

STRATEGI PUBLIC RELATIONS ANTAR TENANT RELATIONS PT. WIRATARA PRIMA DENGAN TENANT DI GEDUNG MENARA PRIMA PADA MASA PANDEMI COVID – 19

Verdy Maria Josefina^{1*}, Don Bosco Doho²

^{1*,2} Institut Komunikasi dan Bisnis, LSPR, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}Verdyajosefine96@gmail.com, ²yohanes.dbd@lspr.edu

Abstrak

Masa pandemi Covid – 19 memiliki dampak yang sangat signifikan dalam kehidupan sehari – hari. Pembatasan ruang gerak atau yang dikenal dengan istilah lockdown yang diberlakukan oleh pemerintah dalam upaya untuk mengurangi penyebaran wabah virus Covid – 19 agar tidak semakin cepat penyebarannya. Dengan diberlakukannya lockdown ini juga berdampak pada industri property yang mengharuskan perkantoran melakukan penutupan sementara atau penurunan *aktifitas*. Oleh karena itu tenant relations PT. Wiratara Prima perlu menggunakan teori Komunikasi Public Relations dan Strategi Public Relations untuk mempertahankan citra dan komunikasi yang berkualitas yang dibuat oleh PT. Wiratara Prima dengan Tenant melalui Tenant Relations. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan pendekatan kualitatif dan pendekatan deskriptif, dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasional. Analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis data model Miles dan Huberman dan metode pengujian keabsahan data yang disebut triangulasi sumber. Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi PR dinilai sebagai langkah tepat untuk berkomunikasi secara efektif dan menemukan pola komunikasi yang efektif dan efisien pada masa pandemi COVID-19 ini.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Komunikasi Public Relations, Strategi Public Relations, covid – 19

Abstract

The Covid-19 pandemic has a very significant impact on daily life. Restrictions on movement space or what is known as lockdown were imposed by the government in an effort to reduce the transmission of the Covid-19 virus, which is increasingly spreading rapidly. The implementation of lockdown also has an impact on the property industry, requiring offices to temporarily close or reduce their activity. Therefore, tenant relations PT. Wiratara Prima needs to use Public Relations Communication theory and Public Relations Strategy to maintain the quality service and communication created by PT. Wiratara Prima with Tenants through Tenant Relations at Menara Prima. Research method used is a qualitative approach, descriptive type and uses data collection techniques with in-depth interviews and observation. The analysis in this research is the Miles and Huberman model data analysis technique as well as the data validity checking technique, namely source triangulation. The research results show that public relations and public relations communication strategies are still considered the right steps as an

Keywords: *Tenant Relations, Komunikasi Public Relations, Strategi Public Relations, covid – 19*

Pendahuluan

Pengelolaan bangunan gedung atau *building management* adalah upaya memelihara dan memelihara satu atau lebih bangunan gedung serta sarana dan prasarana pendukung lainnya agar fungsi dan kegunaannya dapat dipergunakan dalam jangka waktu yang lama. Perlu dibentuk suatu departemen khusus agar pengelolaan gedung dilakukan secara metodis dan profesional.

Dalam hal ini ada beberapa department yang ada terlibat dalam pengelolaan gedung. Salah satu diantaranya adalah tenant relations. salah satu tugas yang dilakukan oleh tenant relations adalah menangani keluhan penyewa/tenant, mulai dari masalah teknis, keluhan dan segala kebutuhan permintaan penyewa lainnya. Departemen ini juga bertugas menghubungkan penyewa dengan pihak atau departemen terkait dengan penyewa lainnya, serta mengawasi dari awal hingga akhir.

PT. Wiratara Prima adalah perusahaan yang bergerak di bidang properti. PT. Wiratara Prima sendiri juga sebagai pemilik serta yang mengelola 3 gedung yaitu Menara Prima, Menara Sunlife dan Menara pertiwi. Ketiga gedung ini terletak di lingkaran Mega Kuningan, Jakarta Selatan.

