

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

#### **A. SEJARAH LAHIRNYA COCA-COLA**

Lahirnya Coca-Cola berawal dari ide Dr. John Styth Pemberton, seorang ahli farmasi pertama kali memperkenalkan rasa menyegarkan dari Coca-Cola tanggal 8-Mei 1886 di Atlanta, Georgia. Awalnya, Dr. John Styth Pemberton membuat sirup karamel berwarna dalam sebuah ketel kuning di kebun belakang rumahnya. Beliau pertama kali mendistribusikan produk barunya di jalan menuju Jacobs Pharmacy (Rumah Obat Jacobs) dengan menempatkan sirup tersebut kedalam sebuah teko. Dengan harga 5 sen, konsumen dapat menikmati segelas minuman baru tersebut di tempat penjualan.

Rekan kerja dan pengurus bisnis Dr. pemberton, yaitu: Frank M. Robinson, kemudian menyarankan untuk memakai nama dan tulisan “Coca-Cola” dengan huruf-huruf miring mengalir, yang sekarang menjadi terkenal di seluruh dunia. Nama Coca-Cola mulanya menunjukkan kandungan sirup yakni kacang kola dari Afrika dan daun coca. ‘Coca-Cola’ waktu itu hanyalah salah satu dari ribuan obat paten eksotik yang dijual tahun 1800-an. Frank M. Robinson mengubah kata ‘kola’ menjadi ‘cola’

karena beranggapan bahwa huruf 'c' akan terlihat bagus dari segi periklanan dan juga enak didengar dan mudah diingat.

Pada tahun pertama, Dr. Pemberton menjual 25 galon sirup yang diangkut dalam tong kayu berwarna merah menyala. Warna merah kemudian menjadi warna khusus yang dihubungkan dengan merek Coca-Cola ini. Sebagai hasil usahanya, Dr. Pemberton memperoleh keuntungan kotor sebesar \$50 dan menghabiskan \$73.96 untuk iklan. Pada tahun 1891, seorang pengusaha Atlanta bernama Asa G. Chandler, mengambil alih kepemilikan penuh atas bisnis Coca-Cola dan mendirikan The Coca-Cola Company. Chandler menemukan cara yang inovatif memperkenalkan Coca-Cola ke masyarakat. Dia memberikan kupon minuman gratis bagi orang yang pertama kali mencicipi Coca-Cola. Dia melengkapi alat distribusi farmasi dengan jam, termos, kalender dimana tercantum merek-merek Coca-Cola. Dalam empat tahun, bakat dagang Chandler telah berhasil memperluas konsumsi Coca-Cola di setiap negara bagian dan wilayah Amerika. Tahun 1895, Chandler membangun pabrik sirup di Chicago, Dallas dan Los Angeles. Pada tahun 1919, The Coca-Cola Company dijual kepada kelompok investor dengan harga 25 juta dolar. Robert W. Woodruff diangkat menjadi presiden The Coca-Cola Company pada tahun 1923, dan kepemimpinannya selama lebih dari enam decade telah membawa bisnis Coca-Cola mencapai sukses dagang yang produknya terkenal di seluruh dunia.

Coca-Cola pertama kali dikenal sebagai produk yang dijual di tempat-tempat penjualan minuman dengan sistem “*fountain*” (mesin kran). Seorang pedagang permen, Joseph A. Biedenharm dari Missisipi kemudian mencari cara untuk menghadirkan minuman menyegarkan ini untuk piknik, dan mulailah ia menawarkan Coca-Cola yang dikemas dalam botol dengan menggunakan sirup yang dikirim dari Atlanta, selama musim semi yang sibuk pada tahun 1894. Pada tahun 1899, proses pembotolan Coca-Cola dalam skala besar dimulai, pemilik the Coca-Cola Company Asa G. Chandler memberikan hak pembotolan eksklusif kepada Joseph Whitehead dan Benjamin F. Thomas dari Chattanooga, Tennessee. Kontrak ini menandai dimulainya sistem pembotolan yang unik dan independen dari The Coca-Cola Company dan merupakan dasar dari pengoperasian perseroan minuman ringan tersebut hingga kini.

Keberhasilan pemasaran Coca-cola telah membuat banyak botol soda lain yang meniru Coca-Cola sehingga konsumen tidak dapat membedakan jika mereka tidak mencicipinya. Untuk memecahkan masalah ini, dibuatlah botol Coca-Cola yang khusus, dengan bentuk kontur botol yang dikenal hingga sekarang di seluruh dunia. *Design* ini dibuat oleh The Root Glass Company pada tahun 1915. Saat ini produk Coca-Cola telah mencapai konsumen dan pelanggan di seluruh dunia melalui jaringan distribusi yang luas dan terdiri dari perusahaan-perusahaan lokal. Perusahaan-

perusahaan pembotolan tersebut berada di seluruh dunia dan kebanyakan merupakan bisnis yang independen. Perusahaan-perusahaan yang menjadi mitra bisnis Coca-Cola menggunakan sirup dan minuman dasar yang diproduksi oleh The Coca-Cola Company, dan kemudian mengemasnya dalam botol untuk dipasarkan ke lebih dari 14 juta pelanggan di seluruh dunia. The Coca-Cola Company memiliki komitmen untuk membantu para mitra pembotolannya untuk melaksanakan sistem pembotolan yang efisien. Pengendalian kualitas, pemeriksaan secara teratur oleh perusahaan terus dilakukan untuk menghasilkan minuman ringan berkualitas tinggi.

