

Implementasi public relations dalam angkringan membangun citra dan hubungan dengan pelanggan: Studi kasus di Angkringan Seven Legend Kota Blitar

Syafi' Ainul Yahya

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: 210503110062@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

angkringan; Public Relations (PR); implementasi

Keywords:

angkringan; Public Relations (PR); implementation

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas implementasi Public Relations (PR) dalam angkringan, sebuah warung kopi yang menjadi ikon kuliner di Indonesia. Angkringan telah berkembang menjadi simbol budaya, tempat pertemuan, dan wadah diskusi, memengaruhi citra, keterlibatan pelanggan, dan hubungan komunitas. PR memainkan peran kunci dalam memahami, membentuk, dan memelihara citra angkringan, serta menjaga hubungan positif dengan pelanggan dan komunitas. Melalui studi kasus Angkringan Seven Legend di Kota Blitar, penelitian menggunakan metode kualitatif dan wawancara mendalam untuk mengungkap praktik PR yang efektif. Hasilnya memberikan panduan berharga bagi pemilik angkringan dan praktisi PR, serta kontribusi pada pemahaman PR dalam industri kuliner.

Penelitian ini mengulas implementasi Public Relations (PR) dalam angkringan, sebuah warung kopi yang menjadi ikon kuliner di Indonesia. Angkringan telah berkembang menjadi simbol budaya, tempat pertemuan, dan wadah diskusi, memengaruhi citra, keterlibatan pelanggan, dan hubungan komunitas. PR memainkan peran kunci dalam memahami, membentuk, dan memelihara citra angkringan, serta menjaga hubungan positif dengan pelanggan dan komunitas. Melalui studi kasus Angkringan Seven Legend di Kota Blitar, penelitian menggunakan metode kualitatif dan wawancara mendalam untuk mengungkap praktik PR yang efektif. Hasilnya memberikan panduan berharga bagi pemilik angkringan dan praktisi PR, serta kontribusi pada pemahaman PR dalam industri kuliner.

ABSTRACT

This research discusses the implementation of Public Relations (PR) in angkringan, a coffee shop that has become an iconic culinary symbol in Indonesia. Angkringan has evolved into a cultural emblem, a meeting place, and a platform for discussions, influencing its image, customer engagement, and community relationships. PR plays a pivotal role in understanding, shaping, and maintaining the image of angkringan, as well as nurturing positive relationships with customers and the community. Through a case study of Angkringan Seven Legend in Blitar City, the research employs qualitative methods and in-depth interviews to uncover effective PR practices. The findings provide valuable insights for angkringan owners and PR practitioners, contributing to a better understanding of PR in the culinary industry.

Pendahuluan

Angkringan adalah salah satu kedai kopi dan tempat makan ringan khas Indonesia, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Kedai kopi ini bukan sekedar tempat untuk menikmati secangkir kopi atau makanan ringan, melainkan juga berfungsi sebagai ruang sosial yang memfasilitasi pertemuan, diskusi, dan berbagai interaksi sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, angkringan telah



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.

berkembang menjadi lebih dari sekedar destinasi kuliner; itu telah menjadi bagian integral dari budaya dan identitas lokal Indonesia.

Dalam bisnis kuliner, citra dan hubungan dengan pelanggan dan komunitas lokal memegang peranan penting. Di era yang semakin terkoneksi secara digital dan berorientasi pada citra, peran Public Relations (PR) dalam mengelola citra dan relasi di angkringan menjadi semakin penting. PR tidak hanya sekedar menyampaikan informasi tetapi juga menciptakan citra positif dan menjaga hubungan berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan setia, media, dan komunitas lokal.

Meskipun PR telah menjadi bagian penting dalam dunia usaha dan sektor pariwisata, penerapan dan praktik PR di angkringan belum mendapat perhatian yang memadai. Dalam lanskap bisnis kuliner yang sangat kompetitif, angkringan perlu memahami peran strategis PR dalam membangun citra yang kuat, meningkatkan visibilitas, dan mempertahankan keterlibatan pelanggan dan komunitas.

Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada penerapan PR di angkringan memiliki relevansi yang signifikan dalam bisnis kuliner. Penelitian ini dilakukan di Angkringan Seven Legend yang terletak di kota Blitar. Penelitian semacam ini dapat membantu pemilik angkringan dan praktisi PR dalam memahami praktik terbaik dan strategi efektif untuk membangun citra positif dan menjaga hubungan kuat dengan pelanggan dan komunitas lokal. Peran PR dalam memahami, membentuk, dan mengelola citra angkringan, serta menjaga hubungan positif dengan pelanggan dan masyarakat, menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha angkringan.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan komunikasi, manajemen, dan industri kuliner serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana penerapan PR dapat memberikan nilai tambah bagi dunia angkringan dan sektor kuliner yang lebih luas. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga akan bermanfaat bagi pengusaha kuliner lainnya yang ingin memanfaatkan PR sebagai alat strategis untuk memajukan bisnis mereka.

Kajian Literatur

Definisi Public Relations

Public Relations dalam makna yang sederhana adalah mengenai bagaimana suatu organisasi berinteraksi dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Ini mencakup hubungan antara organisasi dan kelompok atau individu lain, seperti antara perusahaan dan pemegang sahamnya, pemerintah dan pemilih, serta organisasi dengan organisasi lain. Secara khusus, menurut para profesional PR, Public Relations adalah manajemen dari berbagai hubungan yang dibangun oleh suatu lembaga dengan publiknya.

Menurut kamus Institut of Public Relations (IPR) pada tahun 1978, Public Relations adalah upaya yang terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan memelihara niat baik serta saling pengertian antara suatu organisasi dengan seluruh audiensnya. Definisi ini serupa dengan definisi yang dikeluarkan oleh Public Relations Institute of Australia (PRIA).

Frank Jefkins, dalam bukunya "Public Relations," menjelaskan Public Relations sebagai keseluruhan komunikasi yang direncanakan, baik yang masuk maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua pihaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang didasarkan pada pemahaman bersama.

Peran dan Fungsi Public Relations

Secara umum, peran Public Relations adalah melakukan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik dan bermanfaat antara suatu organisasi dengan publik yang memiliki pengaruh terhadap kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut, seperti yang dijelaskan oleh Scott M. Cutlip pada tahun 2007.

Menurut Bernay dalam Ruslan pada tahun 2003 dan Jefkins pada tahun 1992, ada tiga jenis fungsi PR:

1. Memberikan penjelasan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan tindakan masyarakat secara langsung.
3. Berusaha untuk menyelaraskan sikap dan tindakan suatu lembaga dengan sikap dan tindakan masyarakat atau sebaliknya.

Dengan mempertimbangkan sifat khusus kegiatan Public Relations, pakar Public Relations internasional, Cutlip, Centre, dan Canfield pada tahun 1982, merumuskan fungsi Public Relations sebagai berikut:

1. Mendukung kegiatan utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi yang terintegrasi dengan manajemen organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik yang menjadi sasaran utama.
3. Mengidentifikasi segala hal yang berkaitan dengan pandangan, persepsi, dan respons masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani kebutuhan publiknya dan memberikan masukan kepada pimpinan manajemen untuk mencapai tujuan bersama dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah dan saling berinteraksi, serta mengelola aliran informasi, publikasi, dan pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, dengan tujuan membangun citra positif bagi kedua pihak.

Ruang Lingkup Public Relations

Ruang lingkup pekerjaan Public Relations yang dapat dikelompokkan menjadi enam bidang, seperti yang dijelaskan oleh Cutlip dan kolega, adalah sebagai berikut:

1. Publisitas

Aktivitas ini melibatkan penempatan berita mengenai individu, organisasi, atau perusahaan di berbagai media massa. Proses publikasi dapat meliputi pendekatan konvensional maupun digital, termasuk penggunaan situs web dan media sosial. Lebih lanjut, ditekankan dalam buku Lloyd dan Toogood bahwa transparansi adalah elemen

penting dalam Public Relations saat ini. Hal ini mencakup memberikan informasi yang jujur dan terbuka kepada masyarakat sebagai wujud keterbukaan kepada publik, dengan mematuhi prinsip-prinsip etika jurnanisme. Hal ini dapat memperkuat posisi dan reputasi lembaga atau perusahaan.

2. Pemasaran

Fokus utama di sini adalah menarik dan memuaskan klien atau pelanggan dalam jangka panjang, dengan tujuan mencapai tujuan ekonomi perusahaan.