Menara Prima sendiri merupakan gedung pertama yang dibangun diantara 2 gedung lainnya. Menara Prima mulai beroperasi ditahun 2007. Menara Prima dapat disewa dalam unit besar maupun kecil. Lima tahun terakhir rata-rata jumlah *tenancy* yang ada di Menara Prima berjumlah 82.59 % dan terus meningkat.

Akan tetapi dipertengahan tahun 2020, *occupancy* Menara Prima mengalami penurunan yang signifikan. Dari 82,59% menjadi 49,80%. Hal ini dikarenakan Covid – 19 yang mulai masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2022. Kasus pertama Covid – 19 pertama kali ditemukan di Depok. Setelah itu penyebaran Covid – 19 semakin meluas dan sangat berdampak bagi seluruh Indonesia. Pada 15 Maret 2020, Indonesia mengumumkan ada 117 kasus atau orang yang terinfeksi covid – 19.

Gempuran pandemi COVID-19 telah mengubah banyak aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dampak yang signifikan pada industri properti. Pembatasan pergerakan dan kebijakan lockdown yang diberlakukan oleh pemerintah di berbagai negara menyebabkan penutupan sementara atau penurunan aktivitas di banyak bangunan komersial dan perkantoran. Dalam konteks ini, *building management* menghadapi tantangan baru dalam berinteraksi dengan penyewa atau tenant mereka. Antara *building management* dengan tenant dibutuhkan komunikasi public relations yang harmonis agar kerjasama tetap terjalin lebih baik lagi.

Pada 16 Maret 2020, Presiden Republik Indonesia menerapkan lockdown guna mengantisipasi penyebaran covid – 19. Upaya ini dilakukan karena Indonesia mengalami lonjakan kasus covid – 19. Keputusan Presiden ini, meminta untuk masyarakat Indonesia mengurangi interaksi dan keluar dari rumah. Pemerintah juga meminta agar masyarakat

mengurangi interaksi dengan tidak ke mall, ke kantor, ke sekolah. Hal ini membuat beberapa kantor menerapkan WFH (Work From Home).

Dengan adanya WFH, membuat banyak perusahaan yang merugi apabila mereka masih tetap menyewa gedung dengan kapasitas besar akan tetapi jumlah pekerja yang masuk sedikit. Atau bahkan ada beberapa perusahaan yang menilai, perusahaannya tetap berjalan, walaupun para pekerjanya tidak bekerja di dalam ruangan kantor atau dengan kata lain bisa bekerja dirumah.

Imbas adanya penerapan lockdown dan banyak perusahaan yang diwajibkan WFH membuat para penyewa di Menara Prima pada akhirnya melakukan pengakhiran penyewaan atau melakukan downsizing ruang kantor. Tapi tidak sedikit juga perusahaan yang bertahan untuk tetap menyewa ruang kantor di Menara Prima.

Situasi dan kondisi di lokasi menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah mengubah prioritas dan kebutuhan para penyewa. Semua pihak berupaya semaksimal mungkin untuk menjaga keberlangsungan usaha. Badan usaha di bidang pengelolaan aset sedang memikirkan model komunikasi dan kerjasama yang baik agar usahanya tetap berjalan.. Selain mempertimbangkan faktor tradisional seperti lokasi dan harga sewa, penyewa kini juga memperhatikan kebijakan kebersihan dan keamanan yang diterapkan oleh pengelola gedung. Komunikasi yang baik diantara kedua belah pihak adalah kunci utama untuk menjaga hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, komunikasi antara pengelola gedung dan penyewa pascapandemi Covid-19 menghadapi banyak tantangan. Pembatasan sosial dan kontak fisik secara langsung, dan kebijakan yang terus terjadi mempersulit komunikasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk memastikan pesan tersampaikan dengan baik kepada seluruh pemangku kepentingan.

