Penggunaan Special Event dalam Mempertinggi Citra Perusahaan (Studi Kasus BASF Award dalam Mempertinggi Citra Perusahaan PT BASF Indonesia di Kalangan Industri Rekanan Musik Indonesia)

Laila Azra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284679&lokasi=lokal>

Abstrak

Public Relation yang merupakan presentasi positif suatu organisasi kepada keseluruhan publiknya, harus direncanakan dan dilaksanakan sebaik mungkin agar dapat menimbulkan itikad baik dan memelihara saling pengertian antara organisasi dengan publiknya, apalagi bila mengingat persaingan didunia usaha yang saat ini semakin ketat. Untuk itu public relation mempunyai berbagai sarana untuk mencapai tujuan tersebut, diantaranya dengan Special Event. Seperti yang telah dilakukan PT. BASF Indonesia 10 tahun terakhir ini dengan menyelenggarakan BASF Award. Karena itu BASF Award dipilih sebagai studi kasus dalam penelitian ini. BASF Award adalah special event yang berbentuk pemberian penghargaan yang diramu dengan pertunjukan seni musik. Tujuannya ideal ajang khusus ini agar insan musik Indonesia memperoleh wadah berkreasi, sehingga diharapkan motivasi dari para insan musik rekaman Indonesia semakin terpacu, baik kualitas dan kuantitasnya. Sementara itu penyelenggara BASF Award ini juga mempunyai tujuan intern, yaitu meningkatkan Citra perusahaan PT. BASF Indonesia. Dengan demikian apakah BASF Award berhasil mencapai tujuannya sebagai suatu special event, yaitu mempertinggi citra perusahaan di mata publiknya ? Untuk itu perlu dilakukan suatu evaluasi. Karena dengan melakukan evaluasi berhasil-tidaknya suatu kegiatan dapat diketahui, selain itu setiap kelebihan dapat ditonjolkan dan setiap kekurangan dapat dihilangkan. Hal ini amat berguna diketahui bagi PT.BASF Indonesia sebagai penyelenggara, dan tentunya organisasi-organisasi lainnya yang juga menyelenggarakan Special Event untuk tujuan meningkatkan citra perusahaan, karena sedikit banyak keberhasilan penyelenggaraan suatu ajang mencerminkan profesionalitas organisasi yang bersangkutan. Karena BASF Award diperuntukkan untuk kalangan industri musik rekaman Indonesia, maka sebagai responden dalam penelitian ini dipilih mereka-mereka yang berprofesi sebagai artis penyanyi maupun musisi, produser, pencipta lagu dan penata musik, karena trophy BASF Award diserahkan untuk mereka. Penelitian berjenis kuantitatif ini, menggunakan metode deskriptif. Tujuannya memperoleh gambaran luas mengenai image dari publik terhadap BASF Award, berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya. Setelah fakta-fakta diperoleh, BASF Award ternyata memperoleh penilaian yang cenderung positif. Penyebabnya adalah tujuan ideal dari BASF Award, yaitu merangsang motivasi insan musik Indonesia untuk berkarya secara kualitas dan kuantitas. Selain itu penerapan format Grammy Award, tercapainya kesan mewah dan kolosal, kemampuan tinggi para artis penampil, undangan yang terdiri dari orang-orang ternama, serta tempat pagelaran yang mewah, juga turut memberikan kontribusi yang tidak sedikit. Sayangnya BASF Award belum dianggap transparan dalam penjurian dan masih berlangsungnya budaya jam karet. Namun BASF Award tetap dapat dianggap menunjang citra perusahaan PT. BASF Indonesia, khususnya brand image produk tertentu perusahaan tersebut.