



Analisa *Optimisme Attitude* Management pada Profil Website PT. Link Pasific Logistic

Fitri Anekawati *

Akademi Pelayaran Nasional Surakarta, Indonesia

Alamat : Jl. Adi Sumarmo No. 4, Kabupaten Sukoharjo, Indonesia

Korespondensi penulis: m.ikhshan@apn-surakarta.ac.id *

Abstract. This study aims to determine the attitude of the company in the fields of cargo, shipping, and port operations at PT. Link Pacific Logistic. The company's attitude can be analyzed through the presentation of the company's profile in describing its objectives and vision to be achieved. The main attraction lies in the company's introduction, which plays an important role in establishing a network of professional collaboration. In this analysis, the researcher has identified three types of attitudes: Permanence – the extent to which the company perceives achievements and challenges as temporary or long-lasting. Pervasiveness – the extent to which the company considers an event to impact the entire operational aspects or only certain areas. Personalization – the extent to which the company attributes successes and challenges to internal or external factors. Based on the research findings, the company's profile presentation shows very significant results, with permanence being the most dominant aspect in describing the company's objectives. social media interaction (source credibility, source homophily, and content quality) positively impacts future intention.

Keywords: attitude management, Permanence, Pervasiveness, Personalization

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap perusahaan di bidang kargo, kapal, dan pelabuhan pada PT. Link Pacific Logistic. Sikap perusahaan dapat dianalisis melalui presentasi profil perusahaan dalam mendeskripsikan tujuan serta visi yang ingin dicapai. Faktor utama yang menjadi daya tarik pertama adalah pengenalan perusahaan, yang berperan penting dalam membangun jaringan kerja sama profesional. Dalam analisis ini, terdapat tiga jenis sikap yang diidentifikasi oleh peneliti, yaitu: Permanence – sejauh mana perusahaan memandang pencapaian dan tantangan sebagai sesuatu yang bersifat sementara atau berkelanjutan. Pervasiveness – sejauh mana perusahaan menganggap suatu kejadian berdampak pada seluruh aspek operasional atau hanya pada bidang tertentu. Personalization – sejauh mana perusahaan mengaitkan keberhasilan dan tantangan dengan faktor internal atau eksternal. Berdasarkan hasil penelitian, presentasi profil perusahaan menunjukkan hasil yang sangat signifikan, dengan sikap permanence sebagai aspek yang paling dominan dalam deskripsi tujuan perusahaan.

Kata kunci: management sikap, permanence, pervasiveness, personalization.

1. LATAR BELAKANG

Media menjadi media komunikasi yang praktis dan efisien dalam menyampaikan tujuan pada perusahaan. Perusahaan dapat terbantu dan terwakili dengan baik serta secara luas dan mampu berkembang menjadi profesional. Tataran sikap optimism pada perusahaan muncul salah satunya pada PT. Link Pasific Logistic. Perusahaan swasta tersebut dapat kita akses dengan mudah untuk memahami tujuan dan dampak yang ingin disampaikan melalui website <https://linkpasipik.com>. *Optimism Attitude Sentence* yang muncul pada website menjadi nilai yang sangat penting pada tujuan nilai perusahaan. Menurut Weekly dan Devito (dalam Liliwari, 2011) komunikasi merupakan proses mengirim pesan untuk memperoleh makna tertentu. *Optimism Attitude Sentence* menjadi salah satu sikap yang harus dimiliki perusahaan

untuk dengan tujuan yang baik. Terdapat dua makna yaitu optimism sebagai prinsip kehidupan yang mengajarkan seorang untuk percaya terhadap kehidupan yang lebih baik dan makna kedua yaitu pada optimisme adalah kehendak seseorang dalam merencanakan tindakan untuk mencapai hasil yang lebih baik atau mempercayai kehidupan yang lebih baik pada perusahaan (Ubaedy dalam Emeraldien, 2019).

Dengan menggunakan bahasa Inggris, PT. Link Pasifik Logistik memaparkan sikap tersebut dan mampu mendeskripsikan dengan baik visioner perusahaan pada masyarakat umum pada penjelasan untuk mempengaruhi audience dalam kunjungan website. Sikap optimism merupakan realisasi dari proses tujuan dalam sebuah perusahaan. Background perusahaan swasta tersebut mampu membuat perhatian yang lebih pada bidang pelayaran dan menarik untuk dibahas. Tujuan dari penelitian ini menjadi analisa sikap optimis yang di tinjau dari kata yang muncul dari profil website untuk memaparkan secara singkat perusahaan pada bidang pelayaran professional.