Team tenant relation mengupayakan semaksimal mungkin bagaimana cara mereka membangun komunikasi antar team dengan baik, dan tetap siaga jika sewaktu-waktu dibutuhkan oleh rekan team lain dan tetap aktif dirumah dengan laptop masing-masing dan mengakses computer di kantor dengan aplikasi *anydesk* yang dapat terhubung langsung dengan computer kantor dan dapat mengerjakan kerjanya seperti biasa, walaupun sedang dirumah.

Walaupun banyak tenant yang work from home, akan tetapi banyak pula tenant yang memang bidang pekerjaannya masih diharuskan untuk ke kantor. Maka dari itu, untuk keluhan tenant masih ada dan masuk ke team tenant relations. Masalah dan keluhan yang timbul bukan hanya dari pihak tenant saja, melainkan ada hal lain seperti keuangan. Salah satu contohnya, yaitu tenant tidak sanggup membayar sewa unit ataupun tidak bisa membayar service charge. Tugas tenant relations juga menjadi front man yang harus menghadapi tenant yang memiliki keluhan tersebut dan mungkin mereka tidak sanggup bayar atau mereka meminta pengurangan biaya ataupun mundur bayar.

Seperti diketahui, public relations adalah bagian dari komunikasi bisnis dari suatu perusahaan yang memiliki tugas yaitu membangun citra yang positif di mata masyarakat. Untuk konteks penelitian ini, building management menjalankan komunikasi public relations dalam menjalin kerjasama dengan para tenant. Dalam hal ini, pelaku komunikasi public relations adalah tenant relations yang bekerja dan berfungsi menjembatani perusahaan dengan target sasaran mereka. Adapun bentuk komunikasi public relations yang diperankan oleh building management kepada para tenant adalah komunikasi internal, komunikasi eksternal, komunikasi formal, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal. Semuanya bermuara kepada

hubungan yang baik antara building management dengan para tenant agar dapat bersama-sama menciptakan kerjasama yang harmonis dan berkelanjutan.

Faktor-faktor tersebut juga meliputi adanya perbedaan dalam pemahaman antara building management dengan tenant mengenai ‘what atau apa, when atau kapan, dan how atau bagaimana suatu informasi dapat disampaikan. Hal ini juga tergantung pada media komunikasi yang digunakan dan waktu yang diperlukan untuk meresponsnya.

Tenant relations harus memastikan bahwa penyewa menerima bahwa ketidaknyamanan yang disebabkan oleh kesalahan informasi bersifat sementara, namun manfaat yang diperoleh setelah bencana bersifat jangka panjang.

Tenant Relations Department segera merespon keluhan dari tenant dengan langsung menghubungi Divisi Tenant dan berkoordinasi dengan departemen lainnya. Besarnya keluhan dan konflik serta cara penyelesaiannya mempengaruhi kualitas hubungan. (Anderson & Narus, dalam Rasila, 2010).

Berdasarkan dengan penjelasan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana komunikasi public relations antar tenant relations PT. Wiratara Prima di Menara Prima dengan Tenant pada masa pandemic Covid – 19?”

Kerangka Teoritis

Kajian ini menggunakan teori Strategi Komunikasi Public Relation. Tujuan utama Public Relations adalah membangun dan memelihara reputasi positif suatu perusahaan, merek, produk atau layanan, serta membangun dan memelihara hubungan strategis dengan masyarakat, mitra, calon pelanggan, investor, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya.

Public Relations juga dapat digunakan untuk menyederhanakan pengambilan dalam pengambilan keputusan di berbagai tingkat organisasi (Keller, 2008). Grinsworld (Wilcox & Warent, 2006) memberikan gambaran yaitu fungsi public relations sebagai fungsi manajemen yang dapat mengevaluasi sikap publik, menentukan kebijakan dan prosedur individu atau perusahaan kepada publiknya, menyiapkan rencana dan menjalankan program. Program komunikasi untuk mendapatkan sebuah pemahaman dan juga penerimaan publik terhadap.

