

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kafe di Bogor berkembang pesat yang bermunculan di berbagai tempat strategis, kafe yang ada saat ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Beberapa kafe berdiri di wilayah tersebut, Kafe Kopitography, Kopi Dari Hati X Diari, Kafe Tone, Diazh Kafe, Kafe Home Meals, Kafe Rumah Kopi Sibungsu, Saderek Coffe Shop, dan Kafe Kopitiluan. Setiap kafe yang ada memberikan pelayanan yang berbeda dalam menarik minat pelanggannya, pelanggan kafe tersebut kebanyakan dari kalangan anak muda.

Kebutuhan anak muda dalam mencari hiburan bisa didapatkan dengan mengunjungi kafe-kafe salah satunya Bogor. Menurut PP No. 67 Tahun 1996, kafe didefinisikan sebagai usaha penyediaan hidangan makanan dan minuman untuk umum di tempat usaha dan dilengkapi dengan live music.

Suasana ini berbeda dengan warung atau restoran biasa karena kafe dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung untuk menyempurnakan suasana yang disajikan. Ada pertunjukan musik live atau penampilan band dengan segala aransemen suara dan permainan lighting serta fasilitas bermain

tamban. Perkembangan kafe di Bogor semakin pesat seiring dengan perkembangan pusat perbelanjaan dan kawasan perumahan yang semakin maju di wilayah Bogor.

Hal itu membuat Bogor memerlukan lebih banyak sarana tempat hiburan yang diperlukan, terdapatnya saingan bukan lagi hal baru bagi semua perusahaan penyedia jasa hiburan seperti Kafe Kopitography. Tempat hiburan seperti Kafe Kopitography adalah salah satu Kafe yang memberikan ruangan atau tempat yang cukup luas dan nyaman, serta tata cahaya yang dikombinasikan dengan sangat unik yang memberikan kesan nyaman bagi konsumennya.

Kafe Kopitography merupakan tempat hiburan dan media anak muda Bogor dalam mendapatkan sarana untuk meluapkan dan mengekspresikan kebutuhannya dalam pergaulan. Anak muda Bogor memilih Kafe Kopitography sebagai tempat bergaul karena keberadaannya yang mudah dijangkau.

Membangun citra positif dilakukan dengan beberapa aktivitas PR yang dilakukan, yaitu dengan mengadakan event-event yang menarik, berkolaborasi dengan salah satu seniman pelukis yang berada di wilayah Bogor, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dan mengadakan promosi. Beberapa hal tersebut dilakukan oleh Kafe Kopitography untuk membangun citranya.

Dalam pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan key informan, yaitu owner dari Kafe Kopitography, kemudian dengan 3 informan yang merupakan customer dari Kafe Kopitography. Kemudian dengan observasi, yaitu mengamati Kafe Kopitography secara langsung dan melihat keadaan dan kejadian sebenarnya terjadi di Kafe Kopitography. Dan dengan studi pustaka dimana melihat referensi dari buku-buku, jurnal, serta artikel.

Banyak persaingan untuk bisnis yang sama sehingga perlu strategi-strategi untuk tetap eksis didunia dalam dunia hiburan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, jadi penelitian ini menggambarkan keadaan sebenarnya, tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi, tetapi mencoba mengungkapkan masalah, situasi apa adanya sehingga mengungkapkan fakta tentang aktifitas public relation di Kafe Kopitography dalam hal membangun citra kafe dan juga tanggapan public eksternal terhadap Kafe Kopitography.

Terdapat empat aspek yang menjadi saingan untuk Kafe Kopitography, yaitu :

- Produk

Terdapat salah satu produk yang lebih enak dibandingkan dengan Kafe Kopitography, misalnya seperti kopi cappucino yang ternyata setelah

di survei lebih enak dibandingkan dengan kopi cappucino yang ada di Kafe Kopitography.

- Hospitality / Service

Dikhawatirkan kafe lain hospitality nya lebih ramah, asik, friendly, dibandingkan dengan Kafe Kopitography.

- Harga

Dikhawatirkan harga di kafe lain lebih rendah dibandingkan dengan harga yang ada di Kafe Kopitography.

- Tempat

Tempat kafe lain yang lebih asik dan nyaman dibandingkan dengan tempat di Kafe Kopitography.

Dari empat aspek tersebut pihak dari Kafe Kopitography terus memperbaiki segala hal yang kurang baik menjadi lebih baik lagi kualitasnya, agar Kafe Kopitography menjadi Kafe favorit bagi banyak orang.

Aktivitas Public Relations Untuk Membangun Citra Kafe Kopitography

- Mengutamakan hospitality dan service, dari mulai customer datang, memesan, membuat produk, menanyakan apakah ada yang kurang dari produk yang disajikan, sampai akhirnya customer pulang.

- Promosi melalui sosial media, dengan memberikan berbagai info yang menarik melalui sosial media Kafe Kopitography. Dan juga melalui aplikasi ojek online, yaitu gofood.

- Mengadakan berbagai event yang menarik.
- Berkolaborasi dengan beberapa event, misalnya salah satu kolaborasi yang pernah dilakukan oleh Kafe Kopitography yaitu berkolaborasi dengan salah satu seniman pelukis yang ada di wilayah Bogor, dan hasil lukisan tersebut dipajang di Kafe Kopitography.

Semakin berkembangnya bisnis restoran dan kafe di Bogor mengakibatkan tingginya persaingan antar pelaku bisnis kafe. Tingginya tingkat persaingan dan kebutuhan konsumen membuat Kafe Kopitography perlu merumuskan strategi pengembangan usaha dan menerapkannya agar dapat bertahan dan berkembang.

Persaingan yang ketat dari setiap perusahaan yang ada membutuhkan bantuan dari berbagai pihak, salah satunya adalah penggunaan humas sebagai sarana untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Humas juga merupakan tempat yang berperan dalam mengelola perilaku timbal balik dan komunikasi yang membantu membangun dan menjaga hubungan perusahaan dengan publik.

Maka dari itu, pihak Kafe Kopitography merancang serta melakukan beberapa strategi, yang kesemuanya dirancang untuk mendukung tercapainya visi, misi, dan tujuan perusahaan yang diinginkan. Target market Kafe Kopitography adalah pelanggan dan pengunjung kafe yang kebanyakan adalah anak muda termasuk mahasiswa. Karena Bogor adalah kota pelajar, pengunjung kafe ini sebagian besar adalah mahasiswa yang

belajar di kota yang sering menyempatkan diri untuk pergi ke Kafe Kopitography.

Kafe Kopitography berusaha mendekatkan customer dengan hiburan dan acara yang melingkupi kepentingan publik. Kafe Kopitography harus mampu menyampaikan dan meyakinkan masyarakat bahwa Kafe Kopitography adalah tempat yang menyenangkan untuk menghibur dan memang dibutuhkan oleh masyarakat. Adanya aktivitas-aktivitas PR memberikan fungsi terbesar Kafe Kopitography yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dan agar masyarakat luas mengetahui keberadaan Kafe Kopitography.

Dalam rangka menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan customer, dilakukan upaya agar perusahaan mendapatkan simpati dan kepercayaan customer. Membina hubungan ini merupakan salah satu upaya Public Relations. Disinilah Public Relations memegang peranan penting. Hal ini dikarenakan peran Public Relations sangat dominan dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal, karena humas sendiri mengandung unsur-unsur yaitu citra baik, itikad baik, saling pengertian, saling percaya dan toleransi yang dapat membawa perusahaan pada hubungan yang baik.

Public Relations yaitu ujung tombak komunikasi antara karyawan bawahan dengan atasan dan antara manajemen dengan pihak luar, yang bertugas menciptakan lalu lintas komunikasi dua arah dan mensinkronkan

tujuan kedua belah pihak. Komunikasi dengan publik internal dilakukan untuk menjembatani dua tujuan yang berbeda dalam struktur hirarki organisasi. Sedangkan komunikasi dengan publik eksternal dilakukan untuk menciptakan citra dan situasi yang baik bagi kedua belah pihak.

Kegiatan yang dilakukan Humas harus dilakukan dengan komunikasi yang baik, sehingga akan tercipta saling pengertian dan kerjasama yang akan membentuk citra positif kafe, dan akan membentuk loyalitas terhadap Kafe Kopitography, sehingga dengan sendirinya akan tercipta citra positif dan kepercayaan masyarakat terhadap Kafe Kopitography. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kegiatan PR sangat erat kaitannya dengan citra perusahaan.

Untuk membentuk citra perusahaan yang positif, suatu perusahaan harus melakukan kegiatan PR yang baik. Dalam kegiatan kehumasan, suatu program dapat dikatakan berhasil dan baik jika program tersebut memberikan dampak positif bagi khalayaknya, hal ini akan terlihat dari umpan balik yang diberikan masyarakat terhadap program tersebut yaitu berupa pembentukan citra yang positif. . perusahaan di mata publik, baik publik eksternal maupun internal.

Kesadaran inilah yang menjadi alasan Kafe Kopitography mengoptimalkan aktivitas-aktivitas PR. Ada peluang yang muncul jika tidak disikapi dengan menjalin komunikasi yang baik antara pihak Kafe Kopitography dengan customer, maka tidak akan optimal. Apalagi jika

mengingat Kafe Kopitography bukanlah pemain tunggal dalam industri hiburan di Bogor. Peluang yang tidak dimanfaatkan oleh Kafe Kopitography adalah kerugian besar dan akan menguntungkan saingan.

Maka dari itu aktivitas-aktivitas PR yang dilakukan oleh Kafe Kopitography diharapkan dapat membangun citra Kafe Kopitography, dimana aktivitas-aktivitas PR tersebut telah dilakukan dan hasilnya atau efeknya terhadap citra Kafe Kopitography cukup efektif. Dimana adanya peningkatan customer yang berkunjung ke Kafe Kopitography dan customer tersebut tidak hanya sekali saja mendatangi ke Kafe Kopitography, dimana customer tersebut menjadi customer yang loyal.

Dengan semua yang sudah dilakukan oleh pihak kafe Kopitography untuk membangun citra nya bukan berarti tidak adanya hambatan, terdapat beberapa hambatan dalam melakukan aktivitas-aktivitas PR tersebut, tetapi semua hambatan tersebut langsung dicarikan solusinya oleh pihak Kafe Kopitography agar aktivitas-aktivitas PR tetap bisa berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Sampai akhirnya sampai saat ini Kafe Kopitography telah menjalankan aktivitas-aktivitas PR tersebut dengan baik, dimana Kafe Kopitography selalu mengevaluasi setiap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan, hal tersebut dilakukan agar dapat terlihat hal-hal yang harus diperbaiki, ditingkatkan, dan yang dipertahkannya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah aktivitas public relations dalam upaya membangun citra Kafe Kopitography?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk lebih memahami mengenai public relations dalam membangun citra sebuah kafe.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai sebuah public relations dalam upaya membangun citra sebuah kafe.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai aktivitas public relations mengenai pencitraan sebuah kafe, dan juga diharapkan digunakan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

3. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis mengenai pembuatan penelitian kualitatif.

- b. Bagi peniliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dalam aktivitas public relations mengenai pencitraan sebuah kafe.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam mempelajari pembuatan penelitian kualitatif.

