

# PERAN COMMUNITY RELATIONS TERHADAP TERJALINNYA HUBUNGAN ANTARA ANGKRINGAN SRAWUNG DAN KOMUNITAS

Fiqri Syahrul M <sup>\*1</sup>

Nabila Iswara <sup>2</sup>

Marjam Desma Rahadhini <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Slamet Riyadi Surakarta

\*e-mail : [fiqrisyahrulm@gmail.com](mailto:fiqrisyahrulm@gmail.com) <sup>1</sup>, [nabilaiswara@gmail.com](mailto:nabilaiswara@gmail.com) <sup>2</sup>, [m\\_rahadhini@yahoo.com](mailto:m_rahadhini@yahoo.com) <sup>3</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana community relations berperan dalam menjalin hubungan antara Angkringan Srawung dengan komunitas di Boyolali. Dengan berkembangnya industri kuliner, khususnya angkringan semi kafe, Angkringan Srawung memosisikan diri sebagai ruang komunitas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan, seperti kemudahan akses informasi, keterbukaan, sikap positif, dan networking. Hasilnya menunjukkan bahwa Angkringan Srawung berhasil membangun hubungan yang saling menguntungkan (mutual benefit) dengan komunitas melalui kerjasama simetris dan asimetris, menjadikannya pusat kegiatan komunitas di Boyolali. Penelitian ini juga merekomendasikan eksplorasi lebih lanjut terkait kualitas relasi Angkringan Srawung dengan komunitas serta pelanggannya.

**Kata Kunci** : Community Relations, Café, Komunitas

## Abstrak

This research aims to explore how community relations plays a role in establishing relationships between Angkringan Srawung and communities in Boyolali. With the development of the culinary industry, especially semi-café angkringan, Angkringan Srawung positions itself as a community space. This research uses descriptive qualitative method to analyze the communication strategies applied, such as easy access to information, openness, positive attitude, and networking. The results show that Angkringan Srawung has successfully built a mutual benefit relationship with the community through symmetrical and asymmetrical cooperation, making it the center of community activities in Boyolali. This research also recommends further exploration of the quality of Angkringan Srawung's relationship with the community and its customers.

**Keyword** : Community Relations, Café, Komunitas

## PENDAHULUAN

Boyolali, sebuah kabupaten di Jawa Tengah yang terkenal dengan potensi pertaniannya, juga mulai berkembang sebagai destinasi kuliner. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di Boyolali adalah bisnis Angkringan dan juga kafe. Tren Angkringan semi kafe yang berkembang di daerah ini menunjukkan adanya pergeseran gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan anak muda dan profesional muda, yang menjadikan kafe sebagai tempat bersantai, bekerja, atau berkumpul bersama teman-teman.

Angkringan semi kafe di Boyolali tidak hanya menawarkan tempat yang nyaman dengan suasana yang khas, tetapi juga beragam sajian kopi lokal dan makanan ringan yang menggugah selera. Banyak tempat yang mengusung konsep kekinian dengan desain interior yang Instagrammable, menarik minat pengunjung untuk datang tidak hanya sekadar menikmati hidangan, tetapi juga untuk berfoto dan berbagi di media sosial.

Selain itu, letak Boyolali yang strategis di antara kota-kota besar seperti Solo dan Semarang, membuat perkembangan bisnis di daerah ini semakin menjanjikan. Dengan semakin banyaknya Angkringan dan kafe yang bermunculan, Boyolali kini menjadi tujuan baru bagi para pecinta kopi dan kuliner yang ingin menikmati suasana kafe yang berbeda dari hiruk-pikuk kota besar.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, umumnya pengusaha memfokuskan pada kegiatan yang bersifat promosi agar produk atau layanan yang ditawarkan dari

perusahaannya tersebut dapat dikenal dan menarik perhatian para konsumennya yang tentu menjadi target market mereka. Salah satu upaya yang bisa digunakan sebagai strategi persaingan di industri kuliner cafe juga biasanya menggunakan community relations. Ketika cafe mampu menjalin kedekatan melalui komunitas, maka bisa jadi cafe tersebut tidak perlu melakukan riset pasar hingga promosi gratis, semuanya akan berkembang melalui word of mouth. Community relations berkaitan dengan melibatkan sebuah komunitas untuk menggunakan ruang-ruang komunitas.

Dengan adanya hubungan baik yang terjalin antara organisasi dengan komunitas maka dapat mengubah sikap dan pengetahuan mereka, sehingga lambat laun akan timbul kepercayaan mereka terhadap usaha bisnis yang sedang dijalankan. Hal ini dibuktikan oleh tulisan pada MIX Marketing Communication Magazine edisi ke-10 bahwa komunitas memiliki kekuatan yang unggul dalam aspek loyalitas, sehingga komunitas juga berperan sebagai pihak yang menentukan citra suatu merek atau produk yang digunakan. Hal ini lah yang membuat pelaku komunikasi pemasaran memanfaatkan komunitas dalam kegiatan usahanya . (Winawati, 2014)

Menurut Kartajaya komunitas merupakan kelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, yang mana dalam sebuah komunitas terjalin hubungan pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan minat atau nilai-nilai. Salah satu Angkringan yang bertahan dan besar karena menjalin kedekatan dengan komunitas dan menyediakan wadah bagi komunitas untuk berkarya dan berkreasi dengan fasilitas lengkap secara gratis adalah Angkringan Srawung. Angkringan Srawung telah 5 tahun bertahan di tengah ketatnya persaingan industri kuliner di Kota Boyolali . Menurut Fajar selaku salah satu dari 4 owner, Angkringan Srawung lahir dan berkembang bersama beberapa komunitas. Diantaranya yaitu music live boyolali, trhifting boyolali, komunitas mobil boyolali, dan lain sebagainya. (M. Banu, 2023)

Angkringan Srawung merupakan salah satu Angkringan di Boyolali yang menjadi pilihan nongkrong anak muda di Boyolali. Angkringan Srawung menerapkan teori Service dan cleanness. Namun, yang menjadi salah satu faktor utama keberhasilan sekaligus keunikan Angkringan Srawung sampai saat ini adalah komunitas . Berkaitan dengan citra, Angkringan Srawung dikenal sebagai salah satu tempat berkumpulnya anak muda di kota Boyolali, hal lain yang membuat Angkringan Srawung dikenal adalah usaha Angkringan Srawung dalam mewadahi berbagai kegiatan komunitas di Kota Boyolali. Angkringan Srawung juga telah berhasil membangun relationship dalam menjalin community relations. Hal ini terbukti dari banyaknya kegiatan komunitas yang diadakan di Angkringan Srawung. Salah satu contohnya yaitu komunitas *Live Musik di Boyolali* yang telah bergabung dan selalu mengadakan kegiatan secara rutin di Angkringan Srawung dari sejak tahun 2019 sampai dengan saat ini. Itu salah satu bukti bahwa kegiatan komunikasi antara Angkringan Srawung dan komunitas telah berjalan dengan baik. Angkringan Srawung ingin dikenal sebagai ruang komunitas, dan pada implementasinya Angkringan Srawung ingin menjadi 'rumah' bagi para komunitas dan menawarkannya sebagai basecamp bagi para komunitas

Community relations merupakan bagian dari kegiatan public relations namun, digunakan oleh Angkringan Srawung sebagai salah satu kegiatan marketing communications. Hubungan baik Angkringan Srawung dengan komunitas selama ini dibina melalui aktivitas komunikasi oleh beberapa owner Angkringan Srawung. Dalam membangun good relationship dengan komunitas dibutuhkan kemampuan empati yang baik dari seseorang public relations dalam memahami aspirasi, kepentingan dan keinginan masyarakat. Faktor keberhasilan dalam menjalin relationship dengan komunitas yaitu karena adanya mutual understanding, yang di dalamnya ada rasa saling menghargai, memiliki dan berkelanjutan dalam memberikan manfaat bersama.

Berdasarkan uraian diatas peneliti bermaksud untuk meneliti "Bagaimana cara membangun relationship antara Angkringan Srawung dengan komunitas". Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui cara dalam membangun relationship antara Angkringan dan komunitas. (D. Rochmaniah, 2021)

## KAJIAN TEORI

### 1. Public Relations

Kegiatan public relations adalah kegiatan komunikasi. Tetapi berbeda dengan jenis kegiatan komunikasi lainnya, .kegiatan .komunikasi dalam. public relation mempunyai .ciri-ciri tertentu, ini karena fungsi. dan sifat organisasi daari lembaga .dimana public relations. berada dan berlangsung, sifat-sifat manusia yang terlibat, terutama publik yang menjadi sasaran, faktor-faktor eksternal yang memengaruhi dan sebagainya. yang bersifat khas. Ciri yang hakiki dari komunikasi public relations adalah bersifat timbal balik. . Dalam pengertian teoritis, public relations merupakan salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi usaha atau perusahaan yang di dalam melaksanakan fungsi manajemen untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Hooward Bobnham yang dikutip oleh Neni. Yulianita dalaam bukunya yang berjudul. Dasar-Dasar. Public Relations yang berbunyi "PR is the art. of. bringing about better. public understanding. which. breeds. greater .public confidence fo.r any. individual or organition." (PR. adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam. kepercayaan publik. terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan). Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan bahwa PR yaitu suatu keegiatan untuk. menanamkan dan memperoleh. pengertian, .goodwill, kepercayaan, penghargaan dari publik terhadap perusahaan khususnya dan masyarakat umum, sehingga. akan timbul opini publik. yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan lembaga tersebut. (V. Febrianti & F. Oktaviani, 2020)

### 2. community relations

Hubungan komunitas atau yang biasa disebut dengan Community Relations merupakan strategi yang harus dijalankan oleh organisasi, yakni berkaitan dengan bagaimana membina hubungan baik dengan masyarakat. Menurut Jerold Community Relations merupakan peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Mutual understanding merupakan kunci keberhasilan dari organisasi dalam membina hubungan dengan masyarakat sekitar. Yang mana terdapat rasa saling memiliki, menghargai, dan berkesinambungan untuk memberikan manfaat di dalamnya .

Menurut Cutlip dan Center, dalam melaksanakan hubungan yang baik dengan komunitas, diperlukan adanya suatu kesadaran bagi organisasi untuk dapat mengetahui apa yang menjadi dambaan komunitas bagi kesejahteraannya. Dalam hal ini, apa yang diharapkan suatu organisasi sebagai salah satu sumbangan untuk kesejahteraannya itu, dan bagaimana menilai kontribusi tersebut. (S. Muyasaroh, 2016)

### 3. teori relationship manajemen

Dalam praktik public relation, komunikasi ditujukan untuk menjaga hubungan. Teori relationship management fokus membahas proses manajemen relasi antara organisasi dengan publiknya baik internal maupun eksternal. keuntungan yang dapat dirasakan peserta komunikasi, organisasi, dan publik. Teori relationship management dikenal sebagai teori organization public relationship (OPR). OPR sendiri berangkat dari paradigma co-creational yang beranggapan bahwa komunikasi digunakan untuk menstimuli publik untuk bersama-sama menciptakan makna (co-creator meaning) dan menekankan membina relasi dengan semua publik. Menurut Ledingham kebersamaan dalam kesepahaman dan mencapai keuntungan antara organisai dan publik dapat menciptakan relasi jangka panjang, persepsi publik yang positif, dukungan publik, loyalitas terhadap produk atau jasa, keuntungan kompetitif dibanding kompetitor di pasar produk yang sama, meningkatkan produktifitas dan moralitas karyawan . (ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA, 2020)

### Pembinaan hubungan dalam public relations

Cara menjalin Hubungan dalam Organization-Public Relationship dalam membina suatu relationship dengan publik strategisnya, public relations memerlukan strategi pemeliharaan hubungan yang tepat. Menurut Grunig dan Huang strategi pembinaan tersebut dibagi ke dalam

dua jenis, yaitu strategi pembinaan hubungan yang simetris yaitu Access, Openess, Positivity, Networking, Assurance Of Legitimacy dan Sharing Task sedangkan cara asimetris yaitu Distributive dan Dual Concern

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai melalui prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, organisasi serta hubungan sosial dalam masyarakat

Bogdan dan Taylor dalam Penelitian Kualitatif mengatakan: "Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan atau perilaku orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif, penelitian dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari."

Penelitian kualitatif mempunyai sifat natural atau alami, apa adanya dan lebih menekankan pada kedalaman informasi sampai pada tingkat pemaknaan. Pada analisis kualitatif, tanda yang akan diteliti tidak dapat diukur secara matematis. Analisis ini seringkali terpusat kepada masalah yang berkaitan dengan arti atau arti tambahan dari istilah yang digunakan. Deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan, pusat atau ukuran sebaran, tujuan, dari penelitian. Deskriptif adalah untuk mengembangkan masalah-masalah dari suatu fenomena, yang dihubungkan dengan teori untuk memecahkan masalah itu secara rasional. (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Angkringan Srawung merupakan sebuah angkringan namun berkonsep modern dengan fasilitas ruang indoor dan outdoor yang ada di kota Boyolali yang merangkul sebuah komunitas di Kota Boyolali untuk berkembang dan melakukan kegiatan juga interaksi antara kedua belah pihak angkringan dan komunitas. Dalam membangun community relations antara Angkringan Srawung dengan Komunitas, Angkringan Srawung melakukan beberapa upaya untuk membangun dan mengelola hubungan jangka panjang antara Angkringan dengan komunitas.

Dalam membangun dan mengelola relationship, Angkringan Srawung melakukan berbagai cara. Cara-cara tersebut ditujukan untuk memberikan informasi, menjaga kedekatan juga meningkatkan kualitas hubungan dengan komunitas. Tujuan utama Angkringan Srawung menjalin relationship dengan komunitas adalah sesuai dengan visi misi Angkringan Srawung yang memiliki konsep cafe untuk anak muda, yang mana Angkringan Srawung percaya bahwa anak muda pasti berkomunitas. Menurut hasil wawancara dengan ke 4 owner Angkringan Srawung, tujuan lain Angkringan Srawung membangun relationship dengan komunitas yaitu sebagai strategi marketing Angkringan Srawung.

Hubungan yang terjalin antara Angkringan Srawung dengan para komunitas merupakan hubungan sebagai mitra, dimana Angkringan Srawung memiliki stage yang dapat dipakai oleh komunitas untuk mengadakan kegiatan seperti event dan acara lainnya. Di sisi lain para komunitas yang mengadakan kegiatan di Angkringan Srawung itu mendatangkan customer untuk Angkringan Srawung. Yang dimana peneliti menyimpulkan bahwa hubungan relationship antara Angkringan Srawung dengan komunitas merupakan hubungan yang menghasilkan mutual benefit bagi Angkringan Srawung dengan komunitas. (A. C. Sitopu & I. I. Wahyuni, 2021)

Dalam membangun relationship dengan para komunitas, Angkringan Srawung memberikan kemudahan akses informasi kepada komunitas. Access merupakan salah satu strategi dimana seorang public relations suatu organisasi menyediakan kemudahan akses bagi publik terhadap informasi menyangkut organisasi tersebut. Strategi access dapat dikatakan sebagai usaha mempermudah menjalin kontak. Kemudahan akses untuk informasi mengenai

Angkringan Srawung bisa didapatkan secara tatap muka langsung, kemudahan akses informasi lainnya yang diberikan Angkringan Srawung dengan mencantumkan contact person di social media instagram milik Angkringan Srawung. Mengingat sekarang teknologi semakin canggih dan mempermudah cara mengakses informasi yang diberikan secara bertemu, telepon, whatsapp dan platform social media lainnya miliki Angkringan Srawung untuk memberikan informasi seperti informasi mengenai jadwal kegiatan komunitas, fasilitas mengenai kebijakan Angkringan untuk para komunitas dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh komunitas. Peneliti menyimpulkan bahwa informasi sangat diperlukan dalam membina hubungan antara Angkringan Srawung dan komunitas. Karena informasi merupakan faktor penting bagi keberlangsungan hubungan Angkringan Srawung dengan komunitas. Akses informasi merupakan jalan penghubung sumber informasi sehingga kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat bisa terpenuhi

Selain memberikan kemudahan akses informasi, Angkringan Srawung memberikan kemudahan akses fasilitas bagi para komunitas di kota Boyolali untuk melakukan kegiatan di Angkringan Srawung. Bahkan Angkringan Srawung membantu promosikan event komunitas, salah satunya di promosikan di social media instagram milik Angkringan Srawung secara gratis sehingga hal itu membuat komunitas merasa terbantu. Dari kemudahan akses fasilitas yang diberikan oleh Angkringan Srawung tersebut menimbulkan kepercayaan komunitas atas relationship yang mereka jalin. (M. R. Poedjadi et al. , 2022)

Strategi openness merupakan kondisi membuka diri dan berbagi pemikiran, perasaan, masalah, atau saran. Informasi bersifat rahasia pun dapat dikomunikasikan untuk memelihara hubungan. Keterbukaan menyangkut keinginan untuk mengajak pihak lain untuk melakukan diskusi langsung mengenai hubungan yang sedang dijalin. meskipun keterbukaan bukan hal yang menjamin kualitas hubungan menjadi lebih baik, tapi dari sinilah informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak dapat terpenuhi satu sama lain. Angkringan Srawung terbuka mengenai informasi yang dibutuhkan komunitas dari Angkringan Srawung dan hal-hal lain yang bersangkutan dengan komunitas kecuali hal yang bersifat rahasia dan bukan untuk konsumsi publik. Sikap terbuka dapat dijalankan dengan diskusi terhadap hubungan, misalnya berbagi keinginan yang hendak diwujudkan terkait hubungan yang sudah ada. Hal tersebut selaras dengan apa yang peneliti dapatkan di Angkringan Srawung, keterbukaan antara Angkringan Srawung dengan komunitas diwujudkan dengan diskusi terhadap keinginan dan rencana yang ingin dicapai masing-masing pihak. Diskusi yang dilakukan biasanya dalam bentuk informal. Peneliti menyimpulkan bahwa keterbukaan merupakan salah satu aspek penting dalam membina dan mengelola hubungan baik dengan komunitas karena dengan keterbukaan masing-masing pihak dapat mengetahui dan memahami keinginan pihak lain sehingga tercipta saling pengertian antara Angkringan dengan komunitas (mutual understanding).

Strategi positivity merupakan strategi dimana suatu organisasi atau perusahaan melakukan apapun yang dibutuhkan untuk membuat publiknya dalam hal ini komunitas merasa senang terlibat di dalam hubungan tersebut. Menurut Grunig dan Huang Sikap positivity dapat dibuktikan melalui bentuk sikap yang sopan, menyenangkan dan menghindari diri untuk mengkritik pihak lain . Sikap positif yang ditunjukkan Angkringan Srawung kepada komunitas yaitu dengan menanggapi dengan santun dan selalu mengkomunikasikan apabila ada kritik atau masukan dari komunitas untuk mendorong kemajuan Angkringan Srawung. Unsur penting dalam kehidupan bersosialisasi diantaranya Sopan santun karena, dengan menunjukkan sopan santun kita dapat dihargai dan disenangi keberadaannya. Dalam kehidupan sosial antar sesama manusia, sudah tentu kita memiliki norma/etika dalam melakukan hubungan dengan orang lain. Dalam hal ini sopan santun dapat memberikan manfaat baik bagi relationship. Sikap positivity Angkringan Srawung yang lainnya adalah bersedia menjadi pendengar keluhan serta saran dari komunitas yang mana nantinya dijadikan bahan buat evaluasi. Strategi positivity merupakan sekumpulan sikap untuk menghidupkan suasana hubungan dan meminimalisir potensi-potensi penghambat hubungan. Dengan adanya sikap positif yang dilakukan Angkringan Srawung dalam menerima keluhan dan saran dari komunitas dapat membangun kepercayaan diantara Angkringan Srawung dengan komunitas. Kepercayaan merupakan ekspektasi atau harapan positif bahwa orang lain

tidak hanya melalui kata-kata, tindakan, dan kebijakan-bertindak secara oportunistik. Positivity merupakan segala hal yang dilakukan oleh organisasi atau publik untuk membuat hubungan lebih dapat dinikmati oleh pihak-pihak yang terlibat. Sikap positif menjadi faktor yang mendorong munculnya kepercayaan, kontrol kualitas, dan rasa suka dalam sebuah hubungan. (E. Rahayu & S. D. Setiawati, 2020)

Angkringan Srawung membangun networking dengan kegiatan sharing antara komunitas, yang dimana dalam kegiatan sharing antara Angkringan dan komunitas ini terjadi diskusi mengenai kegiatan yang komunitas lakukan di Angkringan Srawung dan evaluasi dari kegiatan komunitas di Angkringan Srawung. Membangun networking ini penting dalam dunia kerja karena public relations atau organisasi dalam konteks ini dipaksa untuk memasuki suatu hubungan, bertemu dengan banyak orang dan mulai mengakrabkan diri dengan orang-orang di dalamnya. Strategi networking menunjukkan suatu organisasi melakukan upaya nyata untuk membangun jaringan dan hubungan Pelaksanaan organization dengan grup yang sama dengan publiknya. Sharing yang dilakukan oleh Angkringan Srawung dengan komunitas dilakukan secara rutin. Membangun jaringan ini penting dalam dunia kerja karena public relations dalam konteks ini dituntut untuk memasuki suatu hubungan, bertemu dengan banyak orang dan mulai mengakrabkan diri dengan orang-orang di dalamnya. Strategi networking merupakan perilaku menghabiskan waktu bersama teman-teman yang sama. Strategi ini tidak lagi memusatkan pada individu yang menjalin hubungan, namun sudah melibatkan pihak-pihak lain di luar individu tersebut

Strategi assurances adalah usaha yang dilakukan untuk meyakinkan bahwa mereka berkomitmen untuk menjaga hubungan dengan kelompok lain. Usaha Angkringan Srawung untuk berkomitmen menjaga hubungan dengan komunitas yaitu dengan memanjakan komunitas memberikan fasilitas yang cukup lengkap secara gratis untuk komunitas seperti panggung, proyektor, sound system, dan memberikan publikasi di media sosial instagram secara gratis. Dalam menjalankan bisnisnya Angkringan Srawung lebih ke engagement dengan community. Dampak dari orang-orang dan komunitas yang berkumpul di Angkringan Srawung berdampak pada terjadinya transaksi jual beli. Angkringan Srawung tidak ada regulasi-regulasi yang membebani para komunitas yang mau berkarya di Angkringan Srawung, seperti tidak harus ada first drink charge. Komunitas apapun yang mau berkarya dan berkreasi di Angkringan Srawung secara bebas dengan mengikuti kebijakan yang ada. Karena Angkringan Srawung sebagai etalase buat komunitas berkarya di Angkringan Srawung. (R. J. Naimah et al., 2013)

Angkringan Srawung beranggapan bahwa komunitas merupakan salah satu faktor keberhasilan bagi Angkringan Srawung bisa bertahan di industri food and baverage selama 5 tahun. Proses sharing task yang dilakukan oleh Angkringan Srawung adalah memberikan ide atau saran terhadap kegiatan yang komunitas lakukan di Angkringan Srawung dan begitupun sebaliknya komunitas memberi ide masukan untuk Angkringan Srawung demi kemajuan Angkringan. Strategi sharing task merupakan perilaku membantu mengerjakan tugas pihak lain dan pembagian tanggung jawab bersama. Hubungan tidak hanya ditandai dengan pertukaran pesan biasa, akan tetapi lebih menekankan pada aktivitas yang nyata dalam wujud tugas bersama. Komunitas menganggap Angkringan Srawung itu sebagai rumah bagi mereka untuk berkreasi dan berkegiatan. Angkringan Srawung memberikan ruang komunitas salah satunya sebagai bentuk tanggung jawab Angkringan dalam mendukung kegiatan para komunitas. sharing task merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap isu-isu sosial, kegiatan sosial, kegiatan pendidikan dan kegiatan sukarela. (N. Rizky & S. Dewi Setiawati, 2020)

### **Cara asimetris yang dilakukan oleh subjek dengan komunitas dalam membangun hubungan yaitu**

Dual Concern, Strategi dual concern memperhatikan faktor keseimbangan kepentingan antara organisasi dengan publiknya. Prinsipnya adalah win-win solution dimana baik organisasi dan publiknya bekerja sama secara damai memenuhi kebutuhannya sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan kedua pihak. Antara Angkringan Srawung dan komunitas memiliki kepentingan masing-masing yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan masing-masing.

Dengan adanya komunitas di Angkringan Srawung membuat terjadinya transaksi jual beli di Angkringan Srawung dan komunitas pun memiliki ruang untuk mereka berkarya. Sehingga dapat disimpulkan kalau hubungan antara Angkringan Srawung dengan komunitas merupakan hubungan win-win solution. (O. R. Pemila & Y. Luqman, 2022)

### **Hambatan Dalam Membangun Relationship subjek Dengan Komunitas**

Dalam menjalin hubungan dengan komunitas, Angkringan Srawung merasakan tidak ada hambatan yang besar didalamnya. Salah satu hambatan dalam menjalin hubungan dengan komunitas, ketika komunitas memiliki idealisnya dan Angkringan memiliki kepentingan juga dan terkadang menimbulkan ketidakpahaman diantara keduanya. Dalam mengatasi hambatan yang ada Angkringan Srawung mengatasinya dengan mengkomunikasikannya secara halus dengan memikirkan dampak terhadap relationship yang mereka jalin.

### **KESIMPULAN**

Hubungan yang terjalin antara Angkringan Srawung dengan komunitas merupakan hubungan sebagai mitra. Dalam pembinaan dan pengelolaan relationship antara Angkringan Srawung dan komunitas dilakukan dengan cara simetris dan asimetris. Penjalinan hubungan simetris yang dilakukan Angkringan Srawung dengan komunitas yaitu dengan kemudahan akses informasi kontak bagi para komunitas dan juga peneliti menemukan bahwa dalam strategi akses, Angkringan Srawung juga memberikan kemudahan akses fasilitas. Angkringan Srawung juga terbuka terhadap informasi yang ingin diketahui oleh komunitas kecuali informasi yang bersifat rahasia yang tidak untuk menjadi konsumsi publik. Sikap positif yang di tunjukan oleh Angkringan Srawung yang selalu mendengarkan dan menerima dengan santun keluhan dan saran komunitas. Strategi networking yang dilakukan oleh Angkringan Srawung yaitu mengadakan pertemuan rutin untuk mengadakan diskusi mengenai hubungan Angkringan dengan komunitas. Strategi assurance, Angkringan Srawung berkomitmen menjaga hubungan dengan komunitas dengan memberikan fasilitas lengkap untuk komunitas berkegiatan secara gratis.

Angkringan Srawung juga terlibat dalam memberikan ide saran dan masukan terhadap kegiatan komunitas yang mana hal ini sebagai strategi sharing task. Cara asimetris yang dilakukan Angkringan Srawung yaitu Dual concern yaitu memperhatikan keseimbangan kepentingan Angkringan Srawung dengan komunitas sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan. Dalam hambatan membangun relationship dengan komunitas, Angkringan Srawung merasa tidak menemukan hambatan yang besar. Angkringan Srawung dan komunitas hanya sesekali terjadi kesalahpahaman diantara keduanya. Dan hambatan yang terjadi ini di tangani dengan cara komunikasi diantara kedua pihak. Dalam membangun relationship dengan komunitas, Angkringan Srawung mendapatkan citra sebagai "ruang komunitas" dengan menjalankan kerjasama yang baik antara Angkringan Srawung dengan Komunitas dan hal itu salah satu yang membuat lancarnya kegiatan bisnis Angkringan Srawung. Keterbatasan dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti strategi membangun relationship antara Angkringan Srawung dengan komunitasnya saja. Tidak melihat kualitas relationship diantara Angkringan Srawung dengan komunitas. Hal ini dapat menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian mengenai kualitas relasi Angkringan Srawung dengan komunitas. Angkringan Srawung sebagai usaha industri food and baverage yang mana pelanggan merupakan aspek penting bagi keberlangsungan bisnis Angkringan Srawung. Maka pada penelitian selanjutnya dapat meneliti cara membangun relationship dengan pelanggannya, sehingga dapat mengetahui berbagai jenis hubungan yang terjalin dan strategi komunikasi yang bermacam-macam juga.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Winawati, F.J., "Strategi Marketing Communications Grand City Surabaya Dalam Membangun Brand Sebagai World Class Mall," *J. E-Komunikasi*, vol. 2, no. 1, 2014.
- M. Banu, "AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK Di APARTEMEN (Studi Deskriptif Kegiatan Di Apartemen Sunter Parkview)," *J. Oratio Directa*, vol. 5, no. 1, pp. 922-942, 2023.

- D. Rochmaniah, *Buku Ajar Dasar-Dasar Public Relations*. 2021.
- V. Febrianti and F. Oktaviani, "Community Relation Dalam Menjaga Citra Positif Radio," *J. Mutakallimin J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 2, 2020, doi: 10.31602/jm.v3i2.3688.
- S. Muyasaroh, "Community Relations Dalam Konteks Implementasi 'Csr'(Corporate Social Responsibility)," *ETTISAL J. Commun.*, vol. 1, no. 1, p. 75, 2016, doi: 10.21111/ettisal.v1i1.1057.
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title," vol. 9, no. 1, pp. 356–363, 2022.
- Rusandi and Muhammad Rusli, "Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus," *Al-Ubudiyah J. Pendidik. dan Stud. Islam*, vol. 2, no. 1, pp. 48–60, 2021, doi: 10.55623/au.v2i1.18.
- A. C. Sitopu and I. I. Wahyuni, "Strategi Pembentukan Branding Bober Café Bandung Sebagai Ruang Komunitas," *J. Komun. Univ. Garut Has. Pemikir. dan Penelit.*, vol. 6, no. 1, pp. 435–448, 2020.
- M. R. Poedjadi, H. Agustin, and H. Hafiar, "Peran Public Relations Terhadap Pengelolaan Café Inklusif," *J. Ilmu Komun. UHO J. Penelit. Kaji. Ilmu Komun. dan Inf.*, vol. 7, no. 3, p. 486, 2022, doi: 10.52423/jikuho.v7i3.25713.
- E. Rahayu and S. D. Setiawati, "Community Relations Cafe Komunitas Bober Cafe Terhadap Komunitas Di Kota Bandung," *Komunikologi J. Pengemb. Ilmu Komun. dan Sos.*, vol. 4, no. 2, p. 160, 2020, doi: 10.30829/komunikologi.v4i2.8525.
- R. J. Naimah, A. Rifani, and R. Firdaus, "Analisis Penerapan Relationship Maintenance Strategy Melalui Penggunaan Media Sosial ( Studi Pada Twitter Perbankan di Indonesia )," *J. Wawasan Manaj.*, vol. vol.1, pp. 153–166, 2013.
- N. Rizky and S. Dewi Setiawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online," *J. Ilmu Komun.*, vol. 10, no. 2, pp. 177–190, 2020, doi: 10.15642/jik.2020.10.2.177-190.
- O. R. Pemila and Y. Luqman, "Manajemen Konflik Komunikasi Dalam Proses," *Interak. Online*, vol. 10, no. 3, 2022.