Sementara itu, Marston (Wilcox & Warent, 2006) berpendapat bahwa humas adalah seni membuat perusahaan Anda dihargai dan dihormati oleh karyawan, konsumen, dan distributornya. Secara tidak langsung, citra sendiri merupakan tujuan atau garis akhir dari suatu kegiatan dalam agenda humas (Rosady, 2007).

Fungsi Public Relation menurut Rosady (Rosady,2007) antara lain: menunjang kegiatan manajemen atau perusahaan Dalam mencapai tujuan organisasi, mengkomunikasikan informasi perusahaan kepada masyarakat, menjalin komunikasi dua arah yang baik dengan mengarahkan opini publik kepada dunia usaha, melayani masyarakat, memberikan nasihat kepada pemimpin kelompok kepentingan publik, dan berkomunikasi dengan organisasi.

Mendorong hubungan yang harmonis dalam masyarakat. Kemampuan lembaga dan organisasi, baik internal maupun eksternal, untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum, mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat, dan berupaya mengintegrasikan sikap dan perilaku masyarakat sejalan dengan sikap dan perilaku masyarakat ataupun sebaliknya.

Ada empat fungsi yang harus dikuasai dari seorang public relation (Rosady, 2007) yaitu sebagai berikut:

- a. *Communicator*, dimana peran public relations adalah sebagai juru bicara dari suatu organisasi atau perusahaan yang secara intensif berkomunikasi dengan masyarakat melalui media ataupun dapat berbicara langsung.
- b. *Relationship*, dimana merupakan kemampuan public relations dalam membangun hubungan yang positif bukan hanya dengan masyarakat luar atau external, tetapi juga dengan internal atau antar divisi didalam suatu perusahaan.
- c. *Backup Management*, mendukung dan menunjang kegiatan management antar divisi perusahaan seperti bagian marketing, keuangan, personalia dan Teknik agar terciptanya tujuan Bersama dan berjalan selaras.
- d. *Good Image Maker*, menciptakan citra positif di perusahaan dan menjaga reputasi untuk perusahaan baik internal maupun eksternal.

Cultip, Center, dan Broom (rosady,2007) menyatakan bahwa terdapat empat langkah dalam strategi Public Relations yang juga merupakan proses dalam melaksanakan strategi demi tercapainya tujuan yang sesuai atau diharapkan. Adapun empat langkah tersebut ialah:

- a. *Defining the Problem*, Sebagai seorang public relations. Mereka diharapkan dapat memantau informasi, pendapat, sikap, dan tindakan yang ada mengenai permasalahan yang ada dan mengetahui apa yang sedang terjadi di dalam perusahaan.
- b. *Planning and Programming*, Informasi yang diperoleh public relations pada tahap pertama membantu mereka dalam memutuskan langkah dan strategi apa yang tepat untuk pengambilan keputusan, mempertimbangkan situasi berdasarkan apa yang terjadi, dan kemudian memutuskan apa yang ingin mereka lakukan atau katakana.
- c. *Taking Action and Communicating*, dalam tahapan ini, public relations mengimplementasikan tindakan, komunikasi dan strategi komunikasi yang telah dirancang atau direncanakan. Ditahap ini harus ditentukan siapa yang akan menyampaikan dan mengkomunikasikan program yang telah dibuat kepada publik.
- d. *Evaluating the Programs*, dalam proses ini melibatkan penilaian terhadap implementasi dan hasil atas program yang telah mereka dilakukan. Hal ini dapat dinilai dari tanggapan bagaimana program ini dibuat untuk kemudian, hasil evaluasi tersebut menjadi tahap awal untuk melaksanakan program selanjutnya, agar menjadi lebih baik,

Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek (Keller, 2008). Menurut Soemirat dan Ardianto (2010), citra adalah kesan, emosi, dan citra diri suatu perusahaan di mata masyarakat. Kesan ini sengaja diciptakan oleh suatu benda, orang, atau organisasi. Katz (Rosady, 2007) menyatakan bahwa citra adalah cara orang lain memandang suatu perusahaan, produk, jasa, orang, atau aktivitas (Soemirat & Ardianto, 2010).

