**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS THE EAST* DALAM MEWUJUDKAN PELAYANAN PRIMA PADA PT.NET MEDIATAMA INDONESIA**

Thebora Samantha Harianja[[1]](#footnote-1)

Doddy Wihardi[[2]](#footnote-2)

**Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur**

Email : [samanthaharianja@gmail.com](mailto:samanthaharianja@gmail.com) / Hp...........

[madedoddywihardi@yahoo.com](mailto:madedoddywihardi@yahoo.com) / 085710471484

*ABSTRACT*

*STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS THE EAST IN TAKING EXCELLENT SERVICE* *FOR PT.NET MEDIATAMA INDONESIA*

*Excellent service is done by Public Relations The East which is directly related to Tenant. This study aims to determine the strategy of Public Relations The East in realizing excellent service at PT. Netmedia tama Indonesia. The concept used in this research is the service of excellence (service of excellence). The paradigm of post-positivism research. The research method used is a case study method. The subject of this research is Public Relations The East and the object of this research is excellent service. Data collection was obtained through in-depth interview techniques and non-participant observation. Other supporting data obtained through literature study and documentation. The results obtained by the researcher, that the strategy conducted Public Relations The Eastn in providing excellent service through three elements of 3A, Attitude, Attentions, and Action. Through these three elements then the excellent service will be created and able to increase the trust of tenants. Excellent service is one run by Public Relations The East. Attitude is an important thing owned by Public Relations to create a comfort in the company, Attantion an important action on the excellent service to give attention and meet the needs of tenant, Action is done quickly and precisely in handling complaints tenant. Conclusion is The East Building is one of the companies engaged in property, in conducting external relations The East fielded Public Relations, establishing good relations can be done in many ways. One of them and the important thing is to give the best fast response to the customer where it is a starategi run by Public Relations in providing excellent service to Netmediatama Indonesia, providing quick response the main purpose is to maintain good and harmonious relationship, so that any service given to the parties The East, the goal is to obtain and maintain customer satisfaction.*

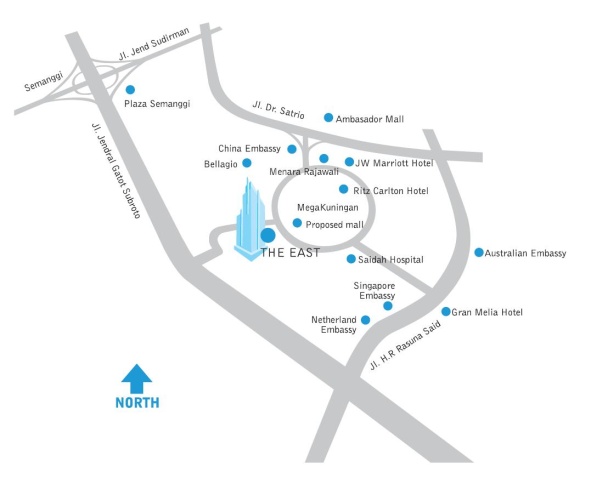
***Keywords : Strategy, Public Relations, excellent service, Tenant***

PENDAHULUAN

Menjalin hubungan yang harmonis antara sebuah perusahaan dengan *customer*nya dengan memberikan pelayanan prima kepada *customer* adalah merupakan hal yang penting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan, karena hal ini akan serta merta mendukung strategi pemasaran perusahaan tersebut. Hal tersebut diatas merupakan hakekat kegiatan seorang *Public Relations*. *Public Relations* memiliki fungsi penting dalam membangun hubungan positif Perusahaan dengan *customer*nya, maka program-program atau strategi pelayanan prima dari *Public Relations* harus ditujukan kepada kegiatan internal dan eksternal. Kegiatan-kegiatan tersebut seperti mengadakan hubungan dengan karyawan (*employee relations*), mengadakan hubungan dengan Pemerintah (*government relations*), mengadakan hubungan dengan investor (*investor relations*) dan mengadakan hubungan dengan *customer* (*customer relations*). mengadakan hubungan dengan Pemerintah (*government relations*), mengadakan hubungan dengan investor (*investor relations)* dan mengadakan hubungan dengan *customer* (*customer relations*). Medianya adalah pelayanan melalui telepon, penyebaran *kuesioner*, penyampaian jawaban atas keluhan *customer* melalui surat, kunjungan *customer*, dll.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis properti yaitu PT. Gentamulia Infra sebagai pemilik Gedung *The East* yang terletak di pusat kawasan Segitiga Jakarta, Mega Kuningan, terhubung ke tiga jalan utama .

