan dengan *website* dan media sosial, berita dapat mencapai *audiens* yang lebih luas dan beragam, termasuk mereka yang tidak memiliki akses media tradisional. Hal ini menciptakan peluang baru bagi media, jurnalis, dan organisasi berita untuk menyampaikan informasi dengan lebih efektif dan menciptakan dampak yang lebih besar dalam masyarakat.

5. Speech

Semakin tinggi kebutuhan suatu perusahaan untuk dapat menjawab setiap keperluan masyarakat dengan menjawab seluruh pertanyaan dari media ataupun memberikan arahan-arahan dalam penjualan produk *f&b* Kapitol Era Mas dan di meeting yang bertujuan untuk berdiskusi tentang penjualan dapat membangun kesan positif perusahaan. Pidato memiliki peran penting yang signifikan dala membangun brand, meningkatkan *engagement,* dan menciptakan dampak positif. Dalam konteks PT Kapitol Era Mas, implementasi pidato telah berhasil karena melibatkan pihak kedua dan pihak ketiga yang terlibat, serta mampu merespons pendapat dan pertanyaan dari setiap pihak dengan baik.

Pidato dalam perusahaan dapat digunakan sebagai sarana untuk mengisi acara-acara yang beragam dan membantu membangun identitas perusahaan. Melalui pidato, perusahaan dapat menyampaikan visi, misi, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada para audiens. Hal ini membantu menciptakan persepsi yang positif tentang PT Kapitol Era Mas sebagai *role model* semangat *entrepreneurship* dalam bisnis *food & beverage* dan brand yang sukses ditengah persaingan. Maka dari itu pentingnya membangun *kredibilitas* perusahaan melalui pidato. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie Senior Marketing Communications selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> “Dalam kegiatan speech terdapat peran promosi yang menjadi poin utama untuk saling terkoneksi atau terhubung dengan

> selaras dan lancar pada partnership yang ada." (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> "Yang kita tahu pastinya kegiatan speech tidak lepas dari media dan peran partnership yang ada, karena itu semua saling berkaitan dan memiliki tujuan yang satu yaitu tujuan untuk membangun dan menjaga suatu image perushaan melalui kegiatan timbal balik antara pihak internal, eksternal dan pihak terkait lainnya yang mempunyai kepentingan didalamnya." (Wawancara Calvin Dio 27 Januari 2023)

Kegiatan pidato juga berkontribusi dalam membangun kredibilitas perusahaan. Melalui pidato, perusahaan dapat menyampaikan informasi yang akurat, memperkuat citra perusahaan, dan meningkatkan kepercayaan public. Pidato disampaikan dengan jelas, lugas, dan menginspirasi, termasuk karyawan, mitra bisnis, dan konsumen.

6. Public Service Activities

Pada dasarnya aktivitas pelayanan public menyangkut aspek kehidupan masyarakat yang sangat luas. Perusahaan wajib memenuhi dan menyediakan kebutuhan publik secara santun dan *professional* pada setiap konsumen nya. Tentunya PT Kapitol Era Mas dapat melayani dengan kualitas standar pelayanan, prosedur yang baik, lancar, aman, tertib, ada kepastian dalam biaya dan waktu. Masyarakat pastinya akan merasakan kepuasaan apabila menerima *feedback* yang baik dan professional dari penyedia pelayanan. Pada intinya perusahaan dapat membangun *image* yang positif dengan cara menyumbang uang atau waktu dalam hal-hal yang positif.

Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie Senior Marketing Communications selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> “Kami akan menganggapinya dengan sabar dan dibarengi oleh permintaan maaf karena telah melakukan kesalahan dengan kata-kata yang sudah tertata rapih dan sopan.” (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> ” Dari pihak kami akan segera mengirimkan permohonan maaf di email, mengakui kesalahan sehingga berjanji konsumen kami tidak merasa dirugikan lagi dalam bentuk kata-kata yang sopan.” (Wawancara Calvin Dio, 27 Januari 2023)

Dalam memanfaatkan aktivitas pelayanan publik yang baik dan benar semuanya dapat di evaluasi sesuai dengan kinerja yang dilakukan pada saat proses *marketing public relations* berlangsung untuk dapat kekurangan dan kelebihan nya. Tentunya pihak PT Kapital Era Mas sudah tegas pada peraturan yang ada yaitu langsung mengambil tindakan dalam menghargai pendapat para *customer* mereka, hal ini membuat perusahaan tersebut berkembang tentunya karena mereka telah belajar dari kesalahan yang ada dan dengan cepat memperbaiki keadaan tersebut tanpa membuat *customer* kecewa.

Penggunaan media sosial yang semakin canggih dan inovatif telah memainkan peran penting dalam kegiatan *Marketing Public Relations* yang sedang berjalan. Dalam perkembangan teknologi internet yang terus berkembang, penggunaan social media memiliki akses yang lebih luas dan kemampuan untuk memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dengan cara yang cerdas dan *up to date*. Hal ini memungkinkan pengguna *social media* untuk lebih berkembang dan memahami aktivitas *Marketing Public Relations* secara efektif.

7. Sponsorship

Perusahaan PT Kapital Era Mas dapat mempromosikan mereknya dengan cara mensponsori sebuah kegiatan dengan contoh kegiatan sosial

yang memiliki tujuan sangat dihargai dan tentunya bermanfaat bagi kelangsungan perusahannya. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie Senior Marketing Communications selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> "Tentunya, melalui proses sponsorship maka dapat menambah nilai merek dari suatu perusahaan yang ada. Perusahaan biasanya dapat mengajak konsumen sesuai dengan target untuk meningkatkan kegiatan marketing public relations, meningkatkan keterlibatan aktivitas campaign dan lainnya" (Wawancara Pada 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> "Ya, perusahaan kami sendiri selalu kebanjiran orderan setelah melakukan kegiatan sponsorship tapi dalam jangka waktu pendek dan tergantung dengan siapa kita bekerja sama dalam kegiatan sponsorship." (Wawancara Pada 27 Januari 2023)

Pada proses *sponsorship* untuk kedua belah pihak akan saling menguntungkan karena terdapat *feedback positif* timbal balik untuk keduanya. Jika PT Kapitol Era Mas di sponsori oleh produk lain maka tidak hanya nama produk dari PT Kapitol Era Mas yang naik, tetapi produk yang memberikan *sponsor* juga akan naik karena adanya *followers* aktif pada *social media* di setiap brand PT Kapitol Era Mas. Konsumen PT Kapitol Era Mas tentunya mengikuti semua postingan yang ditampilkan oleh perusahaan seperti aktif *likes* dan *comment* postingan, aktif mengikuti *giveaway* dan lainnya. Dengan hal seperti itu nilai merek dari brand semakin bertambah.