3. Public Affairs

Ini adalah bidang khusus dalam Public Relations yang berupaya membangun dan menjaga hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal untuk memengaruhi kebijakan publik.

4. Manajemen Isu

Organisasi atau perusahaan terlibat aktif dalam memantau tren isu atau pandangan publik yang muncul di masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memberikan respons atau tanggapan yang terbaik sesuai dengan situasi.

5. Lobi

Ini adalah bidang spesialis dalam Public Relations yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pemerintah, terutama dengan tujuan memengaruhi regulasi dan undang-undang.

6. Hubungan Investor

Bidang spesialis Public Relations korporat yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham dan pihak terkait di dunia keuangan, dengan tujuan meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang fokus pada Implementasi Public Relation di Angkringan Seven Legend di Kota Blitar.

1. Metode Pendekatan Penelitian Kualitatif

Menurut Danim, penelitian kualitatif memiliki ciri-ciri yang mencakup sifat ilmu-ilmu sosial, fokus penelitian yang kompleks dan luas, pendekatan holistik dan menyeluruh, bersifat subjektif dan berorientasi pada perspektif internal, menggunakan penalaran dialiktik-induktif, berfokus pada makna dan temuan, berpotensi untuk mengembangkan teori, memberikan kontribusi dalam hal penafsiran data, melibatkan komunikasi dan observasi, berorientasi pada unsur-unsur kata-kata, interpretasi individual, dan memperhatikan keunikan (Maudi & Susilowati, 2018).

2. Metode Pendekatan Deskriptif

Menurut Sevilla, penelitian deskriptif hanya bertujuan untuk menggambarkan situasi atau peristiwa tanpa upaya untuk mengejar atau menjelaskan hubungan, tanpa melakukan pengujian hipotesis, atau membuat prediksi. Metode deskriptif didesain untuk mengumpulkan informasi tentang kondisi nyata yang sedang berlangsung saat ini (Maudi & Susilowati, 2018).

Dalam penyusunan penulisan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan narasumber. Data yang diperoleh dianalisis terlebih dahulu dengan pendekatan deskriptif dan mencermati kejadian yang telah diamati sebelumnya. Kemudian, hasil penelitian dituliskan dalam bentuk teks naratif verbal yang menguraikan fenomena yang diamati.

Pembahasan

Angkringan Seven Legend

Angkringan Seven Legend merupakan sebuah usaha dalam bidang kuliner yang berada di kota Blitar. Lokasi angkringan ini sangat strategis karena berada di tengah kota dan mudah dijangkau oleh siapapun. Menu yang disajikan dalam angkringan ini ada berbagai macam makanan dan minuman. Menu makanan di angkringan ini ada berbagai nasi bungkus, nasi kucing, sate sundukan, dan camilan lainnya, sedangkan menu minuman di angkringan ini terdapat berbagai menu minuman mulai dari minuman panas dan minuman dingin. Di angkringan ini juga terdapat kopi yang menjadi ciri khas angkringan ini yaitu kopi seven legend yang rasanya sangat khas dan berbeda dengan rasa kopi lainnya. Harga makanan dan minuman di angkringan ini relatif murah dan ramah di kantong dari kalangan remaja sampai dengan dewasa. Harga makanan di angkringan ini mulai dari Rp10000an-Rp60000an, sedangkan harga minuman di angkringan ini mulai dari Rp40000an-Rp100000an. Di angkringan ini terdapat promo spesial di hari-hari tertentu. Promo yang ditawarkan di angkringan ini sangatlah menarik bagi pelanggan untuk mencoba nongkrong di angkringan tersebut. Angkringan ini mulai buka pukul 05.00 dan tutup pukul 12.00.

Hasil Observasi Public Relations

Di angkringan seven legend ini penulis memulai praktek public relationsnya dan melakukan observasinya. Di angkringan ini penulis praktek sebagai pegawai angkringan yang bertugas melayani pelanggan dan mengantarkan makanan dan minuman yang dipesan oleh pelanggan. Penulis melakukan praktek dan observasi PR selama tiga hari. Saat praktek PR penulis menerapkan ilmu yang penulis dapatkan saat mengikuti perkuliahan public relations. Praktek PR tidak semudah yang penulis bayangkan seperti saat mempelajari PR diperkuliahan yang mempelajari teori karena di angkringan ini penulis praktek langsung untuk melayani publik.

