

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koran ialah bagian media garis atas yang dimana cakupan dari seluruh isi berita yang dimuat melalui media cetak layout merupakan komposisi peletakan. Layout mempunyai bentuk yang bisa menyampaikan kepada pembaca melalui unsur bentuk, garis maupun warna (Mustaqiem 2016). Seiring berjalannya waktu timbulah penurunan minat media cetak oleh perkembangan teknologi informasi yang bisa dikatakan sangat pesat merasakan perorombakan, diawali dari pesatnya media online yang dapat menyamai dengan media cetak. Di abad milenial media online dapat menggunakan kecanggihan internet. Terbilang dari mudahnya dan cepat untuk mengakses yang tidak memerlukan dana sedikitpun. Hal tersebut menjadi bahaya tersendiri bagi media cetak Sumatera Ekspres.

Di Sumatera Ekspres memiliki struktur organisasi salah satunya memiliki Humas, Humas merupakan cara mengatur penyampaian informasi dari masyarakat, perorangan maupun organisasi. Humas bisa merangkul suatu organisasi dan eksposur yang didapatkan dari individu ke massa mereka tidak membutuhkan biaya langsung Ketika mereka ingin mendapatkan informasi atau berita(Jefkins 2010). Sesuai dengan penelitian saya yaitu yang berjudul “ Komunikasi Humas Sumatera Ekspres Dalam Menjaga Eksistensi Media Cetak Diera Milenial “.Untuk menganalisis penelitian tersebut saya menggunakan analisis swot dan teori Citra.

A. KOMUNIKASI HUMAS SUMATERA EKSPRES DALAM MENJAGA EKSISTENSI MEDIA CETAK

Media yang tidak bisa dipisahkan dari peran komunikasi. Media massa merupakan tempat dimana penyebaran informasi atau pesan yang ingin disampaikan dari pengirim ke publik. sebab pengembangan media massa menuju pusat penyalur dan informasi yang menggunakan berbagai penyampaian yang ada dilingkungan massa. Media massa mempunyai tempat genting dalam menyampaikan, mendorong, dan menerima adat istiadat yang ada di lingkungan publik.

Dimaksud media massa menuju pada sekelompok media canggih, media massa dapat digunakan untuk mengenai banyak masyarakat. Pada eranya, terdiri dari beberapa jenis media komunikasi yang tersampaikan dalam lingkungan publik, ialah media online, media cetak dan media elektronik . Komunikasi daring yang besar telah menjadi paling diminati, namun media elektronik dan cetak masih eksis dan disukai. Media cetak adalah media yang dicetak dikertas.(Juanaedhie 2017) Media ini di buat Johannes Gutenberg pada tahun 1455 . Pada mula eranya, media selalu dipakai berbentuk tanah liat dan daun. Media terus berkembang baik hingga sampai saat ini, dari alat-alat percetakannya, bentuk, hingga teknis. Contohnya majalah, surat kabar, media cetak, bulletin hingga tabloid.

Eric Barnow (2011) menyampaikan media cetak bahwa mempunyai sebagai artian seluruh cetak barang dan disampaikan ke publik. Media cetak mempunyai berbagai macam barang seperti sur 63 majalah dan sebagainya yang berkeinginan mempublikasi informasi sampai kepada banyak masyarakat

Komunikasi ialah suatu proses pengiriman pesan atau informasi dari pengirim pesan ke penerima pesan agar terciptanya hubungan yang baik. Pada dasarnya komunikasi memiliki komunikasi langsung atau yang tidak langsung yang dapat dipahami dari kedua belah pihak. Jika tidak dapat menggunakan Bahasa langsung bisa digunakan dengan Bahasa isyarat seperti menggunakan gimik muka, Gerakan tangan, Gerakan badan atau kepala, dan yang lainnya, hal inilah yang disebut komunikasi nonverbal(Hermawan 2012).

Proses komunikasi dapat diistilahkan sebagai informasi yang dikirim dari seorang pengirim biasa disebut komunikator kepada penerima pesan disebut komunikan.