Citra merupakan tujuan utama untuk mencapai reputasi dan hasil yang dicapai melalui humas, bersifat abstrak dan tidak dapat diukur, namun wujudnya dirasakan berdasarkan hasil penilaian baik buruknya masyarakat (Moore, 2004). Namun gambar tidak muncul begitu saja; mereka memerlukan proses dalam pembentukannya.

Landasan citra bersumber dari nilai-nilai keyakinan yang dianut oleh individu dan merupakan suatu visi atau persepsi. Akumulasi dan kepercayaan individu tersebut cepat atau lambat akan mengalami proses yang bertujuan untuk membentuk opini publik yang lebih luas, yang sering disebut image. (Rosady, 2007).

Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan layanannya, tetapi juga pada citranya. Citra suatu perusahaan lahir dari pengalaman orang-orang yang berinteraksi dan bekerja dengan perusahaan tersebut.

Goonroos (Firsan, 2011) menjelaskan empat peran citra yaitu:

- a. Citra yang positif memudahkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan publiknya.
- b. Citra sebagai penyaring yang mempengaruhi pandangan mengenai kegiatan perusahaan.
- c. Citra adalah gambaran dari pengalaman dan persepsi pelanggan.
- d. Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen perusahaan.

Metode Penelitian

Menurut Bogdan dan Taylor (1975, p.5) (dalam Moleong 2016, p.4), penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian mendeskripsikan yang menghasilkan data dan bahan penjabar dalam bentuk kata-kata. Metode sebagai sebuah proses dari ekspresi manusia dan perilaku yang dapat diamati. Pengertian penelitian kualitatif menurut Moleong (2016, p.6) adalah: “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena seperti perilaku, kognisi, motivasi, tingkah laku, dan lain-lain, seperti yang dialami subjek penelitian dengan cara mendeskripsikannya melalui kata-kata dan bahasa, dengan menggunakan metode secara keseluruhan.”

Alasan penulis memilih metode kualitatif didukung dengan adanya minat penulis terhadap subjek penelitian, yaitu peran tenant relation Menara Prima dengan tenant dalam menerapkan strategi komunikasi pada masa pandemic Covid – 19 dari menentukan masalah yang sedang terjadi hingga evaluasi program yang sudah berjalan.

Fokusnya adalah untuk penerapan strategi public relations yang dilakukan oleh tenant relations di Menara Prima untuk mempertahankan citra yang dibangun selama ini sebelum masa pandemi, hingga adanya pandemic covid – 19 ini.

Dalam penelitian ini dilakukan di bulan September 2022 – Februari 2023 yang dilakukan di Menara Prima. Dalam penulisan ini, yang menjadi subjek penelitian adalah Tenant Relations Menara Prima dan Tenant di Menara Prima.

Hasil dan Pembahasan

A. Fase Formative Research

1. Situation Analysis (Analisis Situasi)

Berdasarkan analisa yang sudah dilakukan oleh penulis, pentingnya peran public relations terhadap citra yang sudah dibangun selama ini. Berdasarkan hasil analisis posisi kompetitif dan analisis SWOT, dimungkinkan untuk menyusun peta strategi yang menggambarkan hubungan sebab akibat untuk berbagai tujuan strategis dari empat perspektif, yaitu perspektif pihak-pihak terkait, perspektif proses bisnis, perspektif pembelajaran dan pengembangan dan prospek keuangan. Peta strategi yang disusun diadaptasi dari metode Balanced Scorecard.

Mengedepankan empat fungsi yang dituntut dari seorang public relations dalam hal ini tenant relations diharapkan dapat membantu proses komunikasi dari hulu ke hilir demi tercapainya komunikasi yang baik antar tenant dan building management.

Oleh karena itu, seluruh manajemen puncak suatu organisasi harus menyadari bahwa kompetensi inti organisasi dapat menurun karena perubahan persyaratan lingkungan eksternal atau penurunan kemampuan internal.

