

**Strategi Digital PR (*Public Relations*) Prima Contractor dalam
Menumbuhkan Loyalitas Pelanggan**

**Prima Contractor's Digital PR (Public Relations) Strategy in Fostering
Customer Loyalty**

Efi Syah Risanti

(Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email :

Efisvahranti12@gmail.com

ABSTRACT

Client loyalty is not easily built just like that, a strategy is needed to make prospective clients/clients feel comfortable when conducting transactions. Therefore, the activities of digital media carried out by PR have the potential to build the trust of clients who have made transactions with Prima Contractor Companies. The purpose of this research is to find out how the digital PR of the Prima Contractor company can grow consumer loyalty. This type of research is a qualitative descriptive research with a case study approach. Qualitative research aims to explain the phenomenon in depth through deep data collection, which is more emphasized is the problem of depth (quality) of data not the amount (quantity) of data that is more concerned with an object in order to see the process of occurrence of a problem with in-depth analysis. Researchers can conclude that the convenience of prospective customers plays an important role in creating customer loyalty in cooperating, besides that professionalism is also needed to build customer trust and make them collaborate continuously with Prima Contractor companies. digital PR strategy in growing loyalty, the researcher suggests to further researchers to be able to conduct research by looking for other sources related to digital PR strategies.

Keyword : digital PR, Loyalty, Customer trust

ABSTRAK

Loyalitas klien tidak dengan mudah dibangun begitu saja, dibutuhkan strategi dalam membuat calon klien/klien merasa nyaman saat melakukan kegiatan transaksi. Oleh karena itu aktifitas dari media digital yang dilakukan PR sangat berpotensi dalam membangun kepercayaan klien yang telah melakukan transaksi dengan Perusahaan Prima Contractor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana digital PR perusahaan Prima Contractor dapat menumbuhkan loyalitas konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya, yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data yang lebih concern pada suatu objek secara untuk melihat proses

terjadinya suatu masalah dengan analisis mendalam. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa kenyamanan calon pelanggan berperan penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dalam melakukan kerjasama, selain itu profesionalitas juga dibutuhkan untuk membangun kepercayaan pelanggan dan membuat mereka melakukan kerjasama terus menerus dengan perusahaan Prima Contractor. Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan dikembangkan untuk menciptakan strategi digital PR dalam menumbuhkan loyalitas, Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan mencari sumber-sumber lain yang terkait strategi digital PR.

Kata Kunci : digital PR, Loyalitas, Kepercayaan pelanggan

PENDAHULUAN

Bagi perusahaan mendapatkan loyalitas dari para pelanggannya sangat penting untuk dipertahankan.

Perusahaan Prima *Contractor* saat ini memiliki seorang digital PR untuk berhubungan, menumbuhkan serta mendapat loyalitas dari para pelanggannya. Loyalitas dibutuhkan suatu perusahaan untuk menciptakan citra baik dan agar produk/jasa lebih dikenal orang banyak. Pentingnya mendapat loyalitas dari pelanggan secara *continue* adalah tujuan kesuksesan dari sebuah perusahaan. Prima *Contractor* secara konsisten menghubungi para pelanggannya (klien) untuk sekedar mendapat informasi kabar dari mereka yang bertujuan untuk membangun loyalitas

para kliennya. Layanan internet digunakan serta dimanfaatkan suatu perusahaan untuk mendapatkan lebih banyak pembeli atau hanya sekedar berkunjung agar produk atau jasanya bisa dikenal banyak orang. dalam dunia bisnis, media sosial adalah media yang mudah untuk membangun komunikasi dengan para konsumen. yang paling penting, internet telah memberdayakan pelanggan dengan memungkinkan mereka meluapkan kemarahan terhadap layanan yang jelek atau memberi imbalan kepada jasa yang baik dan mendapatkan komentar mereka yang menyebar ke seluruh dunia dengan satu kali klik-an mouse (Keller & Kotler, 2008). Dalam sebuah perusahaan terdapat seorang PR guna menjalin hubungan baik antara

pelanggan dan perusahaan. PR adalah jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya untuk tercapainya mutual understanding antara perusahaan dengan publiknya (Ardianto, 2004) sumber : (parta setiawan, 2020). PR juga memiliki beberapa strategi dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Beberapa strategi PR adalah strategi Operasional, Pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas, pendekatan kerjasama dan pendekatan koordinatif, dan integratif. Sedangkan seorang digital PR dalam perusahaan prima kontraktor sebenarnya sama dengan PR biasa, hanya saja Digital PR menjadi familiar dengan yang namanya media sosial, baik youtube, blog, twitter, fb, dan lainnya. Digital PR menggunakan internet untuk menyebarluaskan konten. Kehadiran internet telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, sehingga memudahkan PR untuk

menyebarkan pesan yang ingin disampaikan ((pride, 2014)).

Perusahaan Prima *Contractor* adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor atau arsitek. Masih banyak orang yang belum mengetahui bidang jasa tersebut, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, Perusahaan Prima *Contractor* yang terhitung baru berdiri pada tahun 2017 memiliki strategi digital dalam memasarkan suatu jasanya di bidang arsitek dan bangunan. Prima kontraktor berupaya menumbuhkan loyalitas konsumen melalui digital PR mereka. Saluran terbaru untuk pemasaran langsung adalah elektronik. Internet memberikan pemasar dan konsumen peluang interaksi dan individualisasi yang jauh lebih besar. Perusahaan di masa lalu akan mengirim media standar, majalah buletin, iklan kepada setiap orang, dewasa ini perusahaan dapat berinteraksi dan berdialog dengan jauh lebih banyak kelompok

daripada waktu lalu. (kotler philip & kevin lane keller, 2008). Dalam penelitian ini peneliti menemukan ketertarikan bahwa perusahaan ini memiliki seorang digital PR. Digital

PR yang bertanggung jawab untuk **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya, yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data yang lebih *concern* pada suatu objek secara untuk melihat proses terjadinya suatu masalah dengan analisis mendalam. Alasan menggunakan metode ini karena ingin menjelaskan bagaimana strategi digital PR perusahaan *Prima Contractor* untuk menumbuhkan loyalitas para pelanggannya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian

membangun serta menjalin loyalitas dari pelanggan. Peneliti juga menemukan bahwa pelanggan dari perusahaan ini senantiasa memberikan dan mempercayakan pekerjaan jasanya pada perusahaan *Prima Contractor*

kualitatif yang lebih *concern* pada suatu objek secara untuk melihat proses terjadinya suatu masalah dengan analisis mendalam.

Oleh karena itu hal tersebut harus digali secara mendalam tanpa reduksi ataupun isolasi terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga diperoleh data-data yang lengkap dan peneliti mampu menjelaskan secara komprehensif, penelitian deskriptif berusaha mendeskripsi dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang (Sumanto (1995: 77)).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hal ini strategi yang digunakan oleh Prima secara digital yang diungkap dari hasil wawancara diatas yaitu yang pertama adalah membangun citra seorang PR dan Perusahaan karena sejatinya peran PR menjaga komunikasi 2 arah, memelihara reputasi baik untuk diri sendiri maupun untuk perusahaan, yang kedua digital PR prima *contractor* menggunakan strategi media sosial dengan sering *update* dan mempublikasikan artikel maupun portofolio lewat web dan media sosial lainnya seperti instagram, tik tok, twitter sampai facebook

Yang ketiga adalah membangun *networking* dengan para pelanggan dengan cara yang sudah dijelaskan oleh informan PR prima diatas bahwa membangun *networking* dengan mengajak berbicara para pelanggan dan membuat nyaman calon pelanggan dengan menjaga komunikasi 2 arah melalui media yang sudah di sebutkan. Dalam wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan ke 2

informan yang berperan sebagai pelanggan yang loyal dari prima *contractor* mereka memang menyebutkan bahwa seorang PR yang bisa membuat mereka nyaman ketika sedang mengobrol dan akhirnya membangun kepercayaan mereka untuk menggunakan jasa dari perusahaan prima *contractor*.

Menurut A.Halim Strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya, Menurut Pearce dan Robinson, strategi menurut mereka adalah rencana main dari suatu perusahaan, yang mencerminkan kesadaran suatu perusahaan mengenai kapan, dimana dan bagaimana ia harus bersaing dalam menghadapi lawan dengan maksud dan tujuan tertentu.(dosenpendidikan, 2021)

- Mempublikasikan artikel secara online untuk mendapatkan backlink

berkualitas tinggi, dalam hal ini yang dilakukan oleh digital prima contractor adalah membuat konten seperti artikel pada website resmi mereka agar para calon pelanggan bisa membaca halaman itu kemudian mengkil tombol whatsapp yang tertera pada halaman web, menurut PR dari prima contractor beliau mengungkapkan bahwa artikel yang diterbitkan sama saja seperti portofolio perusahaan dan berguna untuk branding corporate mereka. Agus (PR prima contractor juga menjelaskan bahwa artikel akan diterbitkan setelah 1-2 bulan sekali dalam website resmi.

- Membangun networking atau relasi untuk mendapatkan backlink, untuk membangun networking hal pertama yang dilakukan oleh digital Pr prima contractor adalah menciptakan citra yang membuat calon pelanggan merasa nyaman, setelah itu menjaga komunikasi 2 arah untuk tetap melakukan negosiasi sampai tanda tangan kontrak kerja.

- Melakukan survey media sosial, untuk mengetahui media apa yang saja yang akan digunakan PR prima contractor melakukan survey data digital seperti yang sudah dijelaskan agus sebagai PR prima contractor dalam wawancaranya “seberapa akuratnya media itu untuk menjangkau klien. Survey data klien yang menggunakan media sosial, dan media2 lainnya. Jadi kami melihat potensi pasar yang dominan di media sosial apa dan bagaimana perilaku audience kami berkonsultasi ke prima contractor.

Contoh kebanyakan klien kami langsung cek website kami melihat portofolio maupun testimoni kami, Tidak hanya itu kami melihat potensi terbesar ada pada media di website kami.

- Memberikan reward terhadap pelanggan yang sudah merekomendasikan keada kenalan kenalan mereka seperti, desai gratis, garansi pengerjaan selama 3 bulan (dilakukan diluar kontrak/ kontrak selesai), dan gratis survey lapangan jika menggunakan jasa kontaktor lagi.

Strategi diatas dilakukan oleh prima contractor untuk mendapatkan lebih banyak backlink dari para pelanggan yang

KESIMPULAN

kenyamanan calon pelanggan berperan penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dalam melakukan kerjasama, selain itu profesionalitas juga dibutuhkan untuk membangun kepercayaan pelanggan dan membuat mereka melakukan kerjasama terus menerus dengan perusahaan Prima Contractor, selain itu komunikasi dan pesan yang disampaikan oleh digital PR Prima Contractor melalui media whatsapp juga tersampaikan dengan jelas kepada calon pelanggan. Selain itu digital PR dari Prima Contractor juga melakukan survey untuk melihat perilaku pelanggan dari kebiasaan mereka bersosial

DAFTAR PUSTAKA

- dosenpendidikan. (2021, December 28). *pengertian strategi menurut para ahli*. <https://www.dosenpendidikan.co.id/strategi-adalah/>
- Keller, K., & Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 2*. In *Jakarta: PT. Indeks* (12th ed., Vol.

sudah pernah memakai jasa Prima Contractor

media, dan menemukan bahwa rata rata pelanggan yang membutuhkan jasa kontraktor akan mencari melalui web yang kemudian beralih ke instagram untuk melihat hasil kerja, seperti video atau gambar yang sudah di post oleh perusahaan. Kenyamanan didapatkan oleh pelanggan melalui kualitas pelayanan yang sopan dan bersahabat dari seorang PR sehingga calon pelanggan merasa yakin akan melakukan kerjasama dengan Prima Contractor. Strategi yang disusun oleh digital PR Prima Contractor untuk menghasilkan pelanggan yang loyal sudah efektif dan menimbulkan *feedback* yang baik bagi perusahaan

2). Penerbit Erlangga.

kotler philip, & kevin lane keller. (2008). *manajemen pemasaran* (12th ed., Vol. 2).

parta setiawan. (2020, April 29). *pengertian public relations*. <https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/>

pride. (2014, August 1). *digital public relations*. <http://pride.co.id/digital-public-relations/>