Berdasarkan KBBI, optimism merupakan bentuk keyakinan pada hal-hal baik. Selain itu, Seligman (2006) menjelaskan bahwa optimism menjadi sebuah kepercayaan seseorang bahwa suatu hal yang buruk adalah sementara, tidak disebabkan oleh faktor lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa optimisme berhubungan dengan cara pandang dan pikiran positif yang dimiliki seseorang. Orang yang memiliki sikap optimisme dalam hidupnya akan dipenuhi dengan harapan-harapan baik, penuh dengan semangat dan percaya diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang analisa *Optimism Attitude Sentence* yang telah dilakukan sebagai bentuk kerjasama yang baik pada bidang jasa ekspesi container di bidang pelabuhan dan logistic. Keterkaitan hal tersebut akan dapat menunjang branding company dalam menarasikan kerjasama dan memunculkan sikap professional baik pada bidang lain untuk meningkatkan kualitas di beberapa tahun kedepan. Hasil dari analisa tersebut untuk mengetahui hal apa saja yang telah dilakukan pada program dan kegiatan sebagai wujud pengembangan perusahaan swasta di perkembangan bisnis maritime Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini akan mengkaji sikap optimism sebuah perusahaan yang dari ranah sistem bahasa pada website. Perusahaan professional mampu menjabarkan dengan baik kinerja yang disampaikan dan sikap yang disajikan. Dengan media tersebut akan mampu menghadirkan kualitas perusahaan untuk pembangunan bisnis maritin Indonesia. Kajian teoritis tersebut antara lain disampaikan oleh Seligman (2006) menyebutkan terdapat tiga aspek yang dapat digunakan untuk membedakan seseorang yang optimis dan pesimis. Perbedaan tersebut dapat

dilihat dari bagaimana cara orang memberikan penjelasan pada kejadian baik maupun buruk yang menimpa mereka. Ketiga aspek tersebut yaitu:

1. *Permanence*, aspek yang menjelaskan mengenai cara individu dalam menanggapi suatu kejadian baik maupun buruk, apakah sifatnya sementara atau permanen. Seseorang yang optimis akan menanggapi suatu kejadian baik dengan mengatakan ungkapan yang bersifat permanen.
2. *Pervasiveness*, aspek yang menjelaskan bagaimana cara individu dalam menanggapi kejadian dengan menilai apakah kejadian tersebut bersifat umum ataupun spesifik.
3. *Personalization*, aspek yang menjelaskan bagaimana cara individu dalam menanggapi suatu kejadian apakah disebabkan oleh faktor eksternal atau internal.

Dengan melihat temuan data, yang akan disampaikan pada point hasil dan pembahasan. Akan diketahui beberapa hal yang menjadi rujukan pada rumusan permasalahan yaitu Apa sajakah jenis *Optimism Attitude Sentence* pada website PT. Link Pasific Logistic sebagai branding media?.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman makna, menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori dan mendeskripsikan realitas. Sumber data dari penelitian ini adalah teks website berbahasa inggris pada website <https://linkpasipik.com>. Dari sumber data tersebut akan dipilih teks - teks yang bersifat optimisme sebagai data penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak dan teknik catat. Menurut Sudaryanto (dalam Dessiliona, dkk, 2019) teknik simak adalah proses menyimak penggunaan bahasa yang dijabarkan. Hal ini dilakukan karena objek dalam penelitian ini berupa website. Teknik catat adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencatat hasil penyimakan data pada kartu data (Kurniawati, 2013) Dalam penelitian ini teknik catat digunakan untuk mencatat teks - teks dalam media website profil PT. Link Pasisific Logistic yang bersifat optimisme. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis agar dapat menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Menurut Spradley, (sugiyono, 2013) pada penelitian jenis apapun, analisis data merupakan cara berpikir. Hal tersebut berhubungan dengan pengujian terhadap sesuatu secara sistematis guna menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungan secara keseluruhan. Penggunaan Kualitatif deskriptif merupakan pendekatan dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan rinci mengenai fenomena tertentu tanpa melakukan manipulasi atau interpretasi yang

mendalam. Pendekatan ini sering digunakan untuk memahami pengalaman, persepsi, atau perilaku individu dalam konteks tertentu. Berdasarkan, Lincoln & Guba (1985) menekankan kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif untuk memastikan validitas temuan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Temuan Implikasi Sikap *Optimism Attitude - Permanence* pada profil website PT. Link Pasific Logistic

Terdapat beberapa data yang mengimplikasikan sikap *Optimism Attitude Sentences* pada permanence pada profil website di PT Link Pasific Logistic. Salah satu data yang menunjukkan sikap permanence terlihat pada kalimat dengan nomor data 001/OAS/Permanence yang terlihat pada “*is your trusted partner for international logistics provider*”. Sikap professional pada analisa tersebut terdapat pada kata ‘*trusted*’ untuk membuat nilai kepercayaan kepada masyarakat yakin pada bidang kerjasama. Bahwa sebuah perusahaan swasta yang mampu bersikap professional dan mendapatkan kepercayaan bagi beberapa perusahaan untuk ekspedisi, kapal kargo dan lainnya.

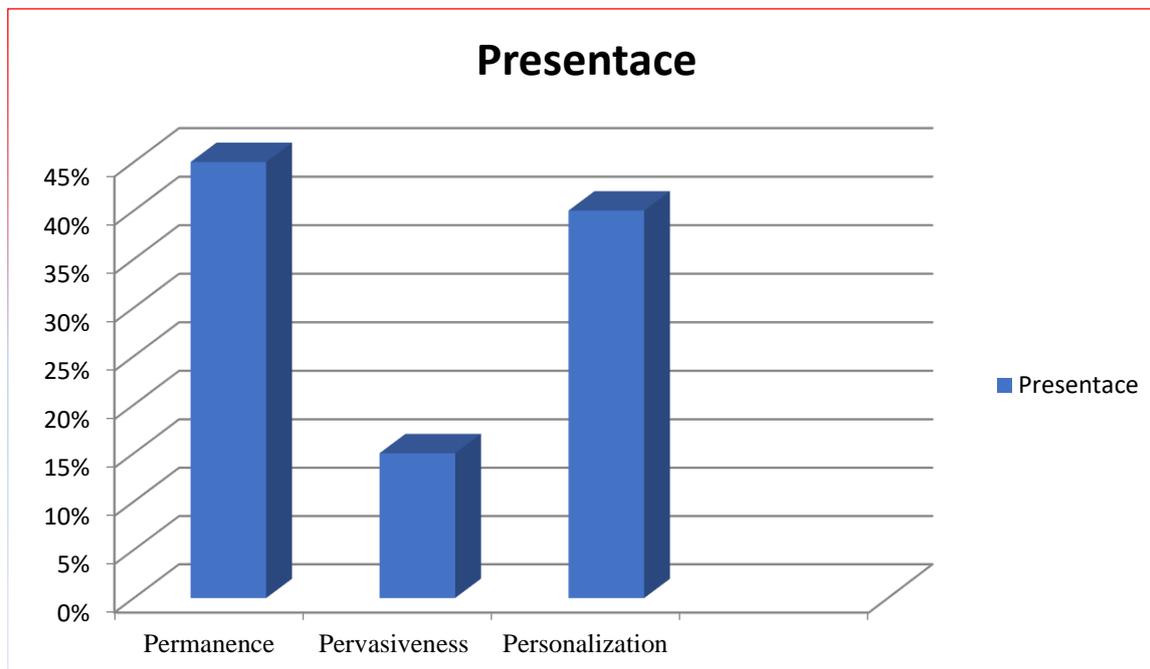
b. Temuan Implikasi sikap *Optimism Attitude - Pervasiveness* pada profil website PT. Link Pasific Logistic

Terdapat beberapa data yang mengimplikasikan sikap *Optimism Attitude Sentence – Pervasiveness* pada profil di website PT Link Pasific Logistic. Salah satu dari data tersebut merupakan aspek yang menjelaskan bagaimana cara individu dalam menanggapi kejadian dengan menilai apakah kejadian tersebut bersifat umum ataupun spesifik. Dapat dilihat dapat dari nomor data 011/OAS/Pervasiveness dengan kalimat “*with a strong presence across Indonesia*”. Pada kalimat tersebut, merupakan sikap yang muncul dari pribadi untuk mewujudkan tujuan maritime Indonesia pada bidang bisnis.

c. Temuan Implikasi sikap *Optimism Attitude - Personalization* pada profil website PT. Link Pasific Logistic

Terdapat beberapa data yang mengimplikasikan sikap *Optimism Attitude Sentence – Personalization*. Pembahasan personalization, aspek yang menjelaskan bagaimana cara individu dalam menanggapi suatu kejadian apakah disebabkan oleh faktor eksternal atau internal. Data yang menunjukkan berapa pada nomor 021/OAS/Personalization pada kalimat “*dedicated to excellence, we aim for seamless logistics, fostering global growth and enduring partnerships*”. Pada data tersebut terdapat penjelasan bahwa perusahaan memiliki dedikasi yang bertujuan untuk mendukung logistic dengan lancar, mendorong

pertumbuhan secara global, dan membangun kemitraan berkelanjutan. Dengan kata lain, sikap personalization merupakan bentuk personal dari tujuan pribadi untuk perusahaan yang memiliki dampak ke Maritim Indonesia.



