

# Implementasi *Public Relations* (PR) dalam meningkatkan citra angkringan Kopi Songo Pitu Kota Malang di masa mendatang

**Rosya Mawaddah Susanto**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
email: 210503110004@student.uin-malang.ac.id

## Kata Kunci:

public relation; PR;  
hubungan masyarakat;  
komunikasi; citra  
perusahaan

## Keywords:

public relations; PR;  
communications; company  
image

## ABSTRAK

Dalam suatu organisasi *Public Relations* (PR) merupakan salah satu hal yang penting, karena PR merupakan sebuah praktik yang mengelola penyebaran informasi antara individu maupun organisasi. Pelaku PR wajib untuk memberikan informasi, meyakinkan, meraih simpati, dan menimbulkan ketertarikan Masyarakat akan sesuatu. Kegiatan PR dianggap dapat membangun dan meningkatkan citra serta identitas suatu Perusahaan atau organisasi. PR dalam dunia bisnis harus memiliki inovasi yang dapat menumbuhkan minat masyarakat dan memperkenalkannya dengan berbagai macam produk dan keunggulan yang dimiliki dalam bidang kuliner. Salah satunya adalah angkringan Songo Pitu yang tentunya memiliki keunggulan pada produk dan

fasilitasnya. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengimplementasikan praktik PR pada angkringan Songo Pitu guna meningkatkan citra angkringan di masa mendatang. Artikel ini memberikan pembahasan terkait urgensi, peranan, dan praktik public relation (PR) yang meliputi kegiatan PR, kendala yang dihadapi dan solusi yang diberikan. Dengan adanya praktik PR tentu akan memberikan pelayanan yang lebih prima kepada pelanggan. Hal tersebut tentu akan membangun rasa nyaman dan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Sehingga dengan kenyamanan dan kepuasan tersebut, dapat menumbuhkan dan meningkatkan citra dari angkringan Songo Pitu.

## ABSTRACT

In an organization *Public Relations* (PR) is one of the important things, because PR is a practice that manages the dissemination of information between individuals and organizations. PR actors are obliged to provide information, convince, gain sympathy and arouse public interest in something. PR activities are considered to be able to build and improve the image and identity of a company or organization. PR in the business world must have innovations that can foster public interest and introduce them to various products and advantages in the culinary field. One of them is Songo Pitu angkringan which certainly has advantages in its products and facilities. The purpose of this writing is to implement PR practices at Songo Pitu angkringan in order to improve the image of angkringan in the future. This article provides a discussion regarding the urgency, role and practice of public relations (PR) which includes PR activities, obstacles faced and solutions provided. Having PR practices will certainly provide better service to customers. This will certainly build a sense of comfort and customer satisfaction with the services provided. So with this comfort and satisfaction, it can grow and improve the image of Songo Pitu angkringan.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

## Pendahuluan

Di era modern ini, terdapat banyak persaingan di sektor bisnis, baik sektor jasa, transportasi dan barang. Bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah bisnis dibidang kuliner yang tentunya menyediakan makanan dan minuman yang populer di kalangan remaja. Selain itu, suasana di tempat kuliner tentu akan mempengaruhi minat pelanggan. Kota Malang merupakan salah satu kota yang memiliki persaingan ketat dalam sektor bisnis, terutama dalam bidang kuliner dan *café* atau biasa disebut dengan angkringan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang, pada tahun 2022 terdapat sebanyak 1.474 rumah makan yang tersebar di berbagai kecamatan Kota Malang. Tentunya data tersebut, belum termasuk data terkait dengan pedagang kaki lima, dan juga angkringan.

Dalam suatu organisasi *Public Relations* (PR) merupakan salah satu hal yang penting, karena PR merupakan sebuah praktik yang mengelola penyebaran informasi antara individu maupun organisasi (Wilujeng, 2021). Pelaku PR wajib untuk memberikan informasi, meyakinkan, meraih simpati, dan menimbulkan ketertarikan Masyarakat akan sesuatu (Sani Supriyanto, 2021). Kegiatan PR dianggap dapat membangun dan meningkatkan citra serta identitas suatu Perusahaan atau organisasi. PR merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan antara Perusahaan atau organisasi dan publik, baik publik internal maupun publik eksternal.