Tuntutan lingkungan eksternal diwujudkan dengan peningkatan mutu pelayanan, dan harga sewa gedung perkantoran yang kompetitif, dan komunikasi yang unggul, serta cenderung mengalami perubahan yang lebih wajar dari waktu ke waktu.

Jenis strategi yang dilakukan oleh tenant relations PT. Wiratara Prima yaitu strategi edukatif- informatif. Tenant Relations yang memberikan berita dan informasi kepada masyarakat berdasarkan fakta dan opini yang ada di dalam dan di luar perusahaan. Sementara itu, Tenant Relations menerapkan strategi berikut untuk mengatasi perbedaan opini publik:

- a. Apabila publik yang dihadapi proponent (aktif-pro), maka strategi yang dilakukan adalah publik dikukuhkan. Penempatan hubungan penyewa di sini bertujuan untuk mempererat hubungan tersebut melalui berbagai kegiatan. Adanya hubungan ini menjamin keamanan mengenai proses pertukaran informasi antara perusahaan dan penyewa.
- b. Jika tenant relation dihadapkan pada lawan (agresif contrarian), strategi yang dipilih berubah. Hal ini berarti pemangku kepentingan penyewa tidak akan lagi mengabaikan keluhan dan tuntutan balik dari masyarakat, namun akan fokus pada langkah-langkah strategis selanjutnya dan lebih proaktif dalam upaya mengatasi keluhan tersebut.
- c. Ketika masyarakat tidak aktif (pasif), strategi hubungan penyewa mengkrystal. Artinya opini publik berkembang di tenant dan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada tenant tentang pentingnya dan nilai perusahaan. Hal ini dilakukan untuk membangun tali silaturahmi antar tenant dan menciptakan itikad baik, dan menciptakan good will.

2. Organizations Analysis (Analisis Organisasi)

PT. Wiratara Prima Analisis organisasi Anda menggunakan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Analisis masalah ini dibagi menjadi dua bidang. Salah satunya adalah Kekuatan dan Kelemahan berdasarkan pendekatan internal, dan penggunaan eksternal menggunakan analisis peluang dan ancaman serta pendekatan kesadaran masyarakat.

Analisis ini sesuai dengan uraian Smith (2013, pp.44-48) mengenai kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dan hampir sama dengan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

Analisis ini dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu lingkungan internal (internal), persepsi masyarakat (public perception), dan lingkungan eksternal (eksternal).

Tabel 1
SWOT

No	Strength	Weakness	Opportunities	Threats
----	----------	----------	---------------	---------

Strategi Public Relations Antar Tenant Relations PT. Wiratara Prima Dengan Tenant di Gedung Menara Prima Pada Masa Pandemi Covid – 19

1	Termasuk gedung perkantoran pertama di daerah lingkaran Mega Kuningan	Tidak memiliki media sosial untuk menaruh informasi seputar gedung	Banyak tenant yang merasa bahwa keluhannya sangat cepat ditanggapi	Sosial media
2	Pengelola gedung dengan Kawasan Mega Kuningan sangat erat terjalin	Media sosial hanya dipakai untuk internal dari PT. Wiratara Prima atau khusus untuk karyawan saja	Hubungan antar tenant relations dan tenang berjalan dengan baik	Teknologi di era globalisasi yang tidak digunakan dengan baik
3	Menara Prima serta aktif dalam menyuarakan dan ikut andil dalam berbagai kegiatan yang dilakukan antar gedung perkantoran di Kawasan Mega Kuningan	Selama masa pandemic pada akhirnya, banyak yang datang langsung ke building management		Adanya pandemic yang membuat komunikasi menjadi terhambat
4	Dikarenakan termasuk gedung pertama, tenant yang ada lumayan banyak			
5	Mengadakan pertemuan dengan tenant untuk menjalin komunikasi antar building management dan tenant			
6	Menara Prima sudah dikenal gedung yang aktif dalam berbagai kegiatan di daerah Mega Kuningan			
7	Memiliki 3 gedung dibawah naungan PT. Wiratara Prima (Menara Prima, Menara Sunlife dan Menara Pertiwi)			

3. Public Analysis (Analisa Publik)

Publik internal PT. Wiratara Prima yang dilibatkan adalah Direktur dan karyawan. Sedangkan untuk publik, sasaran PT. Wiratara Prima adalah para tenant di Menara Prima.