Humas ialah cara mengelola penyampaian informasi kepada publik, perseorangan maupun organisasi. Humas bisa merangkul individu atau kelompok yang memperoleh ekspos ke massa yang mereka tidak membutuhkan biaya dana untuk sekedar mendapatkan informasi. Yang tujuan itu sendiri dari hubungan perusahaan ke masyarakat untuk merayu penanam saham, mitra, karyawan dan kolega kebutuhan lainnya untuk menjaga pandangan khusus, diketuai barang mapun kebijakan politik. Dalam aktifitas diumum termasuk konferensi yang dibicarakan mencapai keberhasilan industri, berkolega dengan para media dan karyawan yang dikomunikasikan. Sebagai suatu kegiatan dari seorang humas mempunyai amanat agar dapat menyampaikan suatu berita, , meyakinkan, menarik simpati, mendidik dan menumbuhkan minat masyarakat dan bisa menyadarkan public agar menerima suatu peristiwa.(Jefkins 2011)

Fungsi Humas pun bertransformasi seiring kemajuan dunia usaha. Terdapat empat fungsi utama yang dituntut dari Humas (Ruslan 2008) yaitu sebagai berikut:

1. *Communicator*

Selaku ahli bicara organisasi, Humas menyampaikan dengan serius kekelompok masyarakat dengan melalui media. Nyaris seluruh cara komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) dibutuhkan komunikasi tatap muka atau langsung selaku perangkat atau perantara. Humas Sumatera Ekspres selaku *communicator* selalu menyampaikan pesan kepada para pegawai baik melalui media ataupun lisan. Jika ada event atau acara besar lainnya yang bersifat umum Humas Sumatera Ekspres juga harus memulikasinya. Ketika HUT Sumatera Ekspres ke 26 Tahun Humas mengadakan Event Fun Bike bersama masyarakat pada tanggal 26 Juni 2021-04 Juli 2021 yang mempunyai Doorprize 10 sepeda, Event ini dipromosikan melalui Media Cetak Sumatera Ekspres, Media Online Sumeks.co, Media Instagram Sumeks. Event ini bertujuan menjaga komunikasi yang baik bersama masyarakat dan mendapatkan *feedback* yang positif. Ketika *launching* EPAPER Sumatera Ekspres pada bulan Mei 2021 yang lalu selaku juru bicara Humas Sumatera Ekspres mengadakan Workshop dan mengundang Siswa/i dan Mahasiswa/i dari sekolah dan universitas di Palembang dalam mempromosikan EPAPER Sumatera Ekspres.



Gambar 5. Fun Bike Sumatera Ekspres



Gambar 6. EPAPER Sumatera Ekspres

2. *Relationship*

Keahlian Humas mendirikan jaringan yang baik antar kolega yang dikelola baik dari publik dalam maupun publik luar. Hubungan yang tidak baik dapat menyebabkan ketidaksenangan masyarakat yang pada akhirnya membahayakan kelangsungan bisnis perusahaan. Selain itu, hubungan juga berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan. Humas Sumatera Ekspres telah menjaga hubungan baik kepada Pemerintah Provinsi Sumsel, Pemerintah kota Palembang. Humas Sumatera Ekspres juga membangun hubungan yang positif kepada koleganya, beberapa kolega Sumatera Ekspres ialah PT Tamrin Brother, Daihatsu, Mitsubishi Motors, Astra Motor, PT Surya Vesakha Pamungkas, RRI Palembang, Istana Elektronik, Rahmat Indah Ekspres, UKMC Palembang, Universitas Sriwijaya, Universitas Binadarma, Universitas PGRI Palembang, Universitas Muhammdiyah Palembang, Hotel Duta Palembang, 97,5 FM Palembang, The Kitchen, Gemercik, Gardenta, NewTown, Kampoeng Kayu, Garindo Media Tama.

3. *Backup Management*

Melakukan bantuan pengelolaan atau administrasi kegiatan dalam industry contohnya didevisi operasional, pemasaran, keuangan, teknik dan personalia agar terbentuknya arah iringan dalam suatu struktur tujuan inti organisasi atau perusahaan. Dalam penelitian dilapangan peneliti mendapatkan data bahwa Humas Sumatera Ekspres selalu dilibatkan di setiap bagian perusahaan yang melakukan kegiatan agar terciptanya tujuan yang baik bagi perusahaan. Ketika Bagian Event Organizing mengadakan acara selalu melibatkan Humas dikarenakan Humas berperan untuk menginformasikan event tersebut baik melalui media cetak maupun media online.