Hasil wawancara dengan konsumen sebagai triangulasi sumber pada tanggal 28 Januari 2023:

> "Iya karena influencer yang bekerja sama rata-rata telah memiliki banyak social media dan bermanfaat untuk

konsumen sehingga dapat memberikan kesan yang positif." (Wawancara Nazla Bunga, 29 Januari 2023)

8. Press Relations or Press Agency

Tugas *Public Relations* erat kaitan nya mengacu kepada tujuan komunikasi. Tujuan tersebut kemudian diimplementasikan ke dalam program *Public Relations*. Agar program berjalan dengan lancar , tentunya harus mendapat publisitas media yang perlu didukung oleh media *Public Relations*, yaitu *Press Release*. Tantangan *Public Relations* pada setiap perusahaan tentu saja bagimana dalam menarik simpati media terhadap release yang dibuat agar dimuat di media dengan nilai berita positif.

Proses membuat dan mengemas *Press Releas*e agar menjadi menarik bagi media memerlukan upaya yang baik dan teliti. *Press Release* harus mampu memenuhi kriteria berita yang menarik perhatian redaksi media. Dalam upaya tersebut, perusahaan perlu mempertimbangkan isu-isu yang relevan, membuat judul yang menarik, serta Menyusun konten yang informati dan memikat. Dengan demikian, *Press Release* memiliki potensi untuk menjadi berita yang akan dimuat oleh media dan meningkatkan kehadiran perusahaan dalam ranah *public*. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie *Senior Marketing Communications* selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> **"**Ya, karena adanya keterlibatan antara pihak lain yang menunjang proses kegiatan press relations berlangsung, seperti contohnya media partner." (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> **"**Ya, dengan rutin adanya kegiatan Press Relations yang selalu berkaitan dengan kebutuhan promosi, umumnya kita melibatkan pihak ketiga yaitu dalam pengembangan promosi brand dengan brief yang diatur dan arahan sesuai objective yang ingin dicapai." (Wawancara Calvin Dio, 27 Januari 2023)

Benar adanya jika rutin melakukan *Press Relations* membawa nama perusahaan semakin maju, hal ini karena nama perusahaan akan tersorot ke dalam *media massa* yang nantinya banyak dilihat oleh masyarakat umum dan tentunya hal itu dapat membuat *insight* perusahaan juga semakin terdepan. Jika *Press Release* telah masuk ke media dan dijadikan nilai berita, maka hal itu sudah dapat dikatakan memenuhi kategori berita yang dapat dimuat ke media, pada umumnya membuat dan mengemas *press* agar dapat menjadi daya tarik untuk dimuat di media tidaklah mudah.

Press Release akan dikatakan berhasil dengan bagaimana *Public Relations* mengemas isi dari pesan *Press Release* itu lalu menjadi daya tarik tersendiri bagi media, disamping kualitas gambar terdapat hubungan yang tidak kalah penting baik dan tentunya media tetap harus dijaga.

Hasil wawancara dengan konsumen sebagai triangulasi sumber pada tanggal 28 Januari 2023:

> "Proses marketing public relations telah disampaikan dengan jelas, foto dan video HD, pesan dan tulisan sudah sesuai dan masuk sesuai topik informasi yang disampaikan tidak kemana-mana, terakhir yaitu berdasarkan fakta" (Wawancara Nazla Bunga, 29 Januari 2023)

Melalui pelaksanaan *Press Release* yang efektif, perusahaan dapat memanfaatkan media sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pesan-pesan penting dan strategis. Dengan munculnya perusahaan dalam berita, baik dalam bentuk wawancara, liputan kegiatan, atau pemberitaan terkait, perusahaan dapat membangun *brand awareness* yang lebih kuat dan meningkatkan tingkat kepercayaan dari masyarakat. *Press Release* juga dapat menjadi sarana untuk menyampaikan informasi terkini mengenai perkembangan perusahaan, peluncuran produk baru, kegiatan sosial dan sebagainya.

9. Product and Brand Publicity

Kegiatan *Marketing Public Relations* erat kaitan nya dengan kampanye-kampanye yang berlangsung, tentunya itu semua ditangani oleh *Public Relations*. Setiap brand yang dikemas harus memiliki kualitas produk

yang baru guna mempertahankan produksi yang nantinya akan dijual ke para konsumen yang menikmatinya. *Public Relations* berfokus pada pengembangan pesan produk yang kreatif dan penempatannya yang efektif di media. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan kesadaran, minat, dan preferensi terhadap produk atau brand perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, *Public Relations* mengelola hubungan dengan media dan menciptakan strategi komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan perusahaan kepada *audiens*.

Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Hana Vinie *Senior Marketing Communications* selaku informan I (*key informan*), sebagai berikut:

> "Tentu, karena perusahaan kami mengedepankan kualitas produk yang ada sehingga peraturan-peraturan terus berjalan sesuai dengan SOP yang berlaku. Tahapan tersebut menjadi rangkaian kegiatan Marketing Public Relations dengan tujuan menumbuhkembangkan kesadaran konsumen akan produk yang ada di setiap brand PT Kapital Era Mas terjamin kualitas dari segi rasa dan juga harga." (Wawancara Hana Vinie, 27 Januari 2023)

Selain itu, pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Calvin Dio *Business Develompent Advisor* PT Kapitol Era Mas selaku informan II, sebagai berikut:

> "Pastinya terdapat exposure atau paparan brand kepada calon konsumen sehingga mereka dapat menilai sendiri bahwa produk kami sudah terpercaya karena focus pada pengembangan dalam marketing maupun branding" (Wawancara Calvin Dio, 27 Januari 2023)

Public Relations telah berperan dalam membangun dan memelihara kesukaan terhadap proses berjalannya *product & brand publicity*, tidak hanya itu *Public Relations* juga memegang kesetiaan pelanggan dengan menjalin relationship yang focus pada pengembangan proses kreatif pesan produk dan penempatannya di media.

1.3 Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di kantor PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group di Jalan Waru no. 100, Ciater, Serpong, Tangerang Selatan, Banten. Maka penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, yang mencakup informasi dari wawancara yang telah terlaksana selama penelitian berlangsung.

Peran *Public Relations* PT Kapitol Era Mas sangat signifikan dalam menyebarkan informasi yang mempunyai tujuan untuk aktif dan memperkenalkan PT Kapitol Era Mas kepada khalayak umum, media, mitra dan konsumen. Berikut pembahasan mengenai Implementasi *Marketing Public Relations* di PT Kapitol Era Mas.

1. Publications

Pada proses *Marketing Public Relations, publications* atau publikasi tentunya selalu menjadi pilihan dalam menyampaikan informasi terkait produk-produk dari PT Kapitol Era Mas kepada konsumen. Melalui publications media pada internet membuat masyarakat dengan mudahnya mendapatkan informasi yang ada khususnya melalui *online*. Seperti yang dijelaskan pada hasil penelitian diatas memanfaatkan publikasi sebagai sarana dalam mempengaruhi pasar target adalah salah satu strategi promosi yang efektif dan efisien. Aktif dalam *social media* dalam proses *publications* adalah hal yang penting untuk membuka portal informasi kepada *media partner* dan mitra yang ada. *Social media* dan *website* adalah salah satu tempat untuk menyebarkan informasi kepada *audience*. Pada tahap ini *publications* juga dapat meningkatkan keterlibatan, jangkauan dan respon yang cepat dari masyarakat. Keuntungan dari *publications* adalah untuk mendapatkan kesempatan dan peluang dalam memperluas target perusahaan, sedangkan itu kekurangan nya adalah dengan kita jarang aktif di *social media* kemungkinan besar kita insight kita akan menurun tetapi

jika kita sering melakukan dalam waktu yang berulang kali dapat menimbulkan *spam*.

Gambar 4.3

Website Malam Minggu Group atau PT Kapitol Era Mas

Sumber : Website Malam Minggu Group

Gambar 4.4

Publications Poster Product

Sumber: Instagram @malamminggugroup

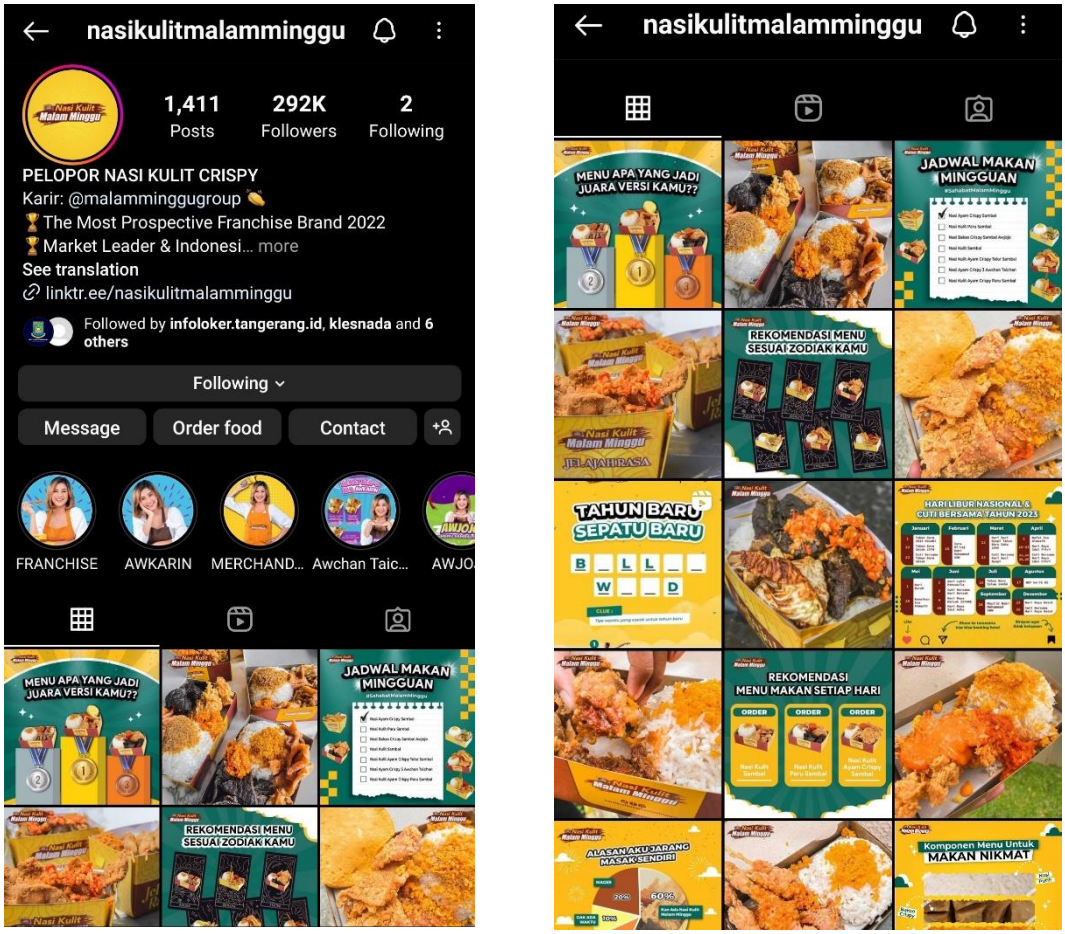
Gambar 4.5 & Gambar 4.6

Publications Reels Instagram

Sumber: Instagram @nasigilabucin

Gambar 4.7 & Gambar 4.8

Social Media Instagram Nasi Kulit Malam Minggu



Sumber: Instagram @nasikulitmalamminggu

Kegiatan *Publications* pada penelitian terdahulu yang terdapat dalam judul "*Marketing Public Relations* Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru, Irene Melia Puspita, 2019" adalah media online dalam *media sosial* Instagram @soursallycoid, mengembangkan *Influencer, Food Buzzer, Instagram Ads, Official Website, Media Internal, Press Release* dan pihak ketiga. *Strategi Publications Marketing Public Relations* Sour Sally berfokus pada *online* karena lebih hemat biaya, terarah, serta sesuai dengan *target market* Sour Sally. Begitu juga sebaliknya dengan penelitian penulis, dalam *Publications Marketing Public Relations* di PT Kapitol Era Mas, inovasi yang dipake saat proses *publications* yang berjalan lebih dengan mengembangkan secara *online* seperti aktif dalam pembuatan *reels* di Instgram, *Upload* Story

Instagram, Post Feeds Instagram, Official Website, bekerja sama dengan brand lain dan *Influencer* hingga media massa. Maka kedua perusahaan memiliki persamaan dengan aktif melakukan proses *publications* secara *online* untuk menyesuaikan dengan target konsumen yang ada.

Memanfaatkan berbagai *platform* media sosial ini memberikan sejumlah manfaat bagi PT Kapitol Era Mas. Pertama, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam melalui penggunaan *Instagram, TikTok,* dan *IG Story*. Dengan menjangkau berbagai *platform* yang *populer*, PT Kapitol Era Mas dapat memperluas jangkauan merek mereka dan menarik minat konsumen potensial dari berbagai latar belakang. Kedua, melalui konten yang kreatif dan menarik di media sosial, perusahaan dapat dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pengguna media sosial.