PT. Wiratara Prima juga berupaya mengidentifikasi masyarakat dengan meneliti secara menyeluruh kebutuhan, karakteristik, dan latar belakang penyewa. Hal ini sesuai dengan pernyataan Smith (2013, p.57) bahwa bahwa “First, the planner needs to address the right group of people, so as not to squander organizationa; resources or miss opportunities to interact with important publics”. Mereka kehilangan sumber daya dan kehilangan interaksi publik yang penting.

4. Fase Strategy

a. Establishing Goals & Object (Menetapkan Target dan Sasaran)

Tujuan PT. Wiratara Prima menetapkan visinya adalah menjadi gedung yang nyaman untuk dihuni oleh para tenant yang menyewa gedung perkantornya. Hal ini sesuai dengan tujuan yang dikemukakan oleh Smith (2013, p. 95). “Goal is a global indication of how an issue should be resolved”

Tindakan yang spesifik dilakukan oleh PT. Wiratara Prima untuk menerapkan komunikasi public relations yang baik adalah:

- 1) Melakukan evaluasi internal tentang keluhan tenant
- 2) Melakukan pendekatan dengan tenant dan mendengar segala keluhan

b. Formulating Action and Response Strategy (Formula Aksi dan Respon Strategi)

Formulasi tindakan dari PT. Wiratara Prima dalam melakukan strategi public relations berdasarkan hasil wawancara dengan tenant dan tenant relation di Menara Prima yang berfokus pada kualitas dan pelayanan pada saat sebelum pandemi Covid – 19 dan sesudah pandemi Covid – 19.

c. Developing Message Strategy (Mendirikan Strategi Pesan)

Pesan yang digunakan oleh PT. Wiratara Prima dalam menerapkan strategi komunikasi dimulai dari internal lalu diterapkan ke eksternal. Internal yang dimaksud dalam hal ini adalah dari pihak building management Menara Prima, kemudian diterapkan kepada eksternal yaitu tenant, melalui verbal dan nonverbal.

5. Fase Evaluation Research (Mengevaluasi Rencana Strategi)

Dalam penelitian kesimpulan tersebut, PT. Wiratara Prima melakukan beberapa evaluasi terhadap setiap keluhan dan masukan yang diberikan dari pihak tenant. Evaluasi yang dilakukan biasanya didapatkan dari tenant yang disampaikan secara lisan maupun tulisan (chat WA). Dalam evaluasi pengetahuan (awareness). PT. Wiratara Prima melakukan pengamatan terhadap tenant yang pada akhirnya sudah mulai terbiasa dengan cara komunikasi yang baru agar tetap terjaga hubungan yang harmonis antar tenant dan building management ditengah perubahan komunikasi akibat adanya covid – 19.

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi public relations yang dilakukan oleh tenant relations PT. Wiratara Prima dengan tenant pada masa pandemic covid – 19 dengan mewawancarai beberapa tenant dan tenant relations di Menara Prima serta menganalisis beberapa hasil temuan yang dikaitkan dengan teori yang ada.

Strategi public relations untuk membangun opini publik yang positif untuk meningkatkan citra PT. Wiratara Prima. Analisis opini publik internal dari PT. Wiratara Prima terhadap fungsi dan tugas tenant relations menunjukkan bahwa para penyewa memang mempunyai pandangan dan opini yang baik. PT. Wiratara Prima telah berhasil menjalankan fungsi dan tugasnya untuk meningkatkan citra positif PT. Wiratara Prima. Selama periode ini, dapat kita simpulkan bahwa tenant relations PT. Wiratara Prima telah berupaya untuk berhasil menjalankan fungsi dan tugasnya guna mencapai tujuan. PT. Wiratara Prima bertujuan untuk mewujudkan visi dan misi serta meningkatkan citra positif pengelolaan gedung.