Dalam komunikasi Humas terdapat banyak teori salah satunya teori rencana, Charles Berger merupakan orang yang mengembangkan teori perencanaan. Teori ini menyampaikan bagaimana cara individu berpikir cara bagaimana berkomunikasi. Berger menyatakan "Jenjang pernyataan kognitif melalui tujuan yang disampaikan kearah kegiatan". sebutan lain rencana merupakan ilustrasi dari bagian jalan akan dilewati agar mencapai tujuan. Perencanaan merupakan cara akan Tindakan yang akan datang. Komunikasi dibutuhkan agar perencanaan dapat berhasil. Harus disiapkan dengan baik perencanaan komunikasi agar kegiatan yang dipikirkan dapat berjalan lancar sesuai apa

yang diinginkan. Seringnya, pemakaian komunikasi akan lambat bila perencanaan tidak disiapkan sehingga terjadi hambatan dalam kegiatan. orang memiliki jiwa interaksi. sebab, adanya manusia disekitar kita membuat hidup menjadi lebih berharga. Dibutuhkan komunikasi dan perencanaan jika mempunyai tujuan agar mempengaruhi orang lain. Orang dapat mencapai berbagai cara berkomunikasi yang berbeda.(Littlejohn, 2001)

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Humas Sumatera Ekspres peneliti mendapatkan data konsep komunikasi dalam hubungan Humas dan media cetak Sumatera Ekspres ada jenis kegiatan yang dilakukan Humas Sumatera Ekspres antara lain :

1. *Press Release*

Menurut Frank Jefkins press release adalah informasi yang disampaikan oleh humas dalam artian artikel,berita atau berbicara langsung untuk disebarakan melalui media. *Press release* tidak hanya bersangkutan dengan penulisan saja tetapi juga meyangkut foto kegiatan yang memiliki nilai jual. Setiap *Press Release* yang keluar dari Sumatera Ekspres selalu di kelola oleh Humas. Pada bulan Januari 2021 Humas Sumatera Ekspres membuat *Press Release* yang berisikan pengumuman selalu menjaga jarak , memakai masker, dan mencuci tangan sebelum masuk ke kantor Sumatera Ekspres. *Press Release* disebarakan melalui WhattsApp dan dicetak di tempelkan didepan pintu masuk kantor Sumatera Ekspres.



Press Release Yang dibuat oleh Humas Sumatera Ekspres

2. *Jumpa Pers*

Jumpa pers adalah kegiatan terbatas yang dibentuk sebagai wadah untuk menjelaskan, menyampaikan,mempromosikan, atau mempertahankan kebijaksanaan dengan tujuan untuk menguatkan penerimaan dan pengertian massa pada pihak pelopor acara. Capaian konferensi pers agar untuk menjadikan kebutuhan pelopor untuk mengirimkan pernyataan atau informasi individua tau organisasi dengan mengajak media massa supaya meliput dengan ambisi berita akan disebarakan sebanyakya. Publikasi informasi ini diharapkan dapat menaikkan keilmuan dan pemahaman publik sasaran. Pada 30 April 2021 Humas Sumatera Ekspres dan Kementrian Kesehatan Sumatera Selatan mengadakan jumpa pers dalam menyukseskan program vaksinasi bagi masyarakat dan disampaikan melalui media cetak Sumatera Ekspres dan media online Sumeks.co. Link bisa diakses di Sumeks.co



8. Jumpa Pers bersama Pemerintah Kota Palembang.

3. *Pers Gathering*

Pers gathering dilakukan untuk menjalin hubungan wartawan dan humas. *Pers gathering* ini adalah sebuah hasil pengurusan yang disiapkan oleh kantor. Humas Sumatera Ekspres juga harus menjaga baik hubungan dengan wartawan, Salah satu program Humas Sumatera Ekspres agar terciptanya kemistri yang positif dengan cara membentuk forum khusus wartawan agar bisa selalu mendengarkan keluhan dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh wartawan.



Gambar 9. Sumeks.co Network

4. Meningkatkan keyakinan public terhadap organisai dan membuat tempat berkomunikasi untuk publik. Humas juga berperan penting agar berhasilnya komunikasi yang lancer kepada masyarakat, seperti melaksanakan gotong royong agar terciptanya tujuan dan melakukan advertising dan publikasi. Humas Sumatera Ekspres juga harus memikirkan konsep atau ide acara yang akan diadakan dan konsep tersebut dikirimkan ke bagian Event Organizing agar bisa mencapai tujuan bersama.



Gambar 10. Event

EPAPER Sumatera Ekspres

5. Humas perusahaan bersama pengelola pada dasarnya berupaya untuk mendapatkan penghasilan yang menguntungkan. Humas perusahaan wajib mempunyai strategi tersendiri agar dapat menjaga citra perusahaan dan reputasi industri. Apa lagi kini semakin ketat persaingan antar perusahaan. Menjaga Hubungan baik dengan kolega yang memasang iklan agar menjaga keuntungan finansial. Kolega Sumatera Ekspres ialah PT Tamrin Brother, Daihatsu, Mitsubishi Motors, Astra Motor, PT Surya Vesakha Pamungkas, RRI Palembang, Istana Elektronik, Rahmat Indah Ekspres, UKMC Palembang. Universitas Sriwijaya, Universitas Binadarma, Universitas PGRI Palembang, Universitas Muhammdiyah Palembang, Hotel Duta Palembang, 97,5 FM Palembang, The Kitchen, Gemercik, Gardenta, NewTown, Kampoeng Kayu, Garindo Media Tama
6. Kerjasama dengan antar media partner seperti radio, televisi dan media online atau cetaki maupun cetak. cukupnya sebuah kolega, jaringan ini harus saling bermanfaat. Untuk anda pelaksana eo, berkolega dengan jaringan bisa menaikan ketulusan event anda dipandangan massa. Dengan begitu acara kamuakan

dipandang berkelas dan wajib didatangi. Sumatera Ekspres juga telah bekerja sama dengan Media TVRI Sumsel dan RRI Palembang.

7. Membentuk Forum Wartawan/ Jurnalis atau Forum WA melakukan aktifitas jurnalistik berbentuk tertulis membuat laporan berita dan yang dikirimkan ke media massa secara lancar. Berita ini bisa disebar dalam media massa Sumatera Ekspres, dan internet. Humas juga memantau kegiatan wartawan yang meliput berita agar tidak terjadi informasi yang keliru.



Gambar 11. Redaksional Sumatera Ekspres

Dalam penelitian ini penulis memahami betapa pentingnya komunikasi Humas Sumatera Ekspres dalam menjaga Eksistensi Media Cetak dikarenakan berpotensi menjaga eksistensi perusahaan. Eksistensi sangat dibutuhkan untuk menunjukkan keberadaan perusahaan dimasyarakat dalam perencanaan Humas sangat mempengaruhi citra perusahaan merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas Humas dalam melakukan administrasi kehumasan membangun citra organisasi dan menjaga eksistensi perusahaan.

B. Strategi Komunikasi Humas Sumatera Ekspres Dalam Perspektif Teori Citra

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Humas Sumatera Ekspres peneliti mendapatkan data dan tanggapan serta upaya yang dilakukan Humas dalam melakukan jenis-jenis citra.

1. *Mirror Image* (Citra Bayangan).

Sumatera Ekspres telah dikenal sebagai Perusahaan Media yang terpercaya tersebar di seluruh kabupaten provinsi Sumatra Selatan dalam memberikan berita baik media cetak maupun online di Sumatera Selatan. Apabila berita yang diterbitkan Sumatera Ekspres tidak valid atau belum teruji kebenarannya, Humas akan turun tangan untuk menyampaikan ke masyarakat dan menjelaskan mengapa berita yang diterbitkan Sumatera Ekspres tidak benar. Tetapi sampai saat ini Sumatera Ekspres belum melakukan kesalahan atau memberikan berita palsu.

2. *Current Image* (Citra yang Berlangsung).