Pada hari pertama penulis praktek, penulis mengalami kesulitan dalam melayani pelanggan karena penulis belum hafal dan mengetahui semua harga makanan dan minuman di angkringan tersebut. Penulis saat itu berusaha setenang mungkin agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan yang lain dalam melayani pelanggan. Di hari kedua, penulis juga masih mengalami kesulitan dalam mengantarkan makanan dan minuman pesanan pelanggan. Saat mengantar pesanan tersebut penulis bingung karena tidak hafal siapa yang memesan makanan dan minuman dan terjadilah salah mengantarkan pesanan. Di hari ketiga, hari terakhir praktek public relations penulis mencoba membuat pesanan makanan dan minuman yang dipesan oleh pelanggan. Di saat membuat pesanan makanan dan minuman pelanggan penulis mengalami kesalahan yaitu salah takaran saat membuat minuman dan menggosongkan makanan saat membakar nasi dan sundukan.

Dari praktek public relations yang penulis lakukan bisa diambil banyak pelajaran disaat kita nanti melakukan pelayanan publik. Pelajaran pertama yang bisa diambil, yaitu mempelajari dan memahami terlebih dahulu lingkungan dimana kita praktek maupun bekerja. Selain itu, kita juga harus mengetahui job desk yang kita kerjakan di tempat praktek maupun kerja agar tidak terjadi kesalahan. Selanjutnya, kita juga mendapatkan ilmu baru dan pengalaman saat melakukan praktek dimanapun tempatnya. Di tempat praktek kita juga akan bertemu dengan banyak orang dari kalangan siswa sampai dengan yang sudah bekerja. Disitu kita akan mendapatkan ilmu dan sudut pandang akan keberagaman disekitar kita.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil observasi dan praktek public relations di Angkringan Seven Legend di Kota Blitar, dapat disimpulkan bahwa penerapan public relations dalam bisnis kuliner seperti angkringan adalah sebuah tantangan yang tidak bisa dianggap remeh. Praktek ini mengajarkan betapa pentingnya pemahaman lingkungan, pengetahuan mendalam tentang produk, dan keterampilan komunikasi yang kuat dalam melayani pelanggan. Meskipun penulis mengalami kesalahan dan kesulitan selama praktek, pengalaman tersebut memberikan pelajaran berharga tentang bagaimana menjalankan tugas public relations secara efektif. Praktek public relations di angkringan juga menggarisbawahi pentingnya adaptasi dan kemampuan belajar dari kesalahan. Dalam dunia nyata, kesalahan adalah bagian alami dari pengalaman, dan mereka bisa menjadi pelajaran berharga. Dari kesalahan yang penulis alami, dapat diambil kesimpulan bahwa keberhasilan dalam melayani publik memerlukan kesiapan, pemahaman, dan keterampilan yang mendalam. Selanjutnya, pengalaman praktek ini juga mengingatkan bahwa keberagaman masyarakat adalah hal yang penting untuk dipahami dan dihargai dalam praktek public relations.

Saran

1. Melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengukur dampak nyata praktik PR dalam bisnis kuliner, dengan fokus pada data statistik yang dapat mengukur pertumbuhan penjualan, pengaruh PR terhadap jumlah pelanggan, dan perubahan dalam persepsi pelanggan setelah penerapan strategi PR tertentu.
2. Melakukan studi perbandingan dengan bisnis kuliner lainnya seperti restoran, kafe, atau warung makan tradisional untuk memahami perbedaan dan kesamaan dalam penerapan PR, yang dapat mengidentifikasi elemen khusus yang membuat PR efektif dalam bisnis kuliner.

Daftar Pustaka

Agus, M. A. A., Suryadipraja, R. P., Septiawati, R., & Paramansyah, A. (2021). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkringan Abah Agus Karawang: Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkringan Abah Agus Karawang. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(2), 155-175.

- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111-122.
- Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *Journal Komunikasi*, 12(1), 85-90.
- Rahmawati, Yuke. (2014). Manajemen public relations sebagai alat etika komunikasi dalam bisnis islam.
- Sitepu, Edy Sahputra. (2011). *Profesional Public Relations*. Medan : USU Press.