

STRATEGI KOMUNIKASI SRI JUWANA MAKMUR DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF DI MASA PANDEMI COVID-19

¹Nur Alfi Laila, ²Euis Heryati

Universitas Esa Unggul, Jakarta

Jalan Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510

nuralfilaila08@student.esaunggul.ac.id euis.heryati@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Due to restrictions on community activities to prevent the spread of the covid-19 virus, it can cause several sectors to experience a decline, especially the economic sector, this has an impact on one of the MSMEs, namely Sri Juwana Makmur which is engaged in processed catfish. In an effort to form a positive image in the eyes of the public, Sri Juwana Makmur carried out various strategies for the introduction of marketed products. This study was intended to determine Sri Juwana Makmur's communication strategy in forming a positive image during the COVID-19 pandemic. The theory used in this study is the theory of SOR (stimulus organism response). By using a qualitative descriptive method with research results showing that the communication strategy carried out by Sri Juwana Makmur during the covid-19 pandemic went quite well and got a positive response in the eyes of the community. The community's attitude towards the Sri Juwana Makmur strategy that has been carried out has made the public know about the existence of Sri Juwana Makmur UMKM with quality processed products without using msg and at an affordable price, with a positive response given by the community so that Sri Juwana Makmur's processed products are quite popular. among the community.

Keywords: UMKM, communication strategy, image

ABSTRAK

Pembatasan aktivitas masyarakat guna mencegah penyebaran virus covid-19 dapat menyebabkan beberapa UMKM dalam bidang pengolahan makanan olahan mengalami penurunan pendapatan produksi, salah satunya yaitu Sri Juwana Makmur. Kegiatan pembatasan aktivitas tersebut berpengaruh pada minat pembeli yang menjadi terhambat. Sri Juwana Makmur dalam hal ini mengalami hal yang sama sehingga memerlukan upaya dalam pembentukan citra yang positif di mata masyarakat. Sri Juwana Makmur melakukan berbagai macam strategi untuk pengenalan produk yang dipasarkan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi komunikasi Sri Juwana Makmur dalam membentuk citra positif di masa pandemi covid-19. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori SOR (*stimulus organisme response*). Dengan menggunakan metode Deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sri Juwana Makmur pada masa pandemi covid-19 berjalan cukup baik seperti menampilkan kemasan produk yang lebih menarik, memperkenalkan kepada masyarakat terdekat, mendatangi warung-warung kecil, memberikan tester kepada masyarakat, mengadakan bazar, pemasaran secara online dan offline kegiatan tersebut mendapatkan respon yang positif di mata masyarakat. Sikap masyarakat terhadap strategi Sri Juwana Makmur yang telah dilakukan membuat masyarakat mengetahui tentang adanya UMKM Sri Juwana Makmur dengan produk olahan yang berkualitas dengan tidak menggunakan MSG dan dengan harga yang terjangkau, dengan respon positif yang diberikan oleh masyarakat, sehingga produk olahan Sri Juwana Makmur cukup banyak digemari dikalangan masyarakat.

Kata kunci : UMKM, strategi komunikasi, citra