Jalan Sudirman, Jalan H Rasuna Said dan Jalan Prof Dr Satrio jalanan tersebut merupakan akses yang menghubungkan Timur dan Barat Utara dan Selatan Jakarta.



**Gambar 1**

**Peta The East**

Kawasan Mega Kuningan telah ramai berdiri gedung perkantoran yang dibangun oleh para pengembang. Hal ini tidak menyurutkan pasar *The East* sebagai salah satu gedung perkantoran dengan tingkat hunian yang tinggi. Berikut data yang kami dapatkan pada tahun 2012:



**Gambar 2**

**Diagram hasil hunian *The East***

Melihat data diatas, tingkat hunian pada Gedung *The East* di tahun 2012 masih lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa gedung perkantoran disekitarnya.

Pada sekitar tahun 2012 PT. NET Mediatama Indonesia, merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri media pertelevisian, hadir sebagai tenant *The East*. Pada saat itu pula, sudah berdiri pula beberapa gedung perkantoran lain dikawasan ini. Namun, hingga saat ini, PT. Net Mediatama Indonesia sudah melanjutkan kontrak sewa huni di Gedung The East untuk kedua kalinya.

Melihat cepatnya pertumbuhan jumlah pelaku bisnis properti belakangan ini, khususnya di Kawasan Mega Kuningan, maka semakin berat pula tantangan kepada PT. Gentamulia Infra untuk tetap mempertahanakan dan mengembangkan kualitasnya.

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan diatas, maka perlu adanya penelitian mengenai strategi *Public Relations* dalam memberikan kepuasan kepada *customer* nya. Bagaimana kiat suksesnya dalam memberikan pelayanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan berakibat langsung pada terbantunya kegiatan pemasaran perusahaan.

Dengan demikian, peneliti memberi judul skripsi ini, “Strategi *Public Relations* The East dalam mewujudkan pelayanan prima pada PT. Net Mediatama Indonesia” Rumusan Masalah yang ingin dikembangkan yaitu ” “*Bagaimana Strategi Public Relations The East Building* dalam mewujudkan pelayanan prima studi kasus pada PT. Net Mediatama Indonesia”?. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui *Strategi Public Relations The East* dalam mewujudkan pelayanan prima studi kasus pada PT. Net Mediatama Indonesia Indonesia.. Manfaat Teoritis dari penelitian ini adalah Agar mahasiswa dapat menerapkan Teori Komunikasi. Dan Penelitian ini diharapkan berguna bagi kepentingan Ilmu Komunikasi pada umumnya, dan kemudian untuk memberikan sumbangan, menambah wawasan, pengalaman, serta menambah *referensi* pengetahuan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang *Public Relations.* SedangkanManfaat praktis dari penelitian inidapatmemberikan kontribusi kepada praktisi *Public Relations* khususnya di bidang *Customer Relations* dalam membina hubungan baik antara pihak pelanggan dengan *Customer Relations*-nya. Sehinga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

**METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang dikutip oleh Sugeng Pujileksono (2015:32) Pendekatan kualitatif merupakan anti tesis atau lawan dari pendekatan kuantitatif. Pendekatan kualitatif ialah pendekatan yang didalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisanya mempergunakan aspek – aspek kecenderungan non perhitungan numeri, situasional deskriptif, interview mendalam analisi isi bola salju dan story.

Sedangkan menurut Lexy J. Moleong (2013:4) mengutip pendapat Bogdan dan Taylor yaitu, pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Dari pengertian di atas, maka peneliti dapat menggambarkan (mendeskripsikan) hasil penelitian ini secara menyeluruh dari suatu keadaan atau gejala yang muncul dengan menggunakan kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang-orang yang diamati. Alasan memilih pendekatan kualitatif adalah karena alat ukur dari penelitian ini berupa pernyataan, bahasa dan kata-kata berdasarakan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu Strategi *Public Relations* The East dalam mewujudkan pelayanan prima pada PT. Net Mediatama Indonesia.

Subyek/ Objek Penelitian

Peneliti menetapkan narasumber dengan menentukan Key informan dan informan yang keberadaanya sangat penting untuk melengkapi informasi dan data yang akan diperoleh untuk melengkapi penelitian. Sedangkan Obyek penelitian ini adalah PT. Net Mediatama Indonesia.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara mendalam dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi secara intensif.
2. Studi Kepustakaan, peneliti mencari data atau informasi melalui sumber bacaan, dokumen perusahaan, surat kabar, majalah, dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman. Tiga jenis kegiatan menurut Miles dan Huberman adalah:

* 1. Reduksi

Reduksi merupakan bagian dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

* 1. Model Data

Suatu kumpulan informasi yang tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah teks naratif.