PR dalam dunia bisnis harus memiliki inovasi yang dapat menumbuhkan minat masyarakat dan memperkenalkannya dengan berbagai macam produk dan keunggulan yang dimiliki dalam bidang kuliner (Lestari, 2020). Salah satunya adalah angkringan Songo Pitu yang tentunya memiliki keunggulan pada produk dan fasilitasnya dimana angkringan Songo Pitu memiliki tempat yang luas, meja dan kursi yang sengaja di desain khusus agar customer nyaman, memiliki 2 jenis stop kontak yaitu stop kontak yang menempel di dinding dan juga stop kontak dengan kabel panjang, angkringan songo pitu juga menyediakan 2 jenis wifi yaitu 4G dan 5G, selain itu angkringan Songo Pitu tak jarang mengadakan acara nonton bareng (nobar) pertandingan sepakbola, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Angkringan Songo Pitu, merupakan sebuah angkringan yang baru saja dibuka pada 1 Agustus 2023. Tentunya angkringan tersebut belum memiliki banyak pelanggan seperti angkringan-angkringan yang telah lama dibuka. Saat ini angkringan Songo Pitu sedang melakukan pemasaran melalui media sosial, dan juga dari mulut ke mulut melalui teman-teman pemilik angkringan tersebut. Bagi sebuah organisasi atau perusahaan yang baru saja di dirikan, maka perlu adanya *branding* yang kuat guna meningkatkan citra organisasi atau Perusahaan tersebut, agar dengan cepat dikenal oleh masyarakat.

Namun tak jarang angkringan kopi yang berada di Malang memiliki penilaian buruk atas pelayanan yang dilakukan, sehingga banyak pelanggan yang tidak berminat untuk mengunjungi angkringan kopi dengan penilaian yang kurang memuaskan. Hal tersebut dapat menyebabkan citra dari angkringan kopi tersebut akan menurun. Dengan demikian, peningkatan citra organisasi atau perusahaan, dapat dilakukan dengan berbagai cara salah, salah satunya dengan mengoptimalkan peran *Public Relations*.

Berdasarkan uraian diatas, maka praktik PR dalam sebuah angkringan merupakan salah satu hal yang menarik untuk dikaji, karena berhubungan dengan citra dari angkringan tersebut. Selain itu praktik PR yang baik dan benar dalam angkringan jarang diterapkan oleh Masyarakat dan cenderung terdengar asing. Hal tersebut dikarenakan istilah *Public Relations* (PR) identik dengan sebuah organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, artikel ini akan membahas mengenai urgensi, peran dan implementasi *Public Relations* (PR) pada angkringan Songo Pitu di Kota Malang.

## **Pembahasan**

### **Urgensi *Public Relations* (PR) pada Angkringan**

*Public relations* (PR) memiliki urgensi yang besar dalam bisnis apapun, termasuk angkringan kopi. Angkringan kopi, meskipun bersifat bisnis skala kecil, juga memerlukan strategi PR yang efektif untuk membangun citra positif, meningkatkan visibilitas, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat sekitar (Sarah Luthfiyyah, 2017). Berikut adalah beberapa alasan mengapa *public relations* penting dalam bisnis angkringan kopi:

1. Meningkatkan Citra dan Reputasi : PR dapat membantu angkringan kopi membangun citra yang positif di mata masyarakat. Dengan strategi PR yang baik, angkringan kopi dapat menunjukkan komitmen terhadap kualitas produk dan pelayanan, yang akan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. Meningkatkan Visibilitas : Melalui kegiatan PR, seperti peliputan media, kolaborasi dengan influencer, atau kegiatan acara, angkringan kopi dapat meningkatkan visibilitasnya. Dengan lebih dikenal, pelanggan potensial akan lebih mudah menemukan dan mencoba produk angkringan kopi.
3. Hubungan Baik dengan Pelanggan : PR membantu membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Angkringan kopi dapat menggunakan PR untuk merespons umpan balik pelanggan, menjelaskan kebijakan, atau mengadakan acara khusus untuk menghargai pelanggan setia.
4. Menghadapi Krisis dengan Bijaksana : Jika terjadi masalah atau krisis, PR dapat membantu angkringan kopi merespons dengan bijaksana. PR dapat merencanakan pesan yang jelas, mengelola media sosial, dan menjaga reputasi angkringan kopi selama situasi sulit.
5. Mendukung Pertumbuhan Bisnis Dengan meningkatkan citra, visibilitas, dan hubungan dengan pelanggan : PR dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis angkringan kopi. Meningkatnya jumlah pelanggan dan kepercayaan masyarakat dapat menghasilkan peningkatan penjualan dan keberlanjutan bisnis.

