

Strategi komunikasi public relations dalam perusahaan direct selling/MLM (studi kasus: PT Amway Indonesia)

Elvira Prasiswati Rachbini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=93028&lokasi=lokal>

Abstrak

Sistem direct selling dan MLM telah sangat luas dikenal masyarakat sebagai suatu alternatif peluang usaha. Seiring dengan mmbuh subumya pergerakan sistem direct selling/MLM tersebut, sistem ini telah ikut disalahgunakan oleh pihak-pihak yang secara sengaja mencari keuntungan pribadi dengan cara yang tepat, melalui penggandaan dana masyarakat. Penyalahgunaan sistem berkedok usaha MLM tersebut sedikit banyak telah turut mempengaruhi citra peryusahaan yang secara mumi menggunakan sistem MLM di mata publik,. Disamping itu, cara-cara yang dilakukan oleh peserta MLM tanpa mengindahkan kode etik pun ikut memberikan pengaruh buruk terhadap citra perusahaan MLM, mengingat sistem pemasaran dan penjualan yang diterapkan adalah melalui kontak perkonal.

Untuk itu diperlukan sualu strategi komunikasi yang dapat memberikan gambaran dan informasi yang sejelas-jelasnya tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan usaha ini kepada publik, dengan cara pelaksanaan strategi komunikasi Public Relations. Dalam hal penelitian akan difokuskan pada studi kasus PT Amway Indonesia, Salah satu pemsahaan MLM, untuk nelihat pelaksanaan slrategi komunikasi Public Relacions suatu perusahaan MLM dalam meningkatkan citra dan menjembatani alur komunikasi dengan publiknya.

Metode penelitian yang digunakan berupa kajian deskriptif-kualitatif, yang benlsaha menggambarkan, memaparkan situasi dan kondisi, tetapi tidak mencari alau menjelaskan hubungan, juga bukan mengkaji hipotesis atau membuat prediksi. Pencarian data dilakukan memalui metode wawancara mendalam, pengamatan berperanserta dan studi dokumen serta data pendukung lainnya.

Kerangka pemikiran yang digunakan berhubungan dengan definisi dan lingkup kerja Pubic Relations (PR), Peran PR dalam perusahaan, PR dengan publiknya, peningkatan citra dan strategi komunikasi PR. Selain itu digunakan pula kerangka pemikiran tentang PR dalam perusahaan MLM, disamping pengertian tentang MLM itu sendiri.

Temuan yang dihasilkan dari penelitian berupa deskripsi strategi komunikasi PR yang dilaksanakan oleh PT Amway Indonesia dalam meningkatkan citra di mata publiknya, seperti pelaksanaan program Public Relations, Distributor Relacions, Media Relations, Governemenr Relations dan Community Relations.

Strategi Komunikasi Public Relations yang dUalankan oleh Amway secara umum tidak banyak berbeda dengan perusahaan yang bergerak dalam industri lainnya, namun dalam pelaksanaannya memiliki fokus yang berbeda terutama kepada distributor, karena para distributor sebagai pemilik usaha mandiri juga turut mempengaruhi citta Amway.

Selain itu terdapat beberapa hal yang khas seperti adanya kebijakan tentang penayangan iklan yang lebih fokus kepada iklan korporat, publikasi dan pelaksanaan program yang berintegrasi dengan program yang diselenggarakan oleh industri MLM di bawah bendera APLI. Dengan adanya fakta bahwa citra Amway tidak hanya dipengaruhi oleh perusahaan itu sendiri, tetapi juga dapat berasal dari lingkungan internalnya, maka Amway harus dapat mengembangkan suatu strategi komunikasi yang tidak hanya memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat, namun juga memberikan pemahaman yang mendalam kepada pihak-pihak yang perilakunya dapat mempengaruhi citra Amway, seperti distributor independen Amway.