Keuntungan lainnya adalah penggunaan media sosial membuka peluang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan menggunakan fitur seperti *Video Reels* di *Instagram* dan *video TikTok,* PT Kapitol Era Mas dapat menyajikan konten yang menghibur dan menarik perhatian pengguna. Ini membantu memperkuat hubungan antara merek dan konsumen, menciptakan keterlibatan yang lebih dalam, dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek. Selain itu, dengan berbagi konten melalui *IG Story*, PT Kapitol Era Mas dapat memberikan pengalaman yang lebih pribadi dan *eksklusif* kepada pengikut mereka, yang dapat memperkuat ikatan emosional dengan konsumen.

Selain manfaat tersebut, penggunaan media sosial juga memberikan PT Kapitol Era Mas wawasan berharga tentang preferensi konsumen, tren pasar, dan umpan balik pelanggan. Melalui interaksi aktif dengan pengguna dan analisis data dari platform media sosial, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memanfaatkannya dalam pengembangan produk,

peningkatan strategi pemasaran, dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik di masa depan.

Secara keseluruhan, PT Kapitol Era Mas telah berhasil menggunakan berbagai platform media sosial untuk mempublikasikan merek mereka dengan cara yang menarik dan efektif. Dengan memanfaatkan *Instagram*, *TikTok*, dan *IG Story*, perusahaan dapat memperluas jangkauan merek, meningkatkan keterlibatan pengguna, membangun merek yang kuat, dan memperoleh wawasan berharga tentang konsumen. Dalam era *digital* yang semakin maju, strategi publikasi ini memberikan PT Kapitol Era Mas keuntungan kompetitif dan memperkuat posisi mereka dalam industri *food & beverage*.

2. Event

Untuk mendorong keberhasilan dari kegiatan *Marketing Public Relations* yang dilakukan yaitu mengadakan *event*. *Event* atau program acara yang mempunyai tujuan memperkenalkan produk dan pelayanan perusahaan, mempengaruhi opini publik, dan mendekatkan diri ke publik. PT Kapitol Era Mas juga menjalin Kerjasama dengan brand lain dalam event-event besar, dalam kegiatan *event* ini PT Kapitol Era Mas berusaha memperkenalkan perusahaannya dan menjadi tempat promosi sehingga masyarakat akan semakin peduli dengan bisnis *food & beverage* dan menghormati setiap cita rasa makanan termasuk semua usaha UMKM yang ada di Indonesia. *Event* ini merupakan salah kegiatan yang dirancang dengan tema tertentu dengan maksud supaya konsumen tertarik, sehingga nanti nya konsumen dapat memahami pesan yang ingin disampaikan oleh PT Kapitol Era Mas.

Dalam temuan penelitian ini, pelaksanaan *event* dibagi menjadi dua yaitu *offline event* dan juga *online event*. Saat melakukan *offline event,* PT Kapitol Era Mas sering merlakukan *new product launching* dan juga *Grand Opening New Outlet*. CEO dan *Founder* PT Kapitol Era Mas turut aktif dalam mengembangkan alat *event launching* supaya *public* mengetahui

dengan produk yang baru diluncurkan. Selain *offline event*, terdapat *online event.* Contoh *online event* yang diselenggarakan PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group yaitu online campaign *via Instagram*. Dalam *Public Relations*, kampanye adalah hal yang paling sering dilakukan oleh praktisi.

Public Relations. Beberapa *campaign* via Instagram oleh brand-brand PT Kapitol Era Mas adalah HERAN (Hemat Rame-Rame Bikin Ketagihan), *Cup of Happines*, AADC (Asik Ada Diskon), sePARUH aku, Trio Heboh, LBL (Love Banget Loh), Promo KEGAB (Kenyang Banget), dan lainnya. Dampak dari keaktifan PT Kapitol Era Mas menyelenggarakan *event* tentunya untuk meningkatan promosi dan juga penjualan pada produk yang ada.

Gambar 4.9

Poster Event yang bekerja sama dengan E-commerce

Sumber: Instagram @nasikulitjempolan

Gambar 4.10 & Gambar 4.11

Event Kolaborasi Menu dengan Brand lain

Sumber: Instagram @Bakertime @Nasikulitmalamminggu

Kegiatan *Event* yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan penelitian penulis memiliki maksud dan tujuan yang sama, jika penelitia terdahulu yang berjudul "*Brand Awareness* PT. Go-Jek Indonesia dan Upaya peningkatan Melalui Aktivitas *Marketing Public Relations*, Mawaddah Tujarah, Elsa Putri, Wilda Tut Taharah, 2022" Memiliki program *event* yan bertujuan mengenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke public dan PT. Go-Jek Indonesia juga menjalin event besar untuk mendukung dan memperkenalkan perusahaannya menjadi tempat promosi kepada masyarakat. Sama hal nya dengan kegiatan *event* PT Kapitol Era Mas yang bertujuan memperkenalkan produk dan berkolaborasi dengan brand lain, mengerjakan *event* besar maupun *event* harian seperti *campaign promo* yang terdapat dalam *social media* hingga *event* besar *new product launch* sehingga masyarakat lebih mengetahui dan mengenal produk-produk yang ada dan tentunya untuk mempengaruhi opini publik,

Melakukan acara offline memiliki beberapa keuntungan. Pertama, acara *offline* memungkinkan PT Kapitol Era Mas untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Ini memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan memahami kebutuhan dan *preferensi* konsumen secara lebih baik. Kedua, melalui acara *offline* seperti peluncuran produk baru, PT Kapitol Era Mas dapat menciptakan *buzz* dan kegembiraan di antara konsumen, yang dapat meningkatkan minat dan permintaan terhadap produk tersebut. Keuntungan lainnya adalah adanya kesempatan untuk membangun jaringan dan kemitraan dengan pihak-pihak terkait dalam industri yang ada.

Sementara itu, acara *online* juga memiliki manfaatnya sendiri. Pertama, dengan acara online, PT Kapitol Era Mas dapat mencapai *audiens* yang lebih luas secara geografis. Dengan memanfaatkan *platform digital*, perusahaan dapat menjangkau konsumen di berbagai lokasi tanpa batasan geografis. Kedua, acara *online* memiliki potensi viralitas yang tinggi. Melalui kampanye *online* yang menarik dan kreatif, PT Kapitol Era Mas dapat menciptakan konten yang dapat dengan cepat dibagikan dan dijangkau oleh banyak orang, meningkatkan kesadaran merek dan mencapai *audiens* yang lebih besar. Selain itu, acara *online* juga memberikan fleksibilitas waktu bagi konsumen, sehingga mereka dapat mengakses acara tersebut sesuai dengan kenyamanan mereka sendiri.

Tujuan dari kedua jenis acara ini adalah meningkatkan kesadaran merek, memperkenalkan produk baru, dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Acara *offline* memberikan kesempatan untuk menghadirkan pengalaman langsung kepada konsumen, sementara acara *online* memberikan aksesibilitas yang lebih luas dan potensi viralitas yang tinggi. Kedua jenis acara ini saling melengkapi dan menjadi bagian integral dari strategi Public Relations PT Kapitol Era Mas. Dengan memanfaatkan kedua *platform* ini secara efektif, perusahaan dapat memaksimalkan

dampaknya dan mencapai hasil yang diinginkan dalam memperkuat citra merek dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

3. Identity Media

Mencari identitas media yang tepat memiliki peran penting dalam memilih nama dan logo untuk setiap merek. Ini penting karena dapat menarik minat konsumen, terlihat dari uniknya logo dan kemudahan pengucapan nama merek yang mudah diingat. Selain itu, semua elemen harus saling terkait dan selaras dalam pemilihan warna untuk pencegahan *plagiat* merek terjadi. Oleh karena itu, PT Kapitol Era Mas berani menampilkan sesuatu yang unik dan mudah diingat dalam nama dan logo mereka, sehingga dapat menarik perhatian khalayak umum untuk mencoba produk-produk mereka. Tentunya identitas media PT Kapitol Era Mas mendapatkan respon yang sangat positif oleh publik.

Pemilihan warna dalam nama dan logo merek juga memiliki peran penting. Warna yang dipilih harus sesuai dengan identitas merek dan mencerminkan nilai-nilai yang ingin disampaikan. PT Kapitol Era Mas sangat memperhatikan pemilihan warna dalam upaya mencegah plagiat merek terjadi. Dengan memilih kombinasi warna yang tepat, perusahaan dapat menciptakan identitas yang unik dan membedakan diri dari pesaing.

Langkah yang diambil oleh PT Kapitol Era Mas dalam mencari identitas media yang tepat telah mendapatkan respon positif dari publik. Logo dan nama merek yang mereka pilih memiliki daya tarik yang kuat dan mudah diingat. Publik merespons dengan baik terhadap identitas media yang ditampilkan oleh perusahaan. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam menarik perhatian khalayak umum dan membangun kesadaran merek yang positif.

Dalam industri yang kompetitif, memiliki identitas media yang kuat menjadi kunci keberhasilan. PT Kapitol Era Mas menyadari betapa pentingnya memiliki sesuatu yang unik dan berbeda untuk menarik

konsumen. Dengan memilih nama dan logo yang tepat, perusahaan mampu menunjukkan jati diri mereka dan menciptakan daya tarik yang kuat di mata konsumen. Identitas media yang berhasil dibangun oleh PT Kapitol Era Mas memberikan keuntungan kompetitif dalam pasar yang padat.

Mencari identitas media yang tepat dalam memilih nama dan logo merek merupakan langkah penting dalam membangun kesadaran merek yang positif. PT Kapitol Era Mas dengan berani menampilkan identitas media yang unik dan mudah diingat, serta memperhatikan pemilihan warna yang tepat, telah berhasil menarik perhatian publik dan menciptakan kesan yang positif. Identitas media yang kuat menjadi aset berharga dalam persaingan industri yang kompetitif dan membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing.

Perubahan Media Identitas yang terdapat dalam penelitian terdahulu yang berjudul "*Marketing Public Relation* Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru, Irene Melia, 2019" Adalah Sour Sally mengubah merubah seluruh aspek media identitasnya tanpa menghilangkan identitas Sour Sally. Perubahan media identitas Sour Sally terdapat pada logo, *tagline*, *mascot*, pemilihan warna, produk, desain media promosi,, dan packaging. Sour sally berani mengubah tampilan baru untuk merubah citra girlie yang melekat pada Sour Sally, media identitas warna hitam dalam perubahan Sour Sally yang baru ternyata menjadi *trendsetter* bagi produk-produk F&B lainnya. Dalam penelitian penulis, Media Identitas PT Kapitol Era Mas juga sangat melekat dengan masyarakat yang terdapat di logo, pemilihan warna dan nama *brand* dan berani menampilkan sesuatu yang beda serta unik sehingga banyak orang akan menyukai produk mereka.

4. News

Dengan menjalani hubungan baik antara perusahaan dengan media pers adalah semakin meningkatkan jumlah konsumen yang ada. Pentingnya

bekerjasama dengan media dan wartawan untuk memperluas *market* yang belum begitu terjangkau. Tidak hanya itu, pastinya ada kendala yang dihadapi yaitu perbedaan *news value* yang ingin disampaikan dari pihak perusahaan dengan media, terkadang berita yang dimuat tidak sepenuhnya sesuai dengan keinginan perusahaan. Dengan berita-berita baik yang dibuat oleh PT Kapitol Era Mas mengenai perusahaan yang terdapat di media massa dapat mempengaruhi pandangan masyrakat terhadapa perusahaan, jika pemberitaan yang dirasa positif akan dapat menciptakan pandangan positif masyarakat tentunya akan PT Kapitol Era Mas atau Malam Minggu Group. Pandangan tersebut yang dapat membuat para konsumen semakin setia kepada brand-brand PT Kapitol Era Mas.

PT Kapitol Era Mas memahami pentingnya menciptakan citra positif tentang perusahaan dalam liputan media massa. Dengan memastikan bahwa berita yang berkaitan dengan perusahaan tersebut bersifat menguntungkan, perusahaan dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap dirinya. Berita yang dianggap positif oleh masyarakat akan membantu memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek-merek yang dimiliki oleh PT Kapitol Era Mas.

Selain kerjasama dengan media, perusahaan juga harus menghormati integritas dan otonomi media massa saat menjalin hubungan dengan mereka. Dalam menjalankan komunikasi, PT Kapitol Era Mas senantiasa menjaga keterbukaan dan saling menghargai dengan media, memahami peran penting media dalam menyampaikan informasi yang berimbang dan berdasarkan fakta.

Dalam rangka memperkuat hubungan dengan media pers, PT Kapitol Era Mas dapat pula membangun kemitraan yang saling menguntungkan. Dalam kerjasama tersebut, perusahaan menyediakan akses kepada media untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai perusahaan, produk, atau kegiatan yang dilakukan. Dengan memberikan

sumber daya yang memadai kepada media, PT Kapitol Era Mas turut mendukung media dalam menjalankan tugas jurnalistiknya secara efektif.

Tidak hanya itu, PT Kapitol Era Mas juga dapat mengadakan acara atau kegiatan khusus yang melibatkan media untuk memperkuat hubungan tersebut. Melalui acara tersebut, perusahaan dapat memperkenalkan diri kepada media, menjelaskan visi dan misi perusahaan, serta menjawab pertanyaan yang mungkin dimiliki oleh wartawan. Dengan membangun hubungan personal dan interaksi yang lebih dekat dengan media, PT Kapitol Era Mas dapat memperoleh liputan yang lebih positif dan mendapatkan dukungan yang lebih besar dari media dalam mempromosikan merek dan produk perusahaan.

Dalam menjalin hubungan yang baik dengan media pers menjadi faktor penting bagi PT Kapitol Era Mas dalam mencapai lebih banyak konsumen. Perusahaan perlu memahami dan mengatasi perbedaan pandangan dalam nilai berita antara perusahaan dan media. Dengan memastikan bahwa berita yang dipublikasikan tentang perusahaan memiliki dampak positif, PT Kapitol Era Mas dapat memengaruhi pandangan masyarakat dan memperkuat *loyalitas* terhadap merek-merek yang dimilikinya.

Gambar 4.12 Malam Minggu Grup bersama MBKM

19 April 2022

Buka Peluang Untuk Mahasiswa, Malam Minggu Group Jadi Mitra MBKM

Malam Minggu Group menjadi mitra pemerintah dalam pelaksanaan progarm magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Lanjutkan Membaca

Sumber: Website Malam Minggu Group

Gambar 4.13

Berita lowongan Internship Nasi Kulit Malam Minggu X Kampus Merdeka

Sumber: Instagram @Nasikulitmalamminggu

Gambar 4.14

Berita Promo Produk Coklat Mimpi

Sumber: Instagram @coklatmimpi

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul "*Marketing Public Relations* Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru, Irene Melia Puspita, 2019" menjelaskan tentang berita yang yang berdampak membawa hubungan baik dengan kalangan pers berita yaitu *awareness* meningkat sehingga dapat mengiring jumlah pengunjung ke toko. Pentingnya bekerjasama dengan media dan wartawan untuk memperluas *market* yang tidak terjangkau. Sedangkan berita dalam PT Kapitol Era Mas memberikan informasi yang lengkap dengan struktur 5W+1H dan juga memberikan manfaat bagi para pembaca, berita yang disampaikan beragam terdapat dalam *press release*, poster lowongan internship, berita promo dan lainnya yang tentu berkaitan dengan pihak ketiga maupun media. Persamaan dari penelitian ini saat proses berita

berlangsung adalah ingin membuat nama perusahaan naik yang dilengkapi dengan pemberitaan yang positif, menarik perhatian konsumen dengan berita yang ditampilkan dan ingin memperkenalan produk yang ada kepada masyarakat.

5. Speech

Pelaksanaan pidato yang terkait erat dengan pihak kedua dan ketiga menunjukkan kesuksesan pidato yang diadakan di perusahaan PT Kapitol Era Mas dengan memperhatikan dan memahami sudut pandang serta pertanyaan dari setiap pihak yang turut serta dalam kegiatan tersebut. Pidato juga dapat digunakan untuk memeriahkan berbagai jenis acara dan menciptakan citra media. Kegiatan pidato memiliki beberapa tujuan, yaitu untuk menyampaikan visi dan misi perusahaan serta mempromosikan PT Kapitol Era Mas sebagai contoh semangat perusahaan *start up* yang sukses di bisnis *food & beverage* di tengah persaingan yang ketat ini. Oleh karena itu sangat diperlukan isi pidato yang tepat untuk membangun kredibilitas perusahaan. Semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk dapat menjawab setiap keperluan masyarakat dengan menjawab pertanyaan dari media bertujuan untuk membangun nilai positif perusahaan.

Pidato juga memiliki peran penting dalam memeriahkan berbagai jenis acara dan membantu menciptakan citra perusahaan. Dengan melalui pidato yang disampaikan, PT Kapitol Era Mas dapat menyampaikan visi dan misi perusahaan kepada khalayak. Dalam hal ini, penting untuk menyusun isi pidato yang sesuai dan efektif guna membangun kredibilitas perusahaan di mata audiens.

Semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk dapat merespons setiap keperluan masyarakat, khususnya melalui pertanyaan dari media. Hal ini bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi PT Kapitol Era Mas untuk dapat menjawab pertanyaan dari media dengan tepat dan membangun nilai-nilai positif dalam setiap

interaksi. Dalam menjawab pertanyaan media, perusahaan harus memastikan bahwa jawaban yang diberikan konsisten, jelas, dan dapat memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang dapat dipercaya dan berkomitmen terhadap kepuasan masyarakat.

Selain itu, PT Kapitol Era Mas juga perlu memperhatikan gaya penyampaian pidato yang sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Pemilihan kata-kata, gaya berbicara, dan bahasa tubuh yang tepat dapat membantu meningkatkan daya tarik pidato serta mempengaruhi pemahaman dan tanggapan audiens. Dengan menggunakan gaya penyampaian yang efektif, perusahaan dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan, mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan, dan meningkatkan citra positif di mata masyarakat.

Pelaksanaan pidato yang terkait dengan pihak kedua dan ketiga di PT Kapitol Era Mas telah memperlihatkan keberhasilan perusahaan dalam memahami sudut pandang serta pertanyaan dari berbagai pihak yang terlibat. Pidato juga berperan penting dalam memeriahkan acara dan membantu menciptakan citra perusahaan. Dalam menjalankan pidato, penting bagi perusahaan untuk menyusun isi pidato yang tepat, merespons pertanyaan media dengan baik, menggunakan gaya penyampaian yang sesuai, dan membangun nilai-nilai positif perusahaan. Dengan demikian, PT Kapitol Era Mas dapat memperkuat citra positif, mempromosikan visi dan misi perusahaan, serta menjawab keperluan masyarakat dengan baik.