Image atau pandangan dari eksternal perusahaan terhadap perusahaan, image yang terbentuk di public eksternal ini ditentukan dari informasi yang mereka dapat mengenai perusahaan, atau hanya sekedar ilusi. Image ini lebih cenderung pada image negative perusahaan (informasi atau pengalaman terbatas). Dalam hal ini citra Sumatera Ekspres memiliki citra positif karena sampai saat ini belum pernah mendapat citra negative dari masyarakat dikarenakan selama ini Sumatera Ekspres mampu memberikan yang terbaik dan sesuai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

3. *Multiple Image* (Citra Beragam)

Image yang bermacam-macam dari public terhadap perusahaan akibat penyampaian, sikap, maupun tingkah laku yang berbeda dari setiap individu (karyawan) yang mewakili perusahaan tersebut dengan tujuan perusahaan. Image ini dapat dibentuk dengan melalui pakaian seragam, warna mobil, simbol, pelatihan staf, bentuk bangunan, papan nama, dll. Produk Sumatera Ekspres, Image dari perusahaan Sumatera Ekspres utama dan terpercaya. Namun citra yang dimiliki perusahaan ini cukup banyak, image ini timbul dari konsumen maupun karyawan. Bila dari karyawan atau perusahaan di mata public produk Sumatera Ekspres adalah sebagai produk yang harga pasaran korannya murah dan mudah diakses melalui online, bila dilihat dari konsumen yang kebanyakan anak muda maka produk Sumatera Ekspres dapat dikatakan sebagai Media Milenial. Selain dua image yang muncul di tengah masyarakat ada banyak image lainnya, seperti media pertama di Sumatera Selatan, sehingga image Sumatera Selatan menjadi citra majemuk.

4. *Corporate Image* (Citra Perusahaan).

pengertian dengan citra perusahaan adalah citra dari seluruh perusahaan baik itu faktor internal maupun factor eksternal.

a. Faktor Internal

- 1) Memiliki ciri tersendiri yang belum dimiliki oleh perusahaan lain di dalam kota Palembang. Contohnya pada *layout* koran sumeks dan kolomnya yang hampir sama dengan media luar Indonesia, dan juga memiliki broadsheet 7 kolom yang dapat mempermudah pembacanya.



Gambar 12. *Layout* Koran Sumatera Ekspres

- 2) Fasilitas gedung yang sangat luas membuat jaringan internal dan eksternal dapat dikelola, membuat seluruh penerbitan sumeks sangat cepat hingga tidak menemukan kendala sedikit pun. Ditambah lagi sumeks memiliki mesin yang canggih yang dapat mencetak 80.000 eksemplar koran dalam hitungan jam.. Dari dukungan Gedung yang besar itu dapat menampung seluruh koran sumeks dalam jangka beberapa minggu kedepannya. Kegiatan ini bisa menghasilkan penyebaran hingga ke titik luar kota Palembang.



Gambar 13. Gedung Sumatera Ekspres

- 3) Memiliki media cetak online yang dapat diakses melalui internet yang bernama Sumeks.co . Sumeks.co merupakan media onlinenya Sumatera Ekspres yang diterbitkan pada tahun 2016. Sama Halnya dengan media cetak Sumeks.co juga digunakan untuk menyampaikan berita yang terbaru dan terpercaya.



Gambar 14. Sumeks.co

- 4) Memiliki dua media cetak ialah salah satunya Palembang pos, Palembang pos merupakan bagian dari Sumatera Ekspres yang berlokasi di seblah Sumatera Ekspres.



Gambar 15. Palembang Pos

b. Faktor Eksternal

- 1) Dengan dibuatnya Nomor: 159/Ditjen PPG/K/1996 tanggal 15 Oktober 1996 tentang Surat Izin Penerbitan Pers (SIUPP), Sumatera Ekspres berhasil menarik minat pembaca yang ada di kota Palembang. Sumatera ekspres merupakan media yang pertama di sumbagsel yang dikelola oleh grup Jawa pos selama kurang lebih lima tahun. Dan telah menjadi koran kebanggan di luar kota Palembang.

- 2) Perancang lebih meyakinkan liputan-liputan istimewa di daerah sumsel tanpa melupakan berita aktual nusantara dan mancanegara.sumatera ekspres juga memiliki beragam nomor yang dapat membuat pembaca semakin mudah.



Gambar 16. Liputan Daerah

- 3) Palembang Telivisi juga bagian dari grup Sumatera Ekspres, Stasiun TV ini yang paling di kenal di bagian Palembang.



Gambar 17. Palembang TV

5. *Wish Image* (Citra Yang Didambakan).