* 1. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi (Ardianto, 2014:223).

**Uji Validitas Data**

Pada penelitian kualitatif, temuan data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Suatu realitas itu bersifat majemuk atau ganda, dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula.

Ada berbagai cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif salah satunya dengan Triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Dengan demikian terdapat Triangulasi Sumber, Triangulasi Teknik, dan Triangulasi Waktu.

1. Triangulasi Sumber data

Untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

1. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

1. Triangulasi Waktu

Untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi berbeda (Sugiyono, 2011:117).

Peneliti menggunakan Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data mengenai Strategi *Public Relations* The East dalam memberikan pelayanan prima kepada PT. Net Mediatama Indonesia, melalui wawancara yang dilakukan dari beberapa sumber yaitu *Key Informan* dan *Informan*. Informasi-informasi yang diperoleh dari sumber-sumber tersebut kemudian dideskripsikan, dikategorikan, dan disimpulkan.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Peneliti menggunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, yaitu dengan cara mendapatkan informasi atau pun data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi lainya yang membangun berbagai sudut pandang. Dari data- data tersebut kemudian dapat diketahui mengenai strategi *Public Ralations The East* dalam mewujudkan pelayanan prima kepada PT. Net Mediatama Indonesia.

Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan cara wawancara mendalam dan dilengkapi dengan studi pustaka. Data yang dibahas pada bab ini adalah data yang di dapat dari hasil wawancara.Hasil data melalui wawancara dipergunakan sebagai data utama, sedangkan data yang diperoleh studi pustaka digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi dan menjelaskan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti.

Wawancara dari keterangan yang disampaikan oleh *Key Informan* dan *Informan* akan peneliti paparkan dan jelaskan untuk menjawab permasalahan yang timbul dalam penelitian dan telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yang akan dijelaskan selanjutnya yaitu: “Bagaimana *Strategi Public Relation The East* dalam memberikan pelayanan prima kepada PT. Net Mediatama Indonesia.

1. **Strategi *Public Relations The East* dalam memberikan pelayanan prima kepada Netmediatama Indonesia berdasarkan unsur *Attitude***

Mengacu pada teori *pelayanan prima 3A (Attitude,Action,Attantion)* wawancara mendalam peneliti akan mendeskripsikan strategi *Public Relations The East* dalam memberikan pelayanan prima kepada Netmediatama Indonesia dengan unsur *Attitude* merupakan langkah yang tepat untuk memberikan kepuasan pelanggan. *Attitude* atau sikap yang baik sangat penting dan menjadi point utama dalam sebuah pelayanan prima dan wajib dimiliki oleh *Public Relations* dalam melayani *tenant*, karena dengan *Attitude* yang baik tenant merasa di utamakan dan dihargai.

1. Strategi *Public Relations The East* dalam memberikan pelayanan prima berdasarkan pelayanan prima dengan unsur *Attention*

Berdasarkan penelitian sebelumnya bahwa Pelayanan prima dengan unsur *Attitude* sangat dibutuhkan oleh *Public Relations.* Tidak hanya *Attitude* yang termasuk kedalam unsur pelayanan prima dan wajib untuk dilakukan oleh *Public Relations* ada *attention* atau sebuah perhatian yang diberikan oleh *Public Relations* dalam melayani *tenant.*

1. Strategi *Public Relations The East* dalam memberikan pelayanan prima dengan unsur *Action*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa pelayanan prima dilakukan oleh *Public Relations* tidak hanya dengan unsur *Attitude* dan *Attantion s*aja, melainkan langkah berikutnya adalah action atau tindakan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations*, hal yang termasuk daam tindakan adalah meayani pelanggan dengan cepat dan juga tepat.

Berdasarkan hasil wawancara diatas ketiga unsur tersebut *Attitude,* *Attention,* dan *Action* diterapkan oleh *Public Relations* dalam memberikan pelayanan prima tersebut menjadi salah satu strategi dimana semua *tenant* mempunyai harapan ingin mendapatkan pelayanan terbaik yang dilakukan untuk terus meningkatkan loyalitas pelanggan.