Merek dagang Coca-Cola adalah aset yang paling bernilai bagi The Coca-Cola Company. Merek dagang Coca-Cola didaftarkan di kantor hak paten dan merek dagang Amerika Serikat pada tahun 1893. Kemudian diikuti dengan merek “Coke” pada tahun 1942. Botol dengan bentuk unik yang mudah dikenali oleh para konsumen dimanapun berada, telah diakui sebagai merek dagang oleh kantor hak paten dan merek dagang Amerika Serikat pada tahun 1977. Pengakuan registrasi ini merupakan penghargaan khusus yang hanya diberikan kepada kemasan-kemasan tertentu. Pada tahun 1982 The Coca-Cola Company memperkenalkan diet coke kepada konsumen USA, menandai dimulainya perluasan merek dagangnya. Tahun selanjutnya perusahaan melihat perlunya mengenalkan produk-produk tambahan yang menunjang

nama Coca-Cola. Saat ini Coca-Cola sebagai minuman ringan yang paling digemari di seluruh dunia dan dikenal oleh lebih dari 90% penduduk dunia.

Pada tahun 1985, laboratorium penelitian telah berhasil menciptakan produk cola terbaru. Melalui evaluasi internal, dan test rasa beberapa kali dengan metode “*blind test*”, konsumen mengatakan bahwa mereka menyukai keduanya, baik Coca-Cola maupun produk saingannya. Sebagai hasilnya pada bulan April 1985 perusahaan dengan bangga memperkenalkan rasa coke yang baru, perubahan pertama kali yang dilakukan sejak produk ini diciptakan pada tahun 1886. Peluncuran coke dengan rasa baru dilakukan di Amerika Serikat dan Canada. Tidak pernah terjadi sebelumnya, konsumen begitu menunjukkan kesetiannya yang luar biasa terhadap formula asli Coca-Cola. Pihak The Coca-Cola Company sangat memperhatikan hal itu, sehingga ada bulan Juli 1985 formula asli Coca-Cola kembali diluncurkan dan dikenal dengan “Coca-Cola Klasik”. Pada tahun 1986, Coca-Cola Klasik menjadi dan tetap merupakan minuman ringan dengan rekor penjualan tertinggi di Amerika hingga saat ini.

Pada tahun 1982, the Coca-Cola Company memperkenalkan produk barunya yang bernama diet coke. Diet coke merupakan Coca-Cola diet nomor satu di USA dan di seluruh dunia. Sedangkan pada tahun 1961, sprite muncul sebagai kategori minuman ringan dengan penjualan terbaik nomor lima di dunia. Di Indonesia

diluncurkan pada tahun 1957 dan hingga saat ini telah menjadi minuman ringan dengan penjualan tertinggi di antara kelompok produk Coca-Cola di Indonesia.

## **B. SEJARAH LAHIRNYA COCA-COLA DI INDONESIA DAN JAWA TENGAH**

Coca-Cola masuk di Indonesia sejak tahun 1927 dan dibotolkan secara local sejak 1932 di Jakarta. Produksi pertama sebanyak 10.000 cs dengan dibantu 3 truck dan 25 orang karyawan. Perusahaan dagang yang mengelola produk dari Coca-Cola saat itu adalah *De Netherlands Indische Mineral Water Fabric* dibawah manajemen *Bernie Vonings* dari Belanda. Setelah proklamasi kemerdekaan RI, perusahaan ini diambil alih dan berubah nama menjadi Indonesia Beverages Limited (IBL). IBL menjalin kerjasama dengan tiga perusahaan dari Jepang yaitu Mitsui Toatsu Chemical Inc, Mitsui & Co. Ltd dan Mikuni Coca-Cola Bottling Co membentuk PT. Djaya Beverages Bottling Company (DBBC) pada tahun 1971. Pada tanggal 12 Oktober 1993, Pt.Coca-Cola Amatil Limited (CCA) di Sydney, Australia mengambil alih kepemilikan DBBC dan mengubah namanya menjadi PT.Coca-Cola Amatil Indonesia di Jakarta.

Pada saat ini terdapat 11 pabrik pembotolan dengan sekitar 9000 karyawan yang melayani lebih dari 400.000 pelanggannya di wilayah nusantara. Sebelas pabrik tersebut antara lain berada di Semarang, Medan, Padang, Bandarlampung, Makassar, Surabaya, Bandung, Denpasar, Jakarta, Banjarmasin, dan Manado. Sepuluh dari

sebelas unit operasi diakuisisi oleh PT.Coca-Cola Amatil Limited pada tahun 1993-1995. Sedangkan satu unit sisanya yang berada di Manado (PT.Bangun Wenang Beverages Co) kepemilikan sahamnya masih dimiliki oleh masyarakat lokal (PMDN). Kesuksesan Coca-Cola beroperasi di wilayah nusantara bahkan Asia tidak lepas karena keunikan produk, sistem pemasaran, dan pemahaman terhadap budaya lokal.

Tiap pabrik pembotolan Coca-Cola di Indonesia memiliki kode yang berbeda dan area distribusi masing-masing. Pabrik Coca-Cola terbesar di Indonesia didirikan di Cibitung pada tahun 1997 dengan nama Cibitung National Plant. Melengkapi Coca-Cola sebagai minuman ringan nomor satu di dunia, serangkaian produk dari The Coca-Cola Company yang diproduksi dan didistribusikan di Indonesia antara lain: Diet Coke diperkenalkan pada tahun 1982 yang diluncurkan di Indonesia pada tahun 1986, Sprite diperkenalkan pada tahun 1961 yang diluncurkan di Indonesia pada tahun 1975, Fanta yang diperkenalkan di Indonesia tahun 1973. Selain ketiga produk tersebut, the Coca-Cola Company juga memproduksi Frestea, Ades, A&W, Sunfill, Schweppes, Coca-Cola Zero, Minute Maid Pullpy Orange, dan Powerade Isotonik.

PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java merupakan pabrik pembotolan Coca Cola untuk wilayah distribusi Jawa Tengah, Jogja, dan wilayah tambahan Jawa

Timur yaitu Madiun. PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java beralamat di Jalan Soekarno-Hatta KM.30 Bawen, Kabupaten Semarang 50501. PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java dirintis oleh Partogius Hurtabarat (alm) dan Mugijanto dengan menggunakan nama PT. Pan Java Bottling Company dan diresmikan pada tanggal 1 November 1974 diatas lahan sebesar 8,5 hektar dan mulai beroperasi pada tanggal 5 Desember 1976. Karena perkembangan yang begitu cepat, perusahaan ini bergabung dengan PT.Coca-Cola Amatil Limited Australia pada bulan April 1992 sehingga sejak saat itu berubah namanya menjadi PT.Coca-Cola Amatil Indonesia-Central Java.

### **C. VISI, MISI DAN NILAI-NILAI PERUSAHAAN**

Visi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java adalah menjadi perusahaan produsen minuman terbaik di Asia Tenggara. Misi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java adalah bertekad memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham dengan menjadi perusahaan minuman *non alcohol* yang tumbuh terdepan secara global, serta memberikan kesegaran kepada pelanggan dan konsumen kita dengan rasa bangga dan semangat sepanjang hari, setiap hari. PT.Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java terus berusaha mengembangkan kemitraan sejati dengan pelanggan untuk memuaskan lebih dari 200 juta konsumen yang berdagang, dengan rasa bangga.

PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java juga memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi arahan dari seluruh kinerja perusahaan, antara lain:

1. People (Sumber daya manusia)

Mengembangkan sumber daya manusia, menghargai prestasi serta menikmati apa yang kita lakukan.

2. Pelanggan (*customer*)

Menang untuk pelanggan dan untuk diri sendiri.

3. Semangat (*passion*)

Semangat untuk bertindak, bertanggung jawab, dan sukses.

4. Inovasi (*innovation*)

Selalu mencari cara yang lebih baik.

5. Keunggulan (*excellence*)

Senantiasa melakukan pekerjaan yang terbaik.

6. Warga Negara yang baik (*citizenship*)

Melakukan hal yang benar dari perusahaan, masyarakat dan sesama.

Selain nilai-nilai perusahaan, terdapat pula aspek yang dijunjung tinggi perusahaan yaitu aspek sosial. Aspek sosial perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosial yang dilakukan bagi masyarakat sekitar. Setiap tahun PT. Coca-Cola Amatil

Indonesia Central Java melaksanakan program bantuan kemasyarakatan untuk masyarakat setempat dalam bidang pendidikan, kesehatan, pembangunan prasarana, serta menyalurkan bantuan dalam berbagai bentuk kepada kelompok-kelompok masyarakat membutuhkan sesuai kemampuan. PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java. Bantuan tersebut antara lain berbentuk pembagian produk-produk PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java kepada berbagai organisasi, pemberian beasiswa bagi anak-anak kurang mampu, bantuan air bersih, donor darah, bantuan untuk yayasan sosial, program pendidikan untuk praktek kerja, dan akses kepada masyarakat sekitar untuk menggunakan poliklinik dan sarana ibadah di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java. Demi terciptanya kemajuan perusahaan perlu adanya dukungan dari segenap karyawan. Adapun sifat-sifat positif yang harus dijunjung tinggi perusahaan, antara lain:

1. Integritas

Dengan menghargai perbedaan individu, bersikap adil, memperlakukan orang lain sebagai mana perusahaan diperlakukan.

2. Kejujuran

Sikap jujur merupakan dasar dalam membangun kepercayaan dan hubungan kerja jangka panjang.

### 3. Kerja Sama Kelompok

Bekerja sama dimaksudkan untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama harus dilakukan karena perusahaan sadar bahwa ada berbagai perbedaan dari setiap individu.