Perusahaan Sumatera Ekspres Yang telah dikenal sebagai perusahaan media sekaligus media pertama yang ada di Sumatera Selatan, untuk mendapatkan citra yang diharapkan Humas Sumatera Ekspres harus tetap menjaga konsisten perusahaan dan memberikan berita sesuai yang masyarakat iriginkan, dan mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern. Sehingga bisa mendapatkan citra yang diharapkan.

Menurut Frank Jefkins dalam buku Public Relations , definisi citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai "kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan."

.Dengan banyaknya tantangan yang dihadapi untuk menjaga eksistensi media cetak Strategi yang dilakukan Humas Sumatera Ekspres dalam teori citra terdapat empat komponen pembentukan citra antara lain : Persepsi. Kognisi. Motivasi. Sikap.

- a) Persepsi diistilahkan sebagai hasil observasi bagian lingkungan yang diikatkan dengan suatu proses pengartian dengan kata lain. Perseorangan menjelaskan makna terhadap apa yang di rasakan oleh perseorangan itu. Kemampuan

mempengaruhi persepsi ini yang bisa membuat pembentukan citra. Pandangan perseorangan akan baik apabila perseorangan itu telah mendapatkan apa yang dapat memenuhi kebutuhan individu itu. Dengan nama perusahaan yang besar serta slogannya utama dan terpercaya serta memberi informasi berita yang luas Sumatera Ekspres dapat menjaga persepsi yang baik dari masyarakat.

- b) Kognisi, yaitu suatu kepercayaan diri dari individu terhadap sesuatu keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. Dengan memberikan kepercayaan dan meliputi berita-berita daerah dan keragaman tanpa melupakan berita kekinian serta menambahkan kolom nomor silet yang dapat mempermudah pembaca Sumatera Ekspres mampu memenuhi kognisi masyarakat.
- c) Motivasi merupakan sebuah keinginan atau dorongan untuk mengubah apa yang ada menjadi lebih baik. Motivasi juga bisa disebut dengan perubahan Motivasi yang dilakukan oleh Sumatera Ekspres ialah mengikuti kemajuan teknologi di era milenial. Dengan mengikuti kemajuan teknologi serta akses internet Sumatera Ekspres telah memiliki Media Online yaitu Sumeks.co yang bisa diakses melalui internet. Mengikuti tipikal milenial yang selalu membuka media sosial Sumatera Ekspres juga memiliki media sosial berupa Instagram dan Facebook agar bisa menarik minat pembaca di media sosial.
- d) Sikap adalah keinginan bertindak, kesan, berfikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap juga tergantung apa yang dirasakan oleh khalayak apa bila individu merasakan yang baik maka sikap mereka akan baik begitu juga sebaliknya apa bila individu merasakan yang buruk sikap mereka akan buruk juga, sikap juga diperhitungkan atau diubah. Sikap yang dilakukan Sumatera Ekspres baik dengan konsumen maupun kolega sangat terbuka sehingga dapat menjaga komunikasi yang baik sehingga dapat menjaga eksistensi perusahaan.

Dalam penjelasan di atas peneliti menjelaskan adanya komunikasi dan kepedulian dari organisme, Dengan begitu proses selanjutnya bisa berjalan. Begitu pula dengan Humas Sumatera Ekspres dalam jaringannya dengan massa, haruslah selalu menggunakan stimulus yang dapat mengorganisasikan pesan pada massa akan diterima dengan positif dalam hal ini mencapai citra yang baik. Maka berikut ini mempunyai orientasi dalam bagan Humas, yakni *image building* (membentuk citra). Menurut penjelasan yang ada peneliti menafsirkan bahwa terdapat komponen yang terbentuknya citra yang bisa menjaga eksistensi perusahaan, yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Persepsi diartikan sebagai hasil observasi unsur lingkungan dimana kapasitas mempengaruhi inilah bisa melanjutkan proses pembentukan citra dengan mengirimkan informasi-informasi kepada khalayak untuk menimbulkan suatu itikad. Sehingga dari itikad tersebut muncul suatu sikap pro dan kontra tentang produk, dari cara itulah terjadinya citra yang positif sehingga dapat menjaga eksistensi Sumatera Ekspres di era milenial.