

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan media massa dengan *public relations (PR)* yang terjalin diteoritiskan sebagai hubungan yang mutual *dependence* atau bisa dikatakan hubungan yang simbiosis mutualis, dimana kedua belah pihak saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat. Ungkapan ini tidak salah karena pada kenyataannya, dalam kegiatan sehari-hari, media massa dan PR saling membutuhkan dalam menjalankan tugasnya. Untuk menyampaikan pesannya kepada masyarakat (dalam hal ini publik), seorang PR membutuhkan media massa. Hal ini disebabkan seorang PR tidak mungkin dapat menjangkau khalayak sarannya yang tersebar dalam sebaran Geografis yang luas, dengan menggunakan komunikasi secara langsung. Kalaupun hal ini dilakukan, tenaga dan biaya sangat besar jelas dibutuhkan. Oleh karena itu, untuk mempermudah pekerjaannya, seorang PR membutuhkan media massa. Sebaliknya, media massa (dalam hal ini adalah institusi media dan pekerjaan media, termasuk wartawan) juga membutuhkan publik relations sebagai sumber berita bagi media massa tersebut.

Sebagai contoh, seorang PR bisa menjadi sumber informasi yang dibutuhkan oleh wartawan ketika wartawan itu membutuhkan informasi yang berhubungan dengan perusahaan tempat mereka berada. Peranan lainnya, seorang PR dapat juga sebagai mediator yang menghubungkan wartawan dengan sumber informasi. Sumber informasi disini misalnya direktur utama, manajer, atau orang-

orang yang memiliki kredibilitas pada topik atau permasalahan tertentu yang ada diperusahaan atau institusi tempat PR itu berada (Darmastuti, 2012: 4).

Sayangnya, fakta yang ada dilapangan sering kali jauh berbeda dengan kondisi ideal yang digambarkan dalam teoridan konsep. Bahkan kondisi dilapangan sangat bertentangan dengan apa yang diharapkan. Hubungan antara PR dan media massa sering kali kurang harmonis. Ada banyak kasus yang terjadi dimasyarakat sebagai bukti hubungan yang kurang baik antara PR dengan media massa. Fakta tentang fenomena hubungan antara PR dan media massa (termasuk wartawan) dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh pusat studi keamanan dan perdamaian (PSKP) Universitas Gadjah Mada (Masduki, 2009: 1). Penelitian yang dilakukan di beberapa perusahaan migas di wilayah eksplorasi Sumatra bagian Selatan (Sumbagsel), khususnya di Provinsi sumatra Selatan dan Provinsi Jambi pada 2008 lalu. Merupakan satu contoh yang menunjukkan kurang harmonisnya hubungan antara PR dan Wartawan (Darmastuti, 2012: 5).

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi. Menurut IPRA (*International Public Relations Association*) Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik di antara mereka. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan

membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakat. Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya. Contoh dari kegiatan-kegiatan Humas adalah: melobi, berbicara di depan publik, menyelenggarakan acara, dan membuat pernyataan tertulis.

Rosady Ruslan, (2006: 16) menjelaskan bahwa humas mempunyai peranan dalam meningkatkan produksi, pelayanan terhadap masyarakat secara umum. Selain itu, humas juga mempunyai fungsi sebagai penghubung antara organisasi dengan publik internal dan eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Tugas seorang humas adalah:

- a) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi)
- b) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c) Melayani keinginan publik dan memberi sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.

- d) Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publik atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (Cutllip, 2009: 6)

Untuk itu, perlu diketahui bahwa dalam sebuah perusahaan hendaknya memiliki hubungan yang baik dengan media relations dan juga harus terbuka dalam penyampaian berita atas perusahaannya tersebut. Salah satu akses menjaga reputasi perusahaan adalah lewat media, karena media adalah salah satu jembatan komunikasi antara perusahaan dan publiknya. Media sering kali menjadi acuan bagi publik untuk bergerak dan bertindak atas sebuah isu yang dipublikasikan, karena media dianggap sebagai pihak yang objektif, independen, jujur dan tidak memihak.

Jika faktanya demikian, maka sebuah perusahaan yang sangat mementingkan reputasinya. Memerlukan ‘penjinak’ jembatan perusahaan dan publik perusahaan ini. Penjinak media ini sering kali disebut *media relations officer* (MRO). *Media Relations* adalah salah satu area aktivitas penting dibagian PR, selain *internal communication*, *government relations*, *investor relations*, *issue & crisis management* dan *publik affairs*.

Cutllip, (2009: 9) menjelaskan fungsi *media relations* meliputi empat tujuan penting bagi perusahaan, yakni:

1. *Branding* identitas perusahaan.
2. Meningkatkan reputasi perusahaan.
3. Memelihara imej publik.

4. Menciptakan pesan-pesan konsisten untuk media, baik media umum maupun media segmen.

Menurut PRO Universitas Winconsinu-River Fall, Barbara Averill (1997), “*media relations* hanyalah salah satu bagian dari PR, namun bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien. begitu kita bisa menyusun pesan yang bukan saja diterima, tetapi juga dipandang penting oleh media lokal, maka kita sudah membuat langkah besar keberhasilan program kita” (Iriantara, 2005: 28). Berdasarkan pendapat ini, averill mengungkapkan bahwa *media relations* menjadi hal yang sangat penting dan efisien dalam pekerjaan seorang PR di perusahaan. Sama halnya dengan PT. Riau andalan Pulp and Paper (RAPP) merupakan sebuah Perusahaan swasta yang bergerak dibidang produksi pengolahan *Pulp* (bubur kertas) dan *Paper* (kertas) yang merupakan sebuah perusahaan terbesar di Asia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1993, dan mulai produksi pada januari 1995. Disini peran humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper dibagian *Corporate Communication* adalah mengubah, mengajak, serta memberikan penyuluhan kepada beberapa masyarakat baik secara langsung ataupun melalui media massa.