### **Peranan *Public Relations* (PR) pada angkringan**

1. Membangun Citra Positif : PR membantu angkringan kopi membangun citra positif di mata pelanggan dan masyarakat. Ini melibatkan pencitraan yang baik melalui pengelolaan pesan dan komunikasi yang sesuai dengan nilai dan misi angkringan kopi.

2. Mengelola Media Sosial : PR bertanggung jawab untuk mengelola media sosial angkringan kopi. Dengan aktif di platform media sosial, angkringan kopi dapat berinteraksi dengan pelanggan, merespons pertanyaan, memberikan informasi terkini, dan membangun komunitas online.
3. Mengelola Acara dan Promosi : PR dapat merencanakan dan mengelola acara-acara khusus, promosi, atau kerjasama dengan komunitas lokal. Acara-acara ini dapat meningkatkan visibilitas angkringan kopi dan memperluas jaringan pelanggan.
4. Menjaga Hubungan dengan Media : Hubungan yang baik dengan media lokal adalah kunci dalam meningkatkan eksposur angkringan kopi. PR bertanggung jawab untuk menjalin dan merawat hubungan ini, memastikan bahwa angkringan kopi mendapatkan liputan yang positif dan relevan di media.
5. Menangani Umpan Balik Pelanggan : PR dapat membantu mengelola umpan balik pelanggan, baik yang positif maupun negatif. Tanggapan yang cepat dan profesional terhadap masukan pelanggan dapat membangun kepercayaan dan menunjukkan bahwa angkringan kopi memperhatikan kebutuhan pelanggannya (Anggraini & Setyanto, 2019).
6. Krisis Manajemen : Ketika terjadi situasi krisis, PR dapat merancang strategi komunikasi yang tepat. Ini termasuk memberikan informasi yang akurat, mengurangi dampak negatif, dan memperbaiki citra angkringan kopi setelah krisis berlalu.
7. Mendukung Pertumbuhan Bisnis : Melalui strategi PR yang efektif, angkringan kopi dapat menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperkuat basis pelanggannya. PR dapat membantu menciptakan kampanye-kampanye yang menarik dan inovatif untuk meningkatkan pangsa pasar (Sri Rahayu, 2013).
8. Pengelolaan Reputasi Online : PR juga bertanggung jawab untuk mengelola reputasi angkringan kopi secara online. Ini mencakup merespons ulasan pelanggan, mengatasi isu-isu negatif, dan membangun reputasi positif di platform ulasan dan peringkat online.

### **Praktik Public Relations (PR) pada Angkringan Songo Pitu**

Implementasi PR pada Angkringan Songo Pitu, dilakukan dengan cara mempraktikkan peran PR selama 3 hari dengan waktu minimal 2 Jam. Penulis melakukan praktik tersebut selama 3 hari berturut-turut guna mengoptimalkan praktik PR pada angkringan Songo Pitu. Selain itu, dengan praktik PR pada angkringan Songo Pitu dapat membantu karyawan angkringan Songo Pitu untuk lebih termotivasi dalam mempraktikkan PR dalam pelayanan sehari-hari guna terciptanya citra angkringan yang positif.



**Gambar 1.** Praktik *Public Relations* (PR) hari pertama

*Sumber: Penulis*

Implementasi hari pertama dilakukan pada hari Jum'at, 8 September 2023 pukul 16.00-18.00 WIB. Dalam praktiknya kegiatan yang penulis lakukan pada hari pertama diawali dengan membantu pemilik angkringan untuk mempersiapkan bahan-bahan yang diperlukan seperti kopi, coklat bubuk, bumbu-bumbu masakan, cemilan dan lain sebagainya. Selain itu penulis juga membantu pemilik angkringan untuk membersihkan angkringan tersebut. Sekitar pukul 17.00 WIB, terdapat customer yang berkunjung ke angkringan dengan beberapa temannya. Saat customer datang, penulis dengan sigap segera melayani customer tersebut, menunjukkan dan menawarkan beberapa menu dari angkringan Songo Pitu. Selain itu penulis juga menanyakan ulang pesanan customer tersebut, guna memastikan tidak ada kesalahpahaman dalam pemesanan. Kemudian penulis juga menanyakan kepada customer apakah dia memiliki pesanan tambahan atau tidak. Setelah customer selesai memesan, penulis mencatat pesanan tersebut dan mencatat total yang nanti harus di bayar oleh customer. Lalu, penulis juga segera memberikan *password* Wi-Fi angkringan Songo Pitu kepada customer, sebelum ia menanyakan. Karena menurut penulis, sikap yang sigap dan peka terhadap kebutuhan customer, dapat menambah citra angkringan dan juga memudahkan dan memberikan rasa nyaman pada customer.

Namun pada hari pertama penulis mengalami kendala dalam praktiknya, penulis bersama dengan pemilik angkringan tersebut, tak jarang menghadapi customer yang memiliki sikap tidak sabar. Ketika pesanan customer sedang dalam proses pembuatan, customer sudah mondar mandir untuk menanyakan pesannya terkhusus pada makanan. Padahal jarak waktu antara pemesanan customer dan proses kami saat memasak belum lama. Dengan demikian, kami tentu memiliki perasaan yang tidak enak, sehingga kami harus memasak pesanan dengan terburu-buru, alhasil pesanan tersebut kurang maksimal.

Dengan adanya kendala diatas, penulis mulai memainkan perannya sebagai PR dimana penulis terlebih dahulu menyampaikan permintaan maaf kepada customer serta memberikan penjelasan kepada customer untuk menunggu sebentar lagi, dan penulis juga menyampaikan bahwa jika pesanan sudah siap maka akan segera diantar ke meja customer. Selain meminta maaf dan memberikan penjelasan, tentu kami dengan segera menyelesaikan pesanan tersebut. Kedepannya mungkin pemilik angkringan perlu merekrut karyawan yang berpengalaman dalam bidang F&B, agar dalam memasak makanan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

Praktik PR pada hari kedua dilakukan pada Sabtu, 9 September 2023, pukul 16.00-18.00 WIB. Pada hari kedua, kegiatan yang dilakukan oleh penulis tidak jauh berbeda dengan hari pertama, dimana penulis mengawasi kegiatan dengan mempersiapkan bahan-bahan untuk membuka angkringan, juga membersihkan angkringan tak lupa juga untuk membersihkan meja dan kursi di angkringan tersebut. Menyambut customer dengan baik, menanyakan pesanan customer, kemudian mencatatnya. Setelah itu penulis membantu pemilik angkringan untuk menyiapkan pesanan customer. Setelah pesanan tersebut siap, penulis segera mengantarkan pesanan tersebut kepada customer, tak lupa penulis menawarkan apabila terdapat kendala atau membutuhkan sesuatu terkait dengan fasilitas angkringan, bisa menuju ke meja bar untuk meminta bantuan dari kami. Namun, hari kedua ini tentu sedikit lebih ekstra dalam melakukan pekerjaan, karena bertepatan dengan hari *weekend*.



**Gambar 2.** Praktik *Public Relations (PR)* hari kedua

*Sumber: Penulis*

Pada praktik hari kedua, tentu penulis mendapatkan kendala pada saat malam hari, ketika malam hari angkringan mulai dipenuhi oleh customer yang sedang melakukan rapat, mengerjakan tugas, ataupun hanya sekedar menikmati malam Minggu. Saat itu, ada customer yang sedikit kebingungan karena stop kontak pada angkringan tersebut penuh. Padahal ia sedang melaksanakan Google Meet bersama teman-temannya.

Dengan adanya kendala tersebut, penulis memberikan solusi dengan menyarankan kepada pemilik angkringan untuk mencari stop kontak tambahan yang dimiliki oleh pemilik angkringan. Kebetulan pemilik angkringan masih memiliki 1 stop kontak pribadi dan pemilik angkringanpun menyetujuinya. Pada saat proses pengambilan stop kontak,

penulis berusaha menenangkan customer dan mengatakan bahwa stop kontak yang diminta oleh customer sedang dicarikan oleh pemilik angkringan dan akan diantar ke meja customer ketika stop kontak sudah tersedia. Kemudian customer merasa sedikit tenang, dan kembali ke tempat duduknya, lalu customer mendapatkan stop kontak yang diminta.

Praktik PR hari ketiga dilaksanakan pada hari Minggu, 10 September 2023 pukul 16.00-18.00 WIB. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis, yaitu pergi berbelanja Bersama pemilik angkringan untuk membeli keperluan yang habis. Penulis juga membantu pemilik angkringan untuk mencatat keperluan yang akan dibeli. Setelah itu, penulis melakukan rutinitas seperti hari pertama dan kedua, yaitu menyiapkan bahan-bahan angkringan, membersihkan lingkungan angkringan, melayani customer dengan senang hati, menawarkan produk baru dari angkringan kami, mencatat pesanan customer, mengantarkan pesanan ke meja customer dan juga menawarkan bantuan apabila customer menghadapi kendala terkait fasilitas angkringan, dapat menuju meja bar untuk mendapatkan bantuan dari kami.



**Gambar 2.** Praktik Public Relations (PR) hari kedua

*Sumber: Penulis*

Pada hari ketiga, Penulis mendapati kendala terkait dengan Qris. Pada saat customer akan melakukan pembayaran, ternyata Handphone customer tidak dapat memindai Qris melalui M-Banking. Kebetulan saat itu, customer juga tidak membawa uang cash. Customer juga telah mencoba beberapa kali untuk mematikan Handphone nya, namun tidak membuahkan hasil.

Berdasarkan kendala diatas, penulis mencoba memberikan saran untuk mererefresh Hp customer, namun tetap tidak bisa. Kemudian penulis menyarankan untuk berpindah menggunakan kuota pribadi, karena penulis beranggapan mungkin Wi-Fi banyak yang menggunakan sehingga sedikit lemot, namun juga tidak berhasil. Penulis Kembali

menyarankan untuk memindai barcode Qris yang berupa PDF dari Handphone pemilik angkringan tersebut namun tetap tidak bisa. Akhirnya Penulis menyarankan untuk mencoba memindai Qris dengan aplikasi lain seperti shopeepay, dana atau OVO. Ternyata setelah customer memindai menggunakan shopeepay berhasil, berarti kendala tersebut terdapat pada aplikasi M-Banking customer. Alhasil customer melakukan pembayaran melalui shopeepay.

## Kesimpulan dan Saran

Dalam suatu organisasi *Public Relations* (PR) merupakan salah satu hal yang penting, karena PR merupakan sebuah praktik yang mengelola penyebaran informasi antara individu maupun organisasi. Pelaku PR wajib untuk memberikan informasi, meyakinkan, meraih simpati, dan menimbulkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu. Kegiatan PR dianggap dapat membangun dan meningkatkan citra serta identitas suatu Perusahaan atau organisasi. Salah satunya adalah angkringan Songo Pitu, dengan adanya praktik PR tentu akan memberikan pelayanan yang lebih prima kepada pelanggan. Hal tersebut tentu akan membangun rasa nyaman dan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Sehingga dengan kenyamanan dan kepuasan tersebut, dapat menumbuhkan dan meningkatkan citra dari angkringan Songo Pitu.

Oleh karena itu, penting bagi angkringan Songo Pitu untuk lebih intensif dalam menerapkan praktik *public relations* (PR) guna memberikan kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang dapat berpengaruh pada citra angkringan songo pitu. Selain itu angkringan Songo Pitu juga dapat merekrut karyawan yang tidak pemalu, memiliki kemampuan *public speaking*, memiliki kemauan untuk mempelajari PR diutamakan pada bagian *public speaking*, terlebih pada kasir dan pramusaji.

## Daftar Pustaka

- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan public relations dalam mempertahankan eksistensi ramayana. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Lestari, R. (2020). *Strategi public relations warung kongkow pasar lama tangerang dalam meningkatkan brand awareness*.
- Rahayu, Y. S. (2013). Implementasi komunikasi pemasaran pada produk hasil olahan limbah botol plastik di Kota Malang. *IQTISHODUNA*
- Sani Supriyanto, A. (2021). Pengaruh word of mouth dan promosi terhadap minat menabung anggota di KSPS BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4.
- Sarah Luthfiyyah Pembimbing, N., & Firdaus, M. (2017). Implementasi public relations dalam membangun brand awareness aiesec universitas andalas sebagai organisasi kepemimpinan. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 2).
- Wilujeng, I., & Febriani, E. (2021). Implementasi strategi *public relations* dalam (P4GN) pada generasi millennials (studi kasus pada badan narkotika nasional). 18, 143.