### 4. Fokus Pada Pelanggan

Selalu mencoba untuk memahami kebutuhan pelanggan, mencari *win-win solution*, dan meningkatkan pelayanan pada konsumen dan pelanggan.

### 5. Belajar Setiap Hari

Dengan belajar setiap hari, maka perusahaan akan terus tumbuh dan mampu menghadapi setiap tantangan.

### 6. Keunggulan Dalam Tindakan / Pelaksanaan

Dengan memiliki disiplin diri, tekad penuh dan hasrat yang tinggi pada pekerjaan, perusahaan dapat menerapkan pengetahuannya untuk mencapai perbaikan proses dengan pengendalian mutu.

## **D. Produk PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java**

Hingga saat ini produk-produk yang diproduksi oleh PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central java, antara lain:

### 1. Coca-Cola

Coca-Cola merupakan merek minuman ringan terpopuler dan paling laris dalam sejarah hingga saat ini. Diciptakan pertama kalinya di Atlanta, Georgia oleh Dr. John S. Pemberton, Coca-Cola pertama diperkenalkan sebagai minuman Fountain dengan mencampurkan sirup rasa cola dan air berkarbonasi. Pertama kali terdaftar sebagai merek dagang di tahun 1887, di tahun 1895 Coca-Cola telah terjual di seluruh wilayah Amerika Serikat.

### 2. Fanta

Fanta merupakan merek dari The Coca-Cola Company untuk minuman ringan dengan rasa buah-buahan yang sangat menonjol. Dipasarkan di 188 negara di seluruh dunia dengan konsumen terbesar remaja berusia antara 12-19 tahun. Di seluruh dunia ada lebih dari 70 jenis rasa, dengan rasa jeruk sebagai volume terbesar. Di Indonesia, produk Fanta mulai dipasarkan pada tahun 1973.

### 3. Sprite

Pertama kali diperkenalkan tahun 1960, Sprite adalah minuman ringan dengan aroma rasa lemon yang paling digemari. Sprite dijual di 190 negara di dunia dengan daya pikat yang sangat besar dikalangan generasi muda.

#### 4. Frestea

Fretea dikembangkan secara lokal dan merupakan bagian dari Beverage Partners Worldwide (BWP), yaitu perusahaan patungan hasil kemitraan yang sukses antara The Coca Cola Company dan Nestle, SA. Untuk tahap awal, peluncuran produk ini difokuskan di Jakarta dan Jawa Barat yang merupakan pasar mayoritas dari konsumsi produk teh siap minum.

#### 6. Ades

Pada akhir tahun 2000, perusahaan Coca Cola telah menjamin kemitraan jangka panjang dengan PT. Ades Alfindo Putrasetia Tbk dengan mengakuisisi merek dagang Ades. Peluncuran ades baru dari The Coca-Cola Company ini menampilkan Ades sebagai air minum dalam kemasan yang murni, aman dan terpercaya, yang dijamin oleh The Coca Cola Company.

#### 7. Minute Maid Pulpy Orange

Minute Maid Pulpy Orange adalah minuman buah rasa jeruk dengan vitamin C dan pulp (bulir jeruk asli) yang lezat dan menyegarkan. Dengan jeruk kualitas terbaik dan memprosesnya dengan cara yang benar Minute Maid, menyajikan rasa dan aroma jeruk yang memberikan sensasi segar dan rasa yang lezat. Dengan kandungan vitamin C didalamnya, Minute Maid Pulpy Orange tidak hanya menyegarkan tetapi juga menjadi pilihan baik untuk dikonsumsi.

Lahirnya produk minuman dari Minute Maid dimulai pada tahun 1945, ketika National Research Corporation (NRC) Boston, mengembangkan minuman sari buah jeruk dalam bentuk bubuk dari buah jeruk asli untuk keperluan US Army selama perang.

Setelah perang berakhir, Florida Foods Corporation- anak perusahaan NRC, mengembangkan inovasi produk agar produk tersebut dapat dipasarkan secara komersial. Produk ini lalu diberi nama Minute Maid yang berarti “cepat dan mudah disajikan”. Minute Maid mulai dipasarkan secara door to door dan dengan cepat menarik banyak konsumen. Beberapa tahun kemudian Florida Foods Corporation berubah nama menjadi The Minute Maid Company. Pada tahun 1960, Minute Maid dibeli oleh The Coca-Cola Company. Saat ini berbagai produk minuman Minute maid sudah dijual lebih dari 100 negara di seluruh dunia. Minute Maid mulai diperkenalkan di Indonesia dengan diluncurkannya Minute Maid Pulpy Orange di tahun 2008. Minute Maid Pulpy Orange sendiri sebelum diperkenalkan di Indonesia telah mencatat kesuksesan di berbagai Negara seperti China dan India.

#### 8. Powerade Isotonik

Powerade Isotonik adalah minuman isotonic dari The Coca-Cola Company yang mengandung ion elektrolit yang seimbang dari garam dan mineral,

sehingga mudah untuk diserap oleh tubuh. Minuman ini berfungsi sebagai minuman untuk rehidrasi optimal yang mengandung vitamin B3, B5, B6, B12 dan vitamin C. Powerrade pertama kali diperkenalkan pada tahun 1990 dan merupakan produk yang tergolong sukses di seluruh dunia. Diluncurkan di Indonesia bulan Januari 2006 untuk menggantikan varian minuman isotonic sebelumnya.

#### 9. A&W

Pada tanggal 20 Juni 1919. Roy Allen membuka stand Root Beer pertama di Lodi, California yang menjual minuman miliknya yang terbuat dari resep rahasia yang terdiri dari 14 tumbuhan herbal, rempah-rempah, kulit kayu, dan beberapa jenis buah berry. Pada tahun 1922 Allen bekerja sama dengan salah satu pekerjanya Frank Wright yang mendirikan 3 outlet baru di Houston. Mereka member nama minuman Root Beernya dengan menggabungkan inisial mereka, “A” untuk Allen dan “W” untuk Wright, sebagai nama resmi minuman “A&W Root Beer”. Sejak saat itulah pertama kalinya, nama A&W diperkenalkan sebagai merek minuman Root Beer.

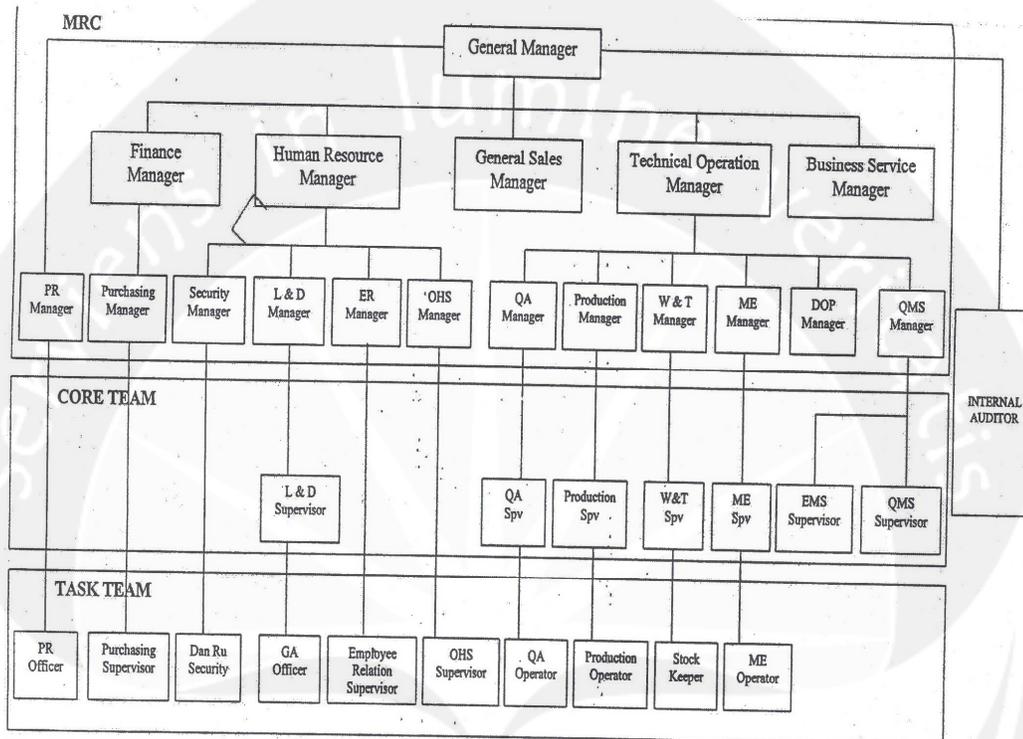
### **E. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN**

Struktur struktur organisasi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java mengalami banyak perubahan dari masa ke masa. Didalam struktur organisasi PT.

Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java, jabatan tertinggi dipegang oleh *General Manager*. *General Manager* disini memiliki tanggung jawab untuk memimpin, mengendalikan dan mengawasi kegiatan penyelenggaraan perusahaan serta menjalin hubungan baik dengan instansi ataupun lembaga baik pihak pemerintahan ataupun swasta . Dibawah *General Manager* terdapat lima departemen penting yang berada di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java, yaitu: *Finance Manager*, *Human Resources Manager*, *General Sales Manager*, *Technical Operation Manager* dan *Business Service Manager*. Dalam struktur organisasi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java, *Public Relations Manager* tidak berada sejajar dengan kelima departemen penting yang telah disebutkan diatas.

*Public Relations Manager* berada sejajar dengan beberapa anak dari kelima department. Namun yang membedakan *Public Relations* dengan anak department lain adalah *Public Relations* tidak berada dibawah department apapun selain dari *General Manager* dan department *Public Relations* memiliki akses langsung kepada pihak *General Manager*. Dibawah *Public Relations Manager* terdapat *Public Relations Officer*. Dengan kata lain wewenang *Public Relations Manager* lebih tinggi jika dibandingkan dengan *Public Relations Officer*.

### BAGAN 3 Struktur Organisasi



Sumber: PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java.

#### F. DESKRIPSI UMUM *PUBLIC RELATIONS* DI PT.COCA-COLA AMATIL INDONESIA CENTRAL JAVA.

Divisi *Public Relations* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java ini berdiri pada pertengahan tahun 1980-an. Alasan pertama pembentukan divisi *Public Relations* karena diperlukannya komunikator yang baik, yaitu untuk membentuk

image positif dan menciptakan hubungan harmonis, serta membuat situasi *unfavourable* (tidak menyenangkan) menjadi *favourable* (menyenangkan) baik dari hubungan internal perusahaan yaitu antara karyawan dengan atasan, maupun dalam menjalin hubungan dengan *stakeholder* eksternal perusahaan seperti dengan pihak pelanggan, media, pemerintah dan komunitas sekitar. Oleh karena itu peran praktisi PR sangat diperlukan untuk menunjang komunikasi secara tepat dan cermat dengan para *stakeholders* perusahaan.

Di dalam sub departemen *Public Relations* terdiri dari *Public Relations Manager* dan *Public Relations Officer*. *Public Relations Manager* dijabat oleh Ibu Vitri Utami dan *Public Relations Officer* dijabat oleh Ibu Ida Lukitowati. Masing-masing jabatan memiliki tujuan, tanggung jawab utama serta wewenang yang berbeda.

#### 1. *Public Relations Manager*

*Public Relations Manager* dibentuk dengan tujuan untuk memelihara citra perusahaan, produk dan pekerjanya untuk mendukung pencapaian sasaran bisnis perusahaan melalui pengembangan berbagai mekanisme komunikasi eksternal dan internal yang efektif. Tanggung Jawab Utama dari *Public Relations Manager*, antara lain:

- a. Mengkaji dan mengembangkan mekanisme komunikasi internal yang efektif bagi tersedianya informasi bisnis yang relevan untuk seluruh pekerja, yang bermanfaat dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja.
- b. Membina dan mengembangkan hubungan baik dengan seluruh unsur pimpinan politik daerah, termasuk semua instansi pemerintah terkait, guna memastikan terbentuknya regulasi yang kondusif bagi pelaksanaan bisnis dan hubungan industrial di perusahaan.
- c. Memelihara dan mengembangkan hubungan yang baik dengan media massa untuk menjamin pemberitaan terkait dengan perusahaan yang positif dan memiliki nilai jual sehingga membangun image positif pula di mata masyarakat umum.
- d. melakukan koordinasi dengan pihak-pihak eksternal dan internal terkait dalam penyelesaian situasi krisis sesuai dengan standar operasi *Incident Management Process* dan keluhan konsumen sesuai dengan standar operasi *Customer Response Program* untuk melindungi citra perusahaan.
- e. merencanakan berbagai kegiatan dan ikut berperan aktif didalam setiap kemasyarakatan di lingkungan perusahaan sebagai bentuk perwujudan

tanggung jawab sosial perusahaan bagi pengembangan kesejahteraan masyarakat umum.

- f. Secara proaktif memberikan saran bagi manajemen untuk menerapkan kebijakan bisnis dan kemasyarakatan yang memiliki dampak positif terhadap citra perusahaan berdasarkan isu-isu yang berkembang.
- g. Mengkaji dan mengembangkan kegiatan, baik bersifat eksternal maupun internal untuk mendukung terciptanya lingkungan kerja yang harmonis.
- h. Bekerja Sama dengan pihak *Human Resources* dalam melatih dan mengembangkan potensi karyawan agar terbentuk kelompok kerja yang efektif.

## 2. *Public Relations Officer*

*Public Relations Officer* dibentuk dengan tujuan untuk memastikan efektifitas system komunikasi internal dan eksternal guna terciptanya lingkungan kerja yang kondusif dalam membantu pencapaian sasaran bisnis perusahaan.

Tanggung Jawab Utama dari *Public Relations Officer*, antara lain:

- a. Merencanakan dan mengkoordinasikan pelaksanaan *Community Relations Program* seperti: *plan visit*, sumbangan sosial sebagai tanggung jawab sosial perusahaan bagi pengembangan kesejahteraan masyarakat.

- b. Mengkaji dan mengembangkan mekanisme komunikasi internal yang efektif bagi ketersediannya informasi bisnis yang relevan untuk seluruh pekerja yang bermanfaat dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja.
- c. Memelihara dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa untuk menjamin pemberitaan terkait dengan perusahaan yang positif dan memiliki nilai jual sehingga membangun image positif pula di mata masyarakat umum.
- d. Terlibat sebagai anggota kelompok dalam penyelesaian situasi dengan standar operasi *Incident Management Process* dan keluhan konsumen sesuai dengan standar operasi *Customer Response Program* untuk melindungi citra perusahaan.
- e. Merencanakan berbagai dan berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan sebagai bentuk perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan bagi pengembangan kesejahteraan masyarakat umum.
- f. Menangani permohonan kerjasama (*sponsorship*) untuk mendukung kegiatan promosional.
- g. Menangani permohonan praktek kerja lapangan dari instansi-instansi pendidikan.

## **G. DESKRIPSI PROGRAM *PLANT VISIT* DI PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA CENTRAL JAVA.**

Program *plant visit* ini merupakan salah satu kegiatan komunikasi eksternal perusahaan yang rutin diselenggarakan oleh pihak PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java, program *plant visit* ini diadakan sejak tahun 1990. Program *Plant Visit* merupakan program edukasi dari perusahaan kepada masyarakat luas dimana pihak perusahaan menerima kunjungan dari stakeholders perusahaan, semacam acara *open house* dimana pihak perusahaan memberikan informasi terkait dengan profil perusahaan. Program *plant visit* ini selalu dimonitor oleh kantor pusat Coca-Cola Indonesia yang berpusat di Jakarta. Program edukasi dalam program *plant visit* ini merupakan bagian dari edukasi pendidikan *non formal* dengan mengadakan penyuluhan yang bentuknya adalah presentasi. yang menjadi sarana dalam penyuluhan tersebut adalah komunikasi. Mardikanto (1993:15) menyatakan bahwa penyuluhan sebagai bentuk bagian dari program edukasi *non formal* merupakan proses perubahan perilaku pendidikan yang di latar belakang oleh pengetahuan serta pemahaman tentang segala sesuatu yang di sampaikan dalam penyuluhan. untuk itulah yang menjadi sasaran utama dalam program *plant visit* ini ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai profil perusahaan kepada audiens. Mardikanto (1993:16) juga menyatakan bahwa sebagai proses edukasi,

tingkat keberhasilan dari penyuluhan tidak ditentukan dari jumlah materi maupun informasi yang disampaikan, tetapi ditentukan dari seberapa jauh terciptanya keefektifan dialog antara pembicara dengan audiens. keefektifan tersebut dapat di nilai dari bagaimana audiens menangkap informasi yang di sampaikan oleh pembicara.

Program *plant visit* merupakan salah satu aktivitas yang dijalankan oleh divisi *Public Relations* dalam mempertahankan citra perusahaan. Program *Plant Visit* ini di kontrol langsung oleh Ibu ida Lukitowati selaku *Public Relations Officer* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java. Dalam program *plant visit*, PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java menerima kunjungan dari berbagai pihak luar seperti rombongan pelajar, ibu-ibu PKK maupun kunjungan dari karyawan perusahaan lainnya untuk melihat secara langsung proses produksi berbagai produk milik PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java. Peserta *plant visit* ini bebas tanpa dipungut biaya sama sekali. Hanya bila ingin mengikuti program ini, peserta *plant visit* hendaknya membuat janji terlebih dahulu untuk menentukan jadwal mengikuti *plant visit* ini. Proses dalam program *plant visit*, mulai dari persetujuan proposal kunjungan, proses penyambutan selamat datang, proses presentasi pengenalan profil perusahaan hingga pendampingan saat mengunjungi pabrik semua dilakukan dibawah

pengawasan *Public Relations Officer*. Format dari program *plant visit* sendiri meliputi:

- a. Perkenalan diri oleh Ibu Ida Lukitowati, selaku *Public Relations Officer* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java dan pembicara di dalam penyampaian presentasi selama program *plant visit* berlangsung.
- b. Pemberian materi presentasi mengenai penemu Coca-Cola
- c. Pemberian materi presentasi mengenai pengenalan sejarah munculnya Coca-Cola di dunia.
- d. Pemberian materi presentasi mengenai pengenalan sejarah munculnya Coca-Cola di Indonesia.
- e. Pemberian materi presentasi mengenai pabrik Coca-Cola yang ada di Indonesia.
- f. Pemberian materi presentasi mengenai produk apa saja yang diproduksi oleh PT. Coca-Cola Amatil Indonesia.
- g. Pemberian materi presentasi mengenai proses produksi dari produk Coca-Cola.
- h. Tanya jawab yang dilakukan oleh pembicara dengan audiens peserta *plant visit*.

- i. Tur keliling langsung ke pabrik bagian produksi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java untuk melihat secara langsung bagaimana proses produksi.

#### **H. DESKRIPSI MATERI PRESENTASI DALAM PROGRAM *PLANT VISIT***

Tujuan utama dari program *plant visit* ini sendiri adalah memberikan pemahaman kepada para audiens peserta *plant visit* mengenai profil perusahaan Coca-Cola. Mengingat bahwa program *plant visit* ini merupakan bentuk fungsi *Public Relations* sebagai fungsi komunikasi dalam sebuah perusahaan. Seorang *Public Relations* memiliki tugas utama untuk memberikan dan menyebarkan informasi yang positif mengenai perusahaannya kepada masyarakat luas untuk menampilkan citra positif perusahaan. Penyebaran informasi dilakukan melalui presentasi materi dalam program *plant visit* yang di sampaikan secara langsung oleh Ibu Ida Lukitowati selaku *Public Relations Officer* PT. CCAI CJ.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Ida Lukitowati didapatkan hasil bahwa, materi informasi yang di sampaikan dalam program *plant visit* mencakup dua bagian utama yaitu: pengetahuan mengenai sejarah dan pengetahuan mengenai produk perusahaan, dengan rincian sebagai berikut:

a. Pengetahuan mengenai sejarah dari perusahaan Coca-Cola

Dalam presentasi program *plant visit*, informasi yang di sampaikan pertama kali oleh pihak pembicara adalah mengenai sejarah perusahaan Coca-Cola dari Coca-Cola pusat hingga mengenai sejarah PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Central Java. Informasi mengenai sejarah perusahaan yang di sampaikan antara lain:

- 1) Produk Coca-Cola pertama kali ditemukan oleh John Smith Pemberton.
- 2) Produk Coca-Cola pertama kali ditemukan di Atlanta, Amerika Serikat, pada tanggal 8 Mei 1866.
- 3) Pemegang saham Coca-Cola di Indonesia adalah Australia, sedangkan pemegang lisensinya dipegang oleh Amerika Serikat selaku negara pertama yang menciptakan produk Coca-Cola.
- 4) Produk Coca-Cola pertama kali diproduksi di Indonesia pada tahun 1927.
- 5) Terdapat sebelas pabrik pembotolan di seluruh Indonesia, antara lain berada di Semarang, Medan, Padang, Bandar Lampung, Makasar, Surabaya, Bandung, Denpasar, Jakarta, Banjarmasin, dan Manado. Sepuluh dari sebelas unit operasi

pabrik telah diakuisisi oleh PT. Coca-Cola Amatil Limited pada tahun 1993-1995. Sedangkan satu unit sisanya yang berada di Manado yaitu PT. Bangun Wenang Beveranges Co. kepemilikannya sahamnya masih dimiliki oleh masyarakat lokal (PMDN) setempat.

6) Pabrik PT. Coca-Cola Amatil Indonesia yang pertama kali didirikan berada di Jakarta.

7) PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java mulai beroperasi pada tanggal 5 Desember 1976, yang pertama kali dirintis oleh Bapak Portugis Hutabarat (almarhum) dan Bapak Mugijanto. Berada di Jalan Soekarno-Hatta Km.30 Ungaran, Jawa Tengah. Hingga saat ini PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java mempekerjakan 1000 tenaga kerja.

b. Pengetahuan mengenai produk dari perusahaan Coca-Cola

Setelah selesai menyampaikan mengenai sejarah awal terbentuknya Coca-Cola hingga sampai ke Indonesia dengan salah satu cabangnya berada di Jawa Tengah, lebih tepatnya berada di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java, pembicara *plant visit* menyampaikan materi informasi mengenai produk Coca-Cola. Dalam penyampaian informasi mengenai

produk akan dijelaskan lebih runtu mengenai informasi seputar produk Coca-Cola hingga bagaimana proses produksi hingga menghasilkan sebuah produk Coca-Cola, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Produk yang di produksi oleh PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java antara lain adalah: Coca-Cola, Fanta, Sprite, Frestea, Ades, Minute Maid Pulpy Orange, Powerade Isotonik, A&W.
- 2) Produk Coca-Cola di produksi dengan bahan baku pilihan dan diproses dengan teknologi modern. Proses produksi dari pembuatan produk Coca-Cola ini melalui empat tahap yang paling utama, antara lain: pengolahan air, pembuatan sirup, pencucian botol, dan pengisian botol. Di dalam pembuatan sirup dan bahan baku tak lupa di campurkan bahan yang bernama konsentrat dimana konsentrat disini yang memberi varian rasa dan aroma dari produk Coca-Cola, Sprite dan Fanta.
- 3) Ada empat bahan baku utama dalam pembuatan produk Coca-Cola antara lain: air, gula, konsentrat dan karbondioksida. Karbondioksida sendiri merupakan bahan pembuat produk Coca-Cola yang berguna untuk menimbulkan efek “brrr” atau

“semriwing” yang menyebabkan efek bersendawa ketika konsumen meminum produk Coca-Cola.

- 4) Desain botol produk Coca-Cola pertama kali dibuat oleh The Root Glass Company pada tahun 1915.
- 5) Produk PT. Coca-Cola sendiri tenggang waktu kadaluarsa selama satu tahun. Tanggal kadaluarsa tersebut dapat dilihat di kemasan tutup botol produk Coca-Cola.

## **I. DESKRIPSI AUDIENS**

Dalam penelitian ini, yang menjadi responden adalah para audiens peserta program *plant visit* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java selama Bulan Juni 2003. Peneliti tidak menggunakan rumus dalam menentukan sampel responden melainkan menggunakan jumlah sampel audiens peserta program *plant visit* selama satu minggu yaitu selama tanggal 3Juni, 4Juni, dan 5Juni 2003. Peneliti memilih melakukan penelitian selama satu minggu mengingat bahwa evaluasi dan rekap peserta program *Plant Visit* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java sendiri dilakukan setiap satu minggu sekali dan tentunya agar lebih efisien. Jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 185 responden dengan rincian rombongan yang berasal dari berbagai universitas seperti yang tertera di tabel 2 pada bab I.