Didalam PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP), memiliki tujuh Departement yang memiliki tugasnya masing-masing, dan salah satunya adalah bagian *Corporate Communication (corpcomm)*. *Corpcom* merupakan salah satu departemen yang berhubungan langsung dengan *media relations*, untuk menciptakan citra positif bagi perusahaan. *mediarelations* sangat berpengaruh besar bagi perusahaan untuk publisitas agar khalayak tau apa-apa saja yang dilakukan Perusahaan tersebut. Kerjasama antara Humas PT. RAPP dengan

media-media lokal dalam bentuk MOU dengan beberapa media Riau Pos, Tribun, Haluan Riau, Metro Riau, Riau Terkini, Harian Vokal, dan Harian Detail.

Humas PT. RAPP memberikan opini kepada masyarakat melalui media-media yang melakukan kerjasama dengan perusahaan, humas menyampaikan bahwa perusahaan melakukan berbagai upaya untuk memperhatikan lingkungan serta memperhatikan masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan beroperasi, dan humas juga memberikan informasi kalau perusahaan memberikan dana sosial serta bantuan kepada masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan, serta berusaha tidak melakukan pencemaran lingkungannya.

Media relations atau sering disebut dengan hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi Perusahaan yang bersangkutan (Jefkins, 1992: 98).

RAPP merupakan perusahaan yang memproduksi kertas dan bubur kertas yang bahan baku utamanya kayu. Bagi masyarakat terjadinya penebangan hutan secara besar-besaran dilakukan oleh RAPP, sehingga masyarakat beranggapan kalau terjadinya kerusakan hutan akibat RAPP yang memiliki banyak Hak Pengelolaan Hutan (HPH). Maka disinilah salah satu fungsi humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat kalau RAPP tidak melakukan penebangan hutan tersebut, karena RAPP memiliki Hutan Tanaman Industri (HTI) sendiri yang mereka kelola sendiri untuk memenuhi kebutuhan kayu untuk pembuatan kertas dan bubur kertas tersebut, sebagai produk utama RAPP.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti secara ilmiah dan memilih judul “Analisis fungsi Humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) dalam menjalin Hubungan dengan Media Massa”.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Dalam menjalankan usahanya, suatu perusahaan memerlukan suatu dukungan berupa citra perusahaan yang positif. Hal ini menjadi penting, karena tanpa adanya citra yang positif, suatu perusahaan tidak akan ada orang yang mau membeli produk atau menggunakan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, citra yang positif dari sesuatu perusahaan merupakan harta yang tak ternilai harganya. Untuk dapat mempertahankan atau menjaga citra positif tersebut, perusahaan memerlukan medium PR. Dengan melakukan PR, perusahaan dapat berkomunikasi dengan khalayak sasaran dari perusahaan tersebut. Sehingga, publik yang dituju oleh perusahaan tersebut dapat mengetahui bagaimana sebenarnya citra perusahaan tersebut.

Supaya komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berjalan dengan efektif, dan pesan yang ingin disampaikan dapat tepat sasaran, maka perusahaan membutuhkan bantuan dari media massa untuk memperlancar hubungan komunikasi tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan *media relations* yang efektif, sebab tanpa adanya *media relations* yang efektif media massa akan cenderung mempublikasikan berita-berita negatif dari perusahaan, bukan berita positif seperti yang diinginkan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu “Bagaimana Fungsi Humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) dalam menjalin hubungan dengan media massa.”

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis berusaha memberikan perumusan masalah sebagai berikut;

1. Bagaimanakah Fungsi Humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) dalam menjalin hubungan dengan media massa?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi fungsi humas dalam menjalin hubungan dengan media massa?

D. Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi analisis masalah di atas agar penelitian terarah maka penelitian ini difokuskan pada;

1. Fungsi Humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) dalam menjalin hubungan dengan media massa.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi fungsi humas dalam menjalin hubungan dengan media massa.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis fungsi humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) dalam menjalin hubungan dengan media massa.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi fungsi humas dalam menjalin hubungan dengan media massa.

2) Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, dan dibidang *public relations* pada khususnya.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai aplikasi ilmu yang diperoleh selama studi secara teori, serta sebagai suatu pelajaran dan pengalaman mengenai masalah penelitian yaitu Analisis Fungsi Humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Media Massa.
- 2) Penelitian ini berguna untuk mahasiswa Universitas Islam Riau secara umum, dan mahasiswa/mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi secara khusus (Konsentrasi Humas). Serta sebagai literatur terutama untuk peneliti pada kajian yang sama.

- 3) Bagi PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP), hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau evaluasi khususnya tentang Analisis Fungsi Humas PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Dalam Menjalin Hubungan Dengan Media Massa Dalam Penyampaian Informasi Bagi Masyarakat.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau