

Hubungan Publisitas Rabbit Town dengan Citra Perusahaan Relation Of Rabbit Town Publicity And Corporate Image

¹Shafira Yulistiya

¹Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹syulistiya@gmail.com

Abstract. Some companies will doing publicity while produce something new. The purpose of publicity is to inform the public about that something new through the media. There is a positive impact from it, that is building an image from its company. The purpose of this research is to know about Relationship between Rabbit Town Publicity and Corporate Image in Visitor Circles. This research is using Marketing Public Relations Theory publicity. This research method are using quantitative correlational method, Quantitative correlational method is used to examine the relationship between variables. In this research the variable (X) is the publicity and the variable (Y) is image. Sampling using accidental sampling technique using Slovin Formulation and the sample are 100 Visitor. There is a meaningful relationship between Rabbit Town Publicity and Corporate Image in Visitor Circles on this result of the research.

Keywords: Marketing Public Relations, Publicity, Image, Rabbit Town

Abstrak. Perusahaan yang mengeluarkan produk atau sistem baru pasti akan melakukan kegiatan publisitas. Salah satu tujuan dari publisitas ialah untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa perusahaan sedang mengeluarkan produk baru. Pada saat menginformasikan kepada masyarakat, tentu saja terdapat dampak yang positif dari kegiatan tersebut. Salah satu dampak positif yang terjadi adalah pembentukan citra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Publisitas Rabbit Town dengan Citra di kalangan pengunjung. Teori dan konsep yang digunakan, yaitu Marketing Public Relations (MPR), Publisitas. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional, metode kuantitatif korelasional digunakan untuk meneliti hubungan diantara variabel-variabel. Pada penelitian ini yang menjadi variabel (X) adalah publisitas dan yang menjadi variabel (Y) adalah citra. Pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling dengan rumus Slovin dan sampel yang diperoleh yaitu 100 pengunjung. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang cukup berarti antara publisitas Rabbit Town terhadap citra di kalangan pengunjung

Kata kunci: Marketing Public Relations, Publisitas, Citra, Rabbit Town

A. Pendahuluan

Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah aspek pemasaran, yaitu bagaimana supaya barang atau jasa dapat terjual dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Salah satu kegiatan marketing *public relations* yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan *volume* penjualan adalah publisitas. Publisitas adalah salah satu strategi seorang *Public Relations*. *Publicity* atau Publisitas yang dilakukan pada masyarakat dan khalayak banyak diperlukan guna Publisitas adalah salah satu strategi seorang *Public Relations*. *Publicity* atau publisitas yang dilakukan pada masyarakat dan khalayak banyak diperlukan guna menginformasikan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi pemerintah, perusahaan atau perorangan. Salah satu contoh publisitas, antara lain rilis, *newsletter*, majalah, jurnal atau *advertorial*.

Selama ini publisitas sering dikaitkan dengan citra yang diberikan oleh setiap perusahaan. Citra dilihat sebagai faktor yang penting karena pelayanan yang tepat, cermat, dan cepat dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Citra perusahaan adalah sesuatu yang timbul dalam pemikiran konsumen ketika mendengar nama sebuah perusahaan.

Seiring dengan berkembangnya kota Bandung, hingga kini masih menjadi tujuan wisata bagi banyak wisatawan. Salah satunya adalah *Rabbit Town* sebagai

tempat wisata selfie. *Rabbit Town* adalah tempat wisata terbaru di Jalan Rancabentang No 30, Ciumbuleuit, Kota Bandung. Semenjak keberadaan *Instagram* sebagai media sosial berbasis foto dan gambar, *trend* berfoto narsis pun kian populer di berbagai kalangan usia. *Rabbit Town* sebagai tempat wisata yang terbilang baru di Kota Bandung, sedang gencar-gencarnya melakukan strategi promosi agar dikenal oleh warga Bandung maupun sekitarnya. Salah satunya dengan melakukan kegiatan publisitas di media *online* dan bekerja sama dengan media-media diluar sana. Adanya hubungan dengan media, perusahaan bisa mencapai publisitas yang maksimum atas suatu informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak atau pelanggan. Guna mencapai tujuan PR yang diantaranya citra positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi. Oleh karena itu publisitas sangatlah penting dalam meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan *brand awareness* mengenai perkembangan perusahaan.

B. Landasan Teori

Publisitas merupakan salah satu fungsi yang dijalankan oleh humas dalam menjalankan tugasnya. Dikatakan bahwa fungsi manajemen komunikasi dilakukan untuk membantu antara organisasi dan publiknya agar saling beradaptasi satu dengan yang lainnya. Seperti yang dikatakan Cutlip bahwa publisitas merupakan salah satu fungsi dari humas yang dijalankan dengan fungsi-fungsi lainnya, seperti iklan, *press agency*, *public affair*, manajemen isu, *lobbying*, dan hubungan investor Center & Broom (2005 : 8)

Salah satu kunci untuk publisitas adalah nilai berita (*news value*). Nilai berita tersebut menjadi sebuah acuan dalam merancang sebuah kegiatan atau menunjukkan dimensi-dimensi kegiatan yang dilakukan organisasi agar mendapatkan perhatian dari media massa. Prinsip-prinsip dasar publisitas itu mencakup Iriantara (2005:195-196):

1. Kreativitas, mengandung arti mendorong antusiasme dan perhatian publik melalui metode kegiatan yang cerdas, unik, dan segar.
2. Beragam, yang memiliki arti bila publisitas hanya menggunakan satu media saja dipandang belum memadai, maka harus menggunakan beberapa medi
3. Kuantitas, yang pada dasarnya menggunakan prinsip repetisi untuk menyampaikan pesan secara berulang-ulang pada publik.
4. Visibilitas, berarti materi publisitas tersebut dapat dengan mudah dilihat oleh publik atau perhatian publik dapat tertuju oleh publisitas tersebut.
5. Legibilitas, yang berarti bentuk tulisan yang dibuat untuk menyampaikan pesan cukup jelas diikuti oleh publik untuk publisitas dalam bentuk media apapun.
6. Mudah dipahami, yang mengandung arti rangkaian pesannya sangat mudah dipahami oleh publik.

Citra (*image*) adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek (Kotler, 2006: 208). Setiap orang bisa melihat citra suatu objek berbeda-beda, tergantung pada presepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut.

Menurut Harrison (2004:80) dalam bukunya *Public Relations: an introduction*, Citra suatu organisasi terbentuk meliputi empat elemen:

1. *Personality*

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran (pengetahuan yang dimiliki oleh publik mengenai perusahaan), seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

2. Reputation

Reputasi adalah persepsi publik mengenai tindakan-tindakan organisasi yang telah berlalu dan prospek organisasi di masa datang, tentunya dibandingkan dengan organisasi sejenis atau pesaing. Reputasi terkait dengan hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini public sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain.

3. Value

Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4. Corporate Identity

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan *public* sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut “*Apakah terdapat hubungan antara publisitas Rabbit Town dengan citra di kalangan pengunjung?*”. Berikut adalah penelitian mengenai hubungan publisitas Rabbit Town dengan citra perusahaan, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut

Tabel 1. Hubungan antara Publisitas *Rabbit Town* dengan Citra di Kalangan Pengunjung

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _(0,025;98)	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Hubungan
Publisitas dengan Citra	0,552	6,056	1,984	Ho ditolak	Signifikan	Cukup berarti

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien korelasi *Rank Spearman* (r_s) adalah sebesar 0,552. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 6,056 dan nilai t tabel dengan $df = 98$ dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung (6,056) > t tabel (1,984) sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara publisitas dengan citra *Rabbit Town*. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,522 berada diantara kriteria > 0,40 – 0,70 sehingga tingkat hubungan antara publisitas dengan citra *Rabbit Town* menunjukkan hubungan cukup berarti.

