DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro, *Public Relations : Pendekatan Praktis untuk menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal*, Simbiosa Rekatama Media, Bandung, 2008.

Busyairi, Mufid A., *Negosiasi untuk Mencapai Kesepakatan*, Jakarta, 1997.

Cangara,Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi Revisi, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2009.

Cutlip, M Scott, Allen H Centre, Glen M Broom, *Effective Public Relations*, Edisi ke-9, Terjemahan Oleh Tri Wibowo.2007, Prenada Media Group, Jakarta, 2006.

Devito, J.A., *Komunikasi Antar Manusia*, Edisi ke-5, Terjemahan oleh Agus Maulana, Professional Books, Jakarta, 1997.

Effendy, Onong U., *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Prenada Media Group, Jakarta, 2006.

Kusumastuti, Yatri Indah, *Komunikasi Bisnis*, IPB Press, Bogor, 2009.

Lionberger, H.F. & P.H. Gwin, *Communication Strategies: A Guide for Agriculture Change Agents*, University of Columbia, 1982.

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007.

Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Edisi ke-6, Rosdakarya, Bandung, 2004.

_____,*Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rosdakarya, Bandung, 2004.

Partao, Zainal Abidin, *Teknik Lobi dan Diplomasi untuk Insan Public Relations*, Indeks, Jakarta, 2007.

Priyatna, Soeganda & Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Bisnis*, Widya Padjajaran, Bandung, 2009.

3. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan di lapangan, pendekatan humanistik dan pragmatis sudah dilakukan dengan baik oleh staff PR namun kurang maksimal. Sehingga terkadang ada kasus yang tidak bisa diselesaikan oleh staff PR di tempat sehingga masih perlu *follow up.* Penulis menyarankan sebaiknya dilakukan evaluasi mingguan sehingga masing- masing staff PR dapat menyampaikan kesulitannya dalam menghadapi customer dan dicari solusi terbaik bersama- sama.

Sebagai masukan positif dari penulis, berikut saran untuk meningkatkan pelaksanaan komunikasi antar pribadi yang dilakukan staff PR untuk membina hubungan baik dengan customer:

1. Untuk staff PR yang terjun langsung dalam menjalankan strategi komunikasi antar pribadi mewakili perusahaan. Sebaiknya harus lebih terbuka lagi dalam menyampaikan informasi yang benar kepada customer, harus dapat menerima pendapat berbeda dari customer sehingga tidak terjadi perselisihan pendapat, dan dapat menerapkan seluruh aspek yang terdapat dalam pendekatan humanistik dan pragmatis, sehingga dapat tercipta hubungan yang baik dan harmonis antara perusahaan dan customer.
2. Dalam melakukan lobi, pasti banyak kendala yang dihadapi. Staff PR harus lebih mendalami dan menguasai cara- cara mengangani penolakkan dan mengubah penolakkan itu menjadi sebuah kesepakatan. Caranya adalah dengan menjadi pendengar yang baik bagi customer, mengerti dengan jelas dan benar pesan yang diterima kemudian kembangkan menjadi solusi yang memuaskan serta harus tahu kapan waktu yang tepat untuk menghentikan pembicaraan yaitu saat customer antusias sebaiknya langsung lakukan tahap *closing.* Staff PR harus lebih menguasai strategi lobi dan hindari *miss communication*. Maka dari itu, staff PR harus fokus dalam menangani penolakkan dari customer.

menjadi pendengar yang baik, namun terkadang jika emosional muncul, mereka kurang dapat mengontrol diri. Dan terkadang kurang dapat mengerti pesan yang diterima dan menimbulkan *miss communication.* Namun hal ini masih dapat ditangani dan diselesaikan dengan baik.

Kendala yang dihadapi PT. United Supplies Agency dalam melakukan strategi lobi lebih sering dalam hal kesulitan dalam menarik perhatian customer agar fokus dengan apa yang disampaikan dan kemampuan memahami substansi yang disampaikan customer. Cara mengatasinya dengan lebih mempersiapkan diri dan menguasai materi sehingga dapat menjawab penolakkan dengan maksimal, melakukan *ice* breaking supaya suasana lebih baik dan customer dapat fokus, serta melakukan *follow up* kembali jika tidak dapat menjawab apa yang menjadi permasalahan customer.

5.2 Saran

Secara garis besar, staff PR PT. United Supplies Agency sudah melakukan prosedur secara baik menurut standar yang ditetapkan perusahaan. Strategi komunikasi yang dilaksanakan sejauh ini dapat terus membina hubungan baik dengan customer. Dalam pelaksanaan strategi tersebut, hendaknya staff PR tidak kaku pada peraturan yang berlaku namun memiliki keluwesan dalam menangani keluhan pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik dan meningkatkan kemampuannya.

customer) dan tetap positif pada penolakkan customer, walau sebenarnya sulit diterima. Selain itu memberikan solusi yang saling menguntungkan juga merupakan strategi untuk menyatukan pendapat sehingga menemukan suatu cara yang tepat untuk membina hubungan dengan customer.

Dalam melakukan strategi komunikasi antar pribadi, staff PR lebih banyak menggunakan pendekatan humanistik yaitu **keterbukaan** dalam memberikan informasi, **berempati** atau dapat memposisikan dirinya dan ikut merasakan apa yang dirasakan orang lain, berperilaku **suportif** dalam menangani keluhan dari customer dan tidak bersikap *defensif*, mempunyai **perilaku positif** terhadap customer dengan tidak menuduh tindakan orang lain, dan mengetahui **kesamaan** dengan customer melalui percakapan misalnya kesamaan di bidang pengalaman, hobby, ataupun menyamakan kesukaan dengan customer. Pendekatan pragmatis juga dilakukan namun staff PR lebih cenderung pada pendekatan humanistik.