Jenis strategi yang diterapkan oleh public relations dari building management PT. Wiratara Prima adalah strategi edukatif – informatif. Hal ini terlihat dari aktivitas public relations dan komunikasi yang dibangun oleh tenant relations dari PT. Wiratara Prima yang cukup baik dalam menyampaikan berita dan informasi kepada tenant yang dikomunikasi oleh tenant relations Menara Prima dikomunikasikan secara internal dan eksternal.

Keterkaitan antar strategi tenant relations dengan publik menunjukkan bahwa strategi tenant relations mempunyai hubungan positif dengan opini publik, dan tenant relations seperti halnya strategi dalam penyebaran informasi berhasil membangun citra positif di mata publik. Salah satu cara untuk memahami citra publik suatu organisasi adalah dengan menguji evaluasi dan pengetahuan responden terhadap kinerja organisasi dan strategi tenant relations. Karena tingkat keberhasilan organisasi sama dengan keberhasilan tenant relations dalam membangun organisasi yang positif. Di mata masyarakat baik di dalam maupun di luar perusahaan. Citra erat kaitannya dengan reputasi dan opini masyarakat terhadap segala bentuk produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi, dalam hal ini building management PT. Wiratara Prima.

Analisis terhadap komunikasi public relations pada building management PT. Wiratara Prima di Menara Prima dalam mempertahankan citranya terdapat banyak unsur yang dapat digali lebih dalam. Saran akademis yang dapat penulis berikan yaitu apabila ada peneliti lain yang ingin meneliti dengan topik yang sama dengan yang penulis teliti, penulis selanjutnya dapat menggunakan pendekatan yang berbeda.

Berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan terhadap strategi komunikasi yang dilakukan, dalam mempertahankan citra yang baik dalam komunikasi anatar tenant relation dan tenant, saran praktis yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangannya jalur komunikasi dengan menggunakan media sosial, dikarenakan sekarang banyak orang yang lebih suka membaca dan mencari informasi dari internet dan media sosial.

Building management juga tetap harus bisa berperan aktif dalam melakukan pendekatan terhadap tenant dengan membuat undangan seperti open house, agar dapat terjalin Kembali kedekatan antar tenant, terlebih dikarenakan adanya covid – 19 yang membuat pada saat itu kurangnya komunikasi yang baik antar tenant dan building management.

BIBLIOGRAFI

- Ardianto, E. (2014). *Metodolgi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, H. M. B. (2015). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Dillard, J. dan Pfau, M. (2002). *The Persuasion Handbook Developments in Theory and Practice*. United States: Sage Publications
- Firsan, Nova. 2011. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grafindo Persada
- Moleong, L. J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moore, H. Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif*. Jakarta: Referensi
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rosady, Ruslan. 2007. *Seri Manajemen Public Relations I*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Soemirat, Soleh & Ardianto. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Pustaka Setia Tim SIMKeu Kemendikbud (2003) UU SISDIKNAS RI no 20 tahun 2003 diperoleh dari <http://simkeu.kemdikbud.go.id/index.php/peraturan/1/8-uu-undang-undang/12-uu-no-20-tahun-2003-tentang-sistem-pendidikan-nasional>
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Wilcox, R. Phillip. & Agee, L. Warent. 2006. *Public Relations Strategi dan Taktik*. Bandung: Alfabeta Yin, Robert K. 2006. *Study Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Grafindo Persada

Copyright holder:

Verdya Maria Josefina, Don Bosco Doho (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

Strategi Public Relations Antar Tenant Relations PT. Wiratara Prima Dengan Tenant di Gedung Menara Prima Pada Masa Pandemi Covid – 19