**SIMPULAN**

Berdasarkan penilitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *The East Building* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang properti, dalam melakukan hubungan eksternalnya *The East* menerjunkan *Public Relations*,menjalin hubungan baik bisa dilakukan dalam banyak hal. Salah satunya dan yang penting adalah memberikan f*ast* respon yang terbaik kepada pelanggan dimana hal itu merupakan starategi yang dijalankan oleh *Public Relations* dalam memberikan pelayanan prima kepada Netmediatama Indonesia, memberikan respon cepat tujuan utamanya adalah menjaga hubungan baik dan harmonis, sehingga pelayanan apapun yang diberikan pada pihak *The East*, tujuanya memperoleh dan menjaga kepuasan pelanggan tersebut sehingga pelanggan tetap loyal.
2. *Public Relations The East* dalam menghadapi komplain memberikan sikap yang cepat dan tanggap, menanyakan apa saja masalah yang sedang di hadapi oleh para tenant, dan langsung tanggap untuk berkomunikasi dengan pihak internal atau biasanya *engineering* agar langsung turun lapangan dalam pengecekan.
3. *Public Relations The East* dalam memberikan perhatian kepada tenant terbukti dengan memberikan surat edaran apakah sekiranya tenat sudah cukup puas dengan pelayanan, kebersihan bahkan dalam segi keamanan sekalipun agar menjadi imput yang baik kepada pihak *internal The East*
4. Pelayanan prima merupakan salah satu strategi yang dijalankan oleh *Public Relations* *The East* dengan tujuan utama untuk memberikan rasa puas kepada *tenant*,meningkatkan loyalitas dan yang paling terpenting adalah menciptakan citra positif . Pelayanan prima yang dilakukan mengandung 3 unsur penting yaitu *Attitude, Attantion, Action.*
5. *Attitude* merupakan hal yang sangat penting dimiliki oleh seorang *Public Relations* karena *Attitude* dapat menjadi sebuah penelitian dari pelanggan untuk perusahaan. Senyum, Sapa dan salam ketiganya sudah diterapkan untuk membuat tenant merasakan kenyamanan.
6. *Attention* atau sebuah tindakan juga sebuah hal yang penting dalam sebuah pelayanan prima, dalam hal ini *Public Relation The East* sudah memberikan pelayanan prima dengan cara selalu mengutamakan kepentingan tenant. Menjadikan *tenant* adalah sebagai pemilik dan raja.
7. Pelayanan yang cepat dan tepat merupakan dari sebuah *action* atau tindakan yang harus selalu dilakukan oleh *Public Relations* yang mempunyai tujuan tenant merasa puas dengan respon yang cepat dan sikap langsung memberikan solusi kepada *tenant*.
8. Hasil dari pelayanan prima yang sudah diberikan oleh pihak *The East* kepada Net Tv terbukti dari tabel-tabel dan wawancara yang sudah dilakuka oleh peneliti, dan kemudian sampai saat ini Net Tv sudah melakukan perpanjangan kontrak terhadap *Building Management The East*

**SARAN**

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti *Public Relations* dalam memberikan pelayanan prima kepada PT. Netmedia Tama Indonesia” maka saran yang diberikan peniliti adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya ilmu *Public Relations* dapat lebih dikembangkan lagi sehingga memberikan banyak manfaat bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kualitas pelayanan prima, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Hubungan yang terjalin antara Tenant Relations *The East* dengan tenant lebih ditingkatkan lagi agar pihak tenant lebih loyal kepada *The East*
3. Mengevaluasi secara berkala untuk strategi *Public Relations* untuk hasil yang belum dicapai atau yang sudah dicapai.
4. Tingkatkan lagi kordinasi dan jalinan komunikasi antara *Public Relations* dengan bagian internal agar *The East* lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-dasar Public Relations.* Bandung: Citra Aditya Bakti

Ardianto, Elvinaro dan Ananto. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar- dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Cutlip Scott M., et al. (2013). *Effective Public Relations* (terjemahan Tri Wibowo). Jakarta: Kencana.

Frank Jefkins. 2013. *Public Relations*. (terjemahan Haris Munandar).Jakarta: Erlangga

Greener, Tony. 2002. *Kiat sukses Public Relations dan pembentukan Citranya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Liliweri, Alo. 2011. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam masyarakat.* Bandung: Citra

1. 1271511188, Konsentrasi *Public Relations*, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta [↑](#footnote-ref-1)
2. Dosen Pembimbing [↑](#footnote-ref-2)