Berdasarkan data yang ditemukan dengan presentase yang dihasilkan. Management yang berada di Perusahaan tersebut memiliki 3 (tiga) jenis antara lain: Sikap *Optimism Attitude – Permanence*, sikap *Optimism Attitude – Pervasiveness*, dan *Optimism Attitude – Personalization*. Implikasi yang merupakan : Sikap *Optimism Attitude – Permanence* memiliki presentasi 45%, sikap *Optimism Attitude – Pervasiveness* memiliki presentase 15% dan *Optimism Attitude – Personalization* dengan presentase 40%.

Management perusahaan dari PT. PT Link Pasific Logistic memiliki sistem yang mandiri dan akuntable pada bidangnya dengan mengamati sikap permanence. Hal tersebut, pada salah satu aspek dalam teori optimisme yang dikembangkan oleh Martin Seligman dalam konsep Learned Optimism (Optimisme yang Dipelajari). Konsep ini berfokus pada bagaimana seseorang memandang suatu kejadian atau masalah dalam kehidupan mereka, khususnya dalam hal durasi atau ketahanannya. Selanjutnya, sikap *Optimism Attitude – Pervasiveness* merujuk pada salah satu aspek dalam teori optimisme yang dikembangkan oleh Martin Seligman dalam konsep Learned Optimism (Optimisme yang Dipelajari). Konsep ini berfokus pada bagaimana seseorang memandang suatu kejadian atau masalah dalam kehidupan mereka, khususnya dalam hal durasi atau ketahanannya. Pada bagian akhir, *Optimism Attitude – Personalization*, menjadi salah satu komponen utama dalam teori Learned Optimism yang

dikembangkan oleh Martin Seligman. Personalization berkaitan dengan bagaimana seseorang menjelaskan penyebab suatu kejadian, terutama dalam hal apakah mereka menyalahkan diri sendiri atau faktor eksternal.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian yaitu PT. Link Pasific Logistic memiliki komitmen dan menjaga sikap professional untuk pelaku konsumen, kerjasama antara instansi hingga membangun komitmen untuk memajukan bisnis di Maritim Indonesia. Sikap tersebut dapat dibuktikan dengan profil yang dimunculkan oleh perusahaan dalam bentuk bahasa Inggris. Saran penelitian adalah manajemen perusahaan untuk tetap bertahan dan meningkatkan kualitas lebih luas pada penunjangan perusahaan kapal di Indonesia. Perusahaan dengan pola pikir optimis cenderung membatasi masalah hanya pada area tertentu, sehingga dapat lebih mudah bangkit dan menemukan solusi untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Perusahaan yang optimis cenderung menghubungkan kegagalan dengan faktor eksternal (hal di luar kendali mereka), sementara kesuksesan dikaitkan dengan usaha dan kemampuan pribadi. Dengan adanya sistem yang bertujuan untuk meningkatkan resiliensi (daya tahan mental) dalam menghadapi tantangan, karena individu percaya bahwa mereka dapat memperbaiki keadaan dengan usaha yang lebih baik di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Allen, Graham. 2003. Roland Barthes. London: Routledge.
- Alo liliweri, 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Prenada Media Group.
- Alo liliweri, 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Prenada Media Group.
- Annafi, M., dan Liftiah. 2012. Optimisme untuk Sembuh Penyalahguna Napza (Studi Deskriptif di Pusat Rehabilitasi Rumah Damai Semarang). Jurnal Psikologi Ilmiah, 1, ISSN 20(4).
- Barthes, Roland. 2017. Elemen - Elemen Semiologi. Diterjemahkan oleh: Ardiansyah, Muhammad. Yogyakarta: Basabasi.
- Berty, Teddy, Tri. 2021. Olaf Scholz Resmi Dilantik Jadi Kanselir Jerman. <https://m.liputan6.com/global/read/4731945/olaf-scholz-resmi-dilantik-jadi-kanselir-jerman> Diakses pada 23 April 2022
- Emeraldien, dkk. 2019. Representation of Optimism in the Contemporary Advertising: Gojek "Cerdikiawan ". Advances in Social Science Education and Humanities Research Jurnal, vol. 423, no. 2.

- Fauzia, Fitria Nur. 2021. Skripsi. Representasi Sikap Optimisme Dalam Film The Billionaire. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Fiske, John. 2018. Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif.
- Seligman, Martin. 2006. Learn Optimism: How to Change Your Mind and Your Life. New York: Vintage Books.
- Staudenmaier, Rebecca. 2021. Olaf Scholz Sebut Persatuan Jadi Kunci Menghadapi Perubahan. <https://www.dw.com/id/olaf-scholz-sebut-persatuan-jadi-kunci-menghadapi-perubahan/a-60300835> Diakses pada 1 Mei 2022.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.