Gambar 4.15

Pidato tentang “Dukung UMKM, Malam Minggu Group Adakan Sosialiasi”

Sumber: Website Malam Minggu Group

Penelitian terdahulu yang berjudul “Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia dan Upaya Peningkatan Melalui Aktivitas Marketing Public Relations, Mawaddah Tujarah, Elsa Putri, Wilda Tut Taharah, 2022” Memberitahukan tentang informasi menarik kepada public sehingga memperoleh kesan positif di mata masyarakat. Pentingnya citra positif perusahaan yang diraih dapat mempengaruhi para mitra karena membuat profesi mereka tidak di pandang sebelah mata, dan hal tersebut mewujudkan rasa bangga telah bekerja dalam perusahaan dan memicu motivasi mereka untuk dapat bekerja lebih produktif lagi. Pentingnya tulisan positif dari sebuah perusahaan akan dapat mempenagaruhi kegiatan marketing perusahaan. Oleh karena itu, sama hal nya dengan yang dilakukan penelitian penulis bahwa pidato yang ditulis bertujuan untuk membangun nilai positif perusahaan dan kredibilitas perusahaan. Kegiatan tersebut terbukti dapat menaikan promosi yang ada dan juga mengundang media partner untuk dapat melakukan pemberitaan positif yang akan ditampilkan di social media.

6. Public Service Activities

Untuk dapat menciptakan image perusahaan yang *positif*, perusahaan dapat melakukan kegiatan sosial yang *positif* seperti memberikan donasi atau menyumbangkan waktu untuk membantu korban bencana jika terjadi kecelakaan. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk menciptakan perusahaan PT Kapitol Era Mas yang baik, jujur, dan memberikan manfaat bagi masyarakat, sehingga masyarakat di sekitar kegiatan akan merasakan kebaikan dan empati yang positif. Dalam mengikuti kemajuan media sosial yang semakin maju dan menarik, kita sebagai konsumen dapat menjadi pengguna yang cerdas dan lebih memanfaatkan aktivitas media sosial. Dengan teknologi internet yang semakin berkembang, kita sebagai pengguna media sosial dapat memanfattkan fitur-fitur yang ada secara positif dan selalu mengikuti perkembangan terbaru, sehingga dapat mencapai kemajuan yang lebih baik daripada sebelumnya.

Menyikapi kemajuan media sosial yang semakin pesat dan menarik, sebagai konsumen, kita dapat menjadi pengguna yang cerdas dan memanfaatkan aktivitas media sosial dengan lebih bijaksana. Dengan perkembangan teknologi internet yang terus berlanjut, kita sebagai pengguna media sosial dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada secara positif dan selalu mengikuti perkembangan terbaru. Hal ini memungkinkan kita untuk mencapai kemajuan yang lebih baik daripada sebelumnya.

Memanfaatkan media sosial secara positif juga membuka peluang bagi PT Kapitol Era Mas untuk memperkuat kehadiran perusahaan dalam dunia *digital*. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan kegiatan sosial yang dilakukan, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen dan masyarakat luas. Media sosial juga memberikan ruang bagi perusahaan untuk berinteraksi secara langsung

dengan konsumen, mendengarkan umpan balik, dan merespons kebutuhan mereka dengan cepat.

Dalam era *digital* yang terus berkembang, penting bagi PT Kapitol Era Mas untuk menjaga reputasi dan citra perusahaan secara *online*. Hal ini dapat dilakukan dengan memonitor dan mengelola konten yang terkait dengan perusahaan di media sosial, merespons pertanyaan atau keluhan konsumen secara proaktif, serta menghadapi berita atau isu yang berkaitan dengan perusahaan dengan transparansi dan kejujuran. Dengan memastikan kehadiran yang kuat dan positif di media sosial, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan konsumen, serta memperkuat *image* perusahaan sebagai entitas yang peduli dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Pada penelitian sebelumnya dalam judul "Strategi Marketing Public Relations Scaraf Magazine Dalam Meningkatkan Brand Awareness, Rawit Sartika, 2022" Perusahaan Scarf Magazine menarik perhatian public dengan mengeluarkan produk secara jelas telah membuat sebuah program marketing public relations "Berbincang Bersama Scraf Magazine". Dalam kegiatan itu menarik untuk masyarakat dan berharap besar kegiatan tersebut diakan di seluruh kota di Indonesia. Sama hal nya yang dilakukan oleh PT Kapitol Era Mas ketika melakukan kegiatan sosial yang dimana maksud dan tujuan juga berbincang dengan masyarakat supaya lebih dekat lagi dan mempunyai banyak konsumen yang loyal.

7. Sponsorship

Kegiatan *sponsorship* dalam proses *Marketing Public Relations* dapat mempererat hubungan dengan media partner lain, sehingga sering terjadinya umpan timbal balik yang menguntungkan untuk intensitas pemberian *sponsor* dan bentuk *sponsor* yang terbatas. Semua telah diatur dengan terstruktur lengkap dan jelas seperti telah menetapkan anggaran untuk program *sponsorship* yang akan dilaksanakan. Selain itu menentukan

khalayak sasaran *stakeholder* yang dipilih berdasarkan jeni perusahaan yang ada. Terakhir adalah penentuan media yang penting sebagai pendukung perencaan tugas yang dapat menjadi tolak ukur keberhasilan dalam menjangkau target sasaran *audience.*

Selain itu, dalam kegiatan *Marketing Public Relations*, perusahaan juga harus menentukan khalayak sasaran *stakeholder* yang akan menjadi fokus dari program sponsorship. Pemilihan khalayak sasaran ini didasarkan pada jenis perusahaan yang ada dan kepentingan strategis yang ingin dicapai. Dengan memahami dengan baik *audiens* target, PT Kapitol Era Mas dapat mengarahkan upaya sponsorship mereka secara efektif, meningkatkan peluang untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Terakhir, dalam menjalankan program *sponsorship*, PT Kapitol Era Mas juga perlu mempertimbangkan media yang penting sebagai pendukung perencanaan tugas. Pemilihan media yang tepat merupakan faktor kunci dalam mencapai target sasaran konsumen. Perusahaan harus memilih media yang memiliki cakupan yang luas dan relevan dengan khalayak sasaran yang dituju. Selain itu, evaluasi keberhasilan dalam menjangkau target sasaran audiens juga dapat dilakukan dengan melihat dampak dan respons dari media yang dipilih.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini dalam kegiatan sponsorship, PT Kapitol Era Mas dapat memaksimalkan manfaat dari program Marketing Public Relations mereka. Melalui hubungan yang dipererat dengan mitra media, pemilihan khalayak sasaran yang tepat, dan penggunaan media yang strategis, perusahaan dapat mencapai tujuan mereka dalam membangun citra positif, meningkatkan eksposur merek, dan mencapai *audiens* yang *relevan*.

Gambar 4.16

Bentuk Sponsorship Nasi Kulit MalamMinggu X Jarte Beauty

Sumber: Instagram @Nasikulitmalamminggu

Penelitian sebelumnya dengan judul "Marketing Public Relation Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru, Irene Melia Puspita, 2019" Menjelaskan bahwa *sponsorship* Sour Sally yaitu memberikan sponsor produk pada acara seminar, acara sekolah atau universitas. Tidak hanya itu, Sour Sally juga memberikan sponsor dalam acara Pekan Produk Kreatif Indonesia, dengan pemberian sponsor dapat mempererat hubungan dengan perusahaan lain. Terdapat perbedaan dalam penelitian penulis pada saat proses *sponsorship* PT Kapitol Era Mas dengan Sour Sally, perbedaan ini dilihat dari adanya *miss communications* antara pihak mitra dengan *influencer* yang ada sehingga mengakibatkan kegagalan dalam pembuatan konten video. Maka dari itu penting itu selalu memeriksa pengecekan dengan dua kali supaya tidak terhindar kegagalan yang tidak diinginkan.

8. Press Relations

Press Relations dapat membawa nama perusahaan PT Kapitol Era Mas menjadi lebih maju karena nama perusahaan akan terpampang di media massa yang nantinya banyak dilihat oleh masyarakat umum. Hal ini dapat

meningkatkan wawasan masyarakat tentang perusahaan dan membuatnya semakin dikenal. Jika *press release* telah dimuat di media dan dianggap sebagai berita yang bernilai, maka hal tersebut sudah dapat dikategorikan sebagai berita yang dapat dimuat di media. Namun, memproduksi dan merancang *press release* agar menarik untuk dimuat di media tidaklah mudah karena semuanya berdasarkan fakta yang ada, penulisan piramida terbalik dan lainnya.

Dalam konteks PT Kapitol Era Mas, *Press Relations* memiliki potensi besar untuk meningkatkan citra dan kehadiran perusahaan di kalangan masyarakat. Ketika perusahaan muncul dalam media massa, seperti surat kabar, majalah, atau saluran berita televisi, hal tersebut menciptakan kesempatan untuk memperluas cakupan perusahaan dan mencapai *audiens* yang lebih luas. Namun, untuk mendapatkan liputan media yang diinginkan, perusahaan harus menyusun *press release* yang menarik dan *relevan*. Proses ini melibatkan penulisan dengan gaya yang sesuai dengan jurnalistik, menggabungkan fakta-fakta yang penting, dan menjalankan strategi yang tepat untuk menarik perhatian media.

Upaya memperkuat hubungan dengan media, PT Kapitol Era Mas juga mengandalkan *Press Relations* sebagai alat komunikasi yang efektif. Melalui kerjasama yang baik dengan media, perusahaan dapat memperoleh kesempatan untuk menyebarkan informasi yang *relevan* dan penting kepada audiens yang lebih luas. *Press release* yang disusun dengan baik dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, di mana perusahaan mendapatkan liputan media yang positif dan media mendapatkan konten berita yang menarik. Dalam hal ini, penting bagi PT Kapitol Era Mas untuk memastikan bahwa *press release* mereka dirancang dengan cermat, mencakup informasi yang berharga, dan menarik minat jurnalis untuk meliputnya.

Saat melakukan *Press Relations*, PT Kapitol Era Mas memahami bahwa proses pembuatan dan pengiriman *press release* yang efektif adalah kunci kesuksesan. *Press release* yang dibuat harus jelas, *faktual*, dan menarik bagi media untuk dianggap sebagai berita yang bernilai. Tim *Public Relations* perusahaan harus mengikuti prinsip penulisan piramida terbalik, dengan menempatkan informasi yang paling penting di bagian atas. Selain itu, perusahaan harus mempertimbangkan gaya bahasa dan tata letak yang menarik untuk meningkatkan daya tarik *press release*. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, PT Kapitol Era Mas dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan liputan media yang diinginkan dan membangun hubungan yang kuat dengan media.

Penelitian narasumber yang berjudul "Implementasi Marketing Public Relations di PT Kapitol Era Mas." Memberikan focus kegiatan *Press Relations* sebagai tempat promosi produk-produk yang ada, penulisan pesan juga mempengaruhi dari isi *Press Relations* tersebut apakah menarik perhatian untuk membaca atau membosankan, para pengguna internet tentunya lebih memilih isi yang bermanfaat dan dapat membuat konsumen lebih mengetahui perusahaan dari apa yang dibaca. Begitu hal nya dengan penelitian terdahulu yang berjudul "*Marketing Public Relations* Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru, Irene Melia Puspita, 2019" Dengan *Press Relations* tidak jauh beda dengan penelitian penulis yaitu meningkatkan promosi yang ada sehingga dapat mengiring pengunjung ke toko, untuk mendapatkan liputan yang positif dari media massa dan mendapatkan bintang terbaik dari masyarakat atas prestasi yang telah diraih tertulis dalam *Press Relations.*

9. Product and Brand Publicity

Public Relations menjalankan peran interaktif dalam *marketing.* Dalam kegiatan *Marketing Public Relations*, publisitas yang efektif sudah pasti merupakan tugas dari seorang *Public Relations*, selain itu juga berperan dalam memelihara kesukaan dan tentunya membangun

kepercayaan, memperthankan kesetiaan pelanggan terhadap brand perusahaan melalui *brand relationship*. Sehingga *marketing* PT Kapitol Era Mas berfokus kepada pengembangan produk dalam *posisioning*, *diferensiasi* dan tentunya branding. Pengembagangan proses kreatif pesan pada produk dan penempatan di media juga merupakan tugas penting yang tidak boleh dilewatkan.

Dalam konteks Marketing Public Relations, PT Kapitol Era Mas mengakui pentingnya peran *Public Relations* dalam membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan publiknya. Salah satu aspek kunci dari tugas Public Relations adalah menciptakan publisitas yang efektif untuk meningkatkan eksposur merek perusahaan. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan tetap puas dengan merek dan membangun kepercayaan terhadap perusahaan. PT Kapitol Era Mas sangat fokus pada pengembangan produk dengan cara yang memposisikan produk mereka secara unik, membedakan dari pesaing, dan membangun citra merek yang positif. Selain itu, proses kreatif dalam menyampaikan pesan produk kepada pelanggan dan memilih saluran media yang tepat juga merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Strategi pemasaran PT Kapitol Era Mas, *Public Relations* memainkan peran sentral dalam menghubungkan perusahaan dengan pelanggan dan masyarakat luas. Salah satu tugas utama *Public Relations* adalah menciptakan publisitas yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, mereka juga memiliki tanggung jawab dalam memelihara kepuasan pelanggan dan membangun hubungan yang kokoh dengan mereka melalui brand relationship. PT Kapitol Era Mas fokus pada pengembangan produk dengan memperhatikan posisi produk, membedakan dari pesaing, dan membangun citra merek yang positif. Penyampaian pesan produk yang kreatif dan pemilihan media yang tepat juga menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran perusahaan tersebut.