Sedangkan strategi lobi yang staff PR lakukan sudah baik. Ini terlihat dari kemampuan mereka yang dapat mempengaruhi customer tanpa adanya unsur paksaan, menguasai apa yang disampaikan dengan baik, mampu menjaga hubungan baik dan suasana menyenangkan saat menghadapi customer, mencaritahu apa yang disukai dan diminati oleh customer, mengetahui kapan waktu tepat untuk menghentikan pembicaraaan. Namun terkadang staff PR masih melibatkan emosional dalam menghadapi customer, karena dapat menyebabkan kegagalan. Seperti contoh jika customer sibuk dengan *handphone* nya, staff PR belum dapat sepenuhnya untuk mengalihkan mereka dan merebut perhatian customer dan mengakibatkan sulit memulai komunikasi. Staff PR sudah dapat

untuk membina hubungan dengan customer yang berbeda- beda latar belakang dan sifatnya serta untuk mengetahui apa saja kendala yang muncul dalam menjalankan strategi dan cara mengatasinya.

Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan untuk membina hubungan baik dengan customer, staff PR menggunakan komunikasi antar pribadi, hubungan dua arah yang menggunakan media komunikasi yaitu telepon dan email/fax untuk menghubungi customer. Dalam proses penyampaian pesan ke customer, staff PR berusaha untuk memberikan kesan positif dengan menekankan pada intonasi suara yang lembut, ramah dan menggunakan teknik komunikasi yang informatif dan persuasif. Dalam proses komunikasi dengan customer, staff PR dituntut mampu mendengarkan dengan seksama dan selalu berempati atas keluhan customer.

Sedangkan untuk mengetahui kendala yang muncul selama melaksanakan strategi tersebut serta penanganannya, kebanyakan datang dari sikap pelanggan yang kurang percaya pada kredibilitas perusahaan dan persepsi negatif. Seperti yang dijelaskan melalui contoh kasus, apabila staff PR menghadapi customer yang punya pengalaman buruk dengan perusahaan serupa sebelumnya, staff PR harus dapat memahami customer dan memberikan solusi terbaik untuk customer melalui berbagai produk atau jasa yang bisa perusahaan tawarkan agar customer merasa puas.

Menyamakan persepsi atas pesan yang ingin disampaikan agar timbul kesamaan kepentingan bagi semua pihak (staff PR mewakili perusahaan dan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, penulis telah merumuskan fokus penelitian "Bagaimana Strategi Komunikasi Antar Pribadi yang dilakukan PT. United Supplies Agency dalam Membina Hubungan Baik dengan Customer?". Objek penelitian dalam kasus ini adalah kegiatan membina hubungan baik yang melibatkan staff PR PT. United Supplies Agency dengan customer. Untuk membantu penulis menjawab fokus penelitian di atas, penulis menggunakan metode studi kasus untuk mengupas lebih jauh unsur bagaimana dan mengapa dalam strategi komunikasi antar pribadi dalam membina hubungan baik dengan customer. Penulis melakukan wawancara mendalam dan observasi di lapangan untuk memperoleh hasil penelitian mengenai strategi tersebut. Selain itu penulis juga melakukan komparasi terhadap kesesuaian antara teori yang relevan dengan yang terjadi di lapangan.

Strategi yang ditempuh untuk mencapai tujuan komunikasi antar pribadi perusahaan dengan customer berbeda- beda disesuaikan dengan tipe customer yang berbeda- beda pula. Hal ini yang mendasari penulis dalam menetapkan tujuan dari penelitian ini,yaitu untuk mengetahui proses komunikasi antar pribadi dalam membina hubungan baik, untuk mengetahui strategi apa yang paling ampuh

mudah dipahami oleh customer. Maka dari itu, karyawan senior harus memberikan pengarahan dan pembekalan pada karyawan baru, membagikan pengalamannya dan cara mengatasi kendala yang muncul.

mau mendengarkan customer dan mampu memberikan solusi yang terbaik. Jika customer kurang yakin, kita dapat memberikan bukti-bukti dan dokumen dari perusahaan dan harus percaya diri dalam menghadapi customer. Dan melobi harus di saat yang tepat, sebaiknya tanyakan terlebih dahulu kapan waktu senggang untuk bertemu dan biarkan customer yang menentukan tempatnya.

Kendala yang dijelaskan manager PR lebih mengarah pada penolakan customer yang beragam. Sedangkan kendala yang disampaikan staff PR lebih pada pemilihan waktu dan tempat serta perbedaan karakter yang terkadang menimbulkan permasalahan jika tidak segera ditangani.

Dari kendala di atas, manager PR memberikan solusi dengan menguasai materi dengan baik sehingga penolakan- penolakan tersebut dapat dengan mudah dijawab. Sedangkan staff PR mengatasi kendala dengan belajar lebih berempati dan bersikap yakin, serta memilih waktu dan tempat yang sesuai dengan jangkauan dan selera customer.

Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengertian membina hubungan baik dengan pelanggan: jalinan komunikasi yang dibangun satu sama lain saling menghargai, saling mempercayai dan saling menguntungkan untuk mempertahankan citra perusahaan dapat terjalin erat selalu membutuhkan komunikasi yang baik sehingga dapat menciptakan rasa percaya dan saling pengertian antara karyawan dan customer. Karyawan yang lebih senior biasanya sudah memiliki pengalaman kerja lebih banyak dan lebih lama dalam menangani customer sehingga mampu menyampaikan pesan dengan lebih baik dan lebih