Publisitas *Rabbit Town* dalam penelitian ini meliputi kreativitas, beragam, kuantitas, visibilitas, legibilitas dan mudah dipahami. Sedangkan citra meliputi *personality, value, reputation, dan corporate identity*.

Hasil penelitian terlihat bahwa, semakin baik publisitas yang dilakukan oleh *Rabbit Town*, semakin meningkat pula citra *Rabbit Town*. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Beckwith (2003:136) mengenai dampak dari publisitas. Menurut Beckwith, salah satu dampak dari publisitas adalah dapat menjual suatu barang atau jasa yang baru dikeluarkan oleh sebuah perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki hasil yang sesuai dengan teori tersebut. Terdapat hubungan yang kuat antara publisitas yang dilakukan oleh *Rabbit Town* mengenai informasi di

media *online* terhadap citra.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukan terdapat hubungan yang signifikan antara publisitas Rabbit Town dengan citra di kalangan pengunjung. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang cukup berarti. Di mana semakin baik publisitas yang dilakukan oleh *Rabbit Town*, semakin meningkat pula citra *Rabbit Town*.
2. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukan terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas dengan citra *Rabbit Town* di kalangan pengunjung. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang cukup berarti. Di mana pemberitaan *Rabbit Town* mendorong antusiasme masyarakat untuk lebih mengetahui pemberitaan *Rabbit Town*.
3. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara beragam dengan citra *Rabbit Town*. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang cukup kuat. Di mana aspek beragam merupakan aspek yang paling tinggi, *Rabbit Town* menggunakan berbagai macam situs media *online* dan berita yang disampaikan memiliki nilai berita.
4. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukan terdapat hubungan yang signifikan antara kuantitas dengan citra *Rabbit Town*. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan tidak cukup kuat. Di mana kegiatan publisitas di *Rabbit Town* kurang dilakukan secara berulang-ulang khususnya di media *online*.
5. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukan terdapat hubungan yang signifikan antara visibilitas dengan citra *Rabbit Town*. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang tidak cukup kuat. Di mana informasi mengenai kegiatan di *Rabbit Town* mudah diperoleh.
6. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukan terdapat hubungan yang signifikan antara legibilitas dengan citra *Rabbit Town*. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang cukup kuat. Di mana pemberitaan yang disampaikan oleh beberapa media cukup jelas untuk dibaca.
7. Berdasarkan simpulan dari penelitian yang diuraikan menunjukan terdapat hubungan yang signifikan antara mudah dipahami dengan citra *Rabbit Town*. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang cukup kuat. Di mana pemberitaan yang tersebar dimasyarakat mudah dipahami oleh responden dan memiliki bahasa yang mudah dicerna.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara publisitas *Rabbit Town* terhadap citra memiliki hubungan yang cukup kuat. Akan tetapi, dalam penelitian ini masih diteliti dibagian permukaannya saja. Hanya melihat seberapa kuat hubungan publisitas terhadap citra. Oleh karena itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk lebih menggali lebih dalam lagi.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel bebas namun pada objek yang berbeda yang lebih luas

Saran Praktis

Semakin banyak destinasi wisata di kota Bandung, maka diharapkan *Rabbit Town* sebagai tempat wisata yang masih tergolong baru untuk lebih memperhatikan aspek dari publisitas. Kegiatan publisitas selanjutnya harus lebih baik lagi, sehingga calon pengunjung lebih tertarik untuk mengunjungi *Rabbit Town*. Dalam penelitian ini, meskipun hasil yang didapat sudah cukup kuat, namun masih ada beberapa responden yang tidak mengetahui berbagai pemberitaan yang dilakukan oleh *Rabbit Town*. Diharapkan *Rabbit Town* meningkatkan intensitas publisitas agar lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga mereka tertarik untuk mengunjungi *Rabbit Town* dan dapat meningkatkan citra *Rabbit Town*.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Iriantara, Yosol. 2005 *Media Relations, Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kristantio, Rahmat. 2008. *Public Relations Writing, Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta : Kencana.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom. 2005. *Effective PublicRelations Meracancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka