

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PERANAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI MEDIA
MASSA PADA SUB BAGIAN HUMAS (HUBUNGAN MASYARAKAT) DAN PORTAL DI
PT PERKEBUNAN NUSANTARA V**

KERTAS KERJA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Menamatkan Studi Jenjang Diploma Tiga
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Administrasi Perkantoran
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



Oleh:

DINA UTAMI
NPM : 167420586

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PERKANTORAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan kertas kerja ini.

Selama penulis melakukan praktek kerja lapangan (PKL), yang dimulai sejak tanggal 02 Januari 2019 s/d 02 Maret 2019, maka penulis mengangkat judul tentang, “Peranan Humas dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Media Massa Pada Sub Bagian Humas (Hubungan Masyarakat) dan Portal di PT Perkebunan Nusantara V”

Dalam penyusunan kertas kerja ini penulis mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya tidak lupa penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH,MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Program Studi Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
2. Bapak Dr. H. Moris Adidi Yogia, S.Sos., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan izin penelitian ini.

3. Ibu Eka Komalasari, S.Sos.,M.Si selaku ketua Program Studi Diploma Tiga Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan support kepada penulis selama ini
4. Ibu Evi Zubaidah, S.Sos., I, MPA selaku Sekretaris Prodi yang telah membantu administrasi dalam menyelesaikan kertas kerja ini.
5. Bapak Dr. Nurman, Sos., M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah membantu dalam memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan kertas kerja ini
6. Bapak Sampe Sitorus selaku Kepala Sub Bagian Humas dan Investor. Bapak Risky Atriyanasyah dan Bapak Subhan Fitriah selaku Staff Sub Bagian Humas dan Portal. Dan untuk Bapak M. Ichsan dan Bapak Sukir Siswanto selaku Krani Arsip dan Krani Publikasi atas bantuannya dan bimbingannya selama magang.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah membimbing dan mengajarkan Ilmu kepada penulis selama masa kuliah
8. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan jasa pelayanan bagi penulis.
9. Teristimewa kepada Orang Tua penulis Bapak Atri Turangga dan Mama Linda Susanti serta adek tercinta Alya Atila Putri yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi dan pengorbanan baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan kertas kerja ini.

10. Teruntuk sahabat sahabat tersayang saya Selly Oktivika, Rafiqah Rahmi, Messy, Diana, Delia, Hanif serta teman “Forever Prend” dan rekan rekan mahasiswa D3 Administrasi Perkantoran seangkatan 2016 yang memberi dukungan dan semangat. Dan tak lupa pula yang terspesial untuk Andrea yang telah memberikan dukungan, semangat, saran, kritik dan perhatian yang selalu membantu dalam penyusunan kertas kerja ini.

11. Terimakasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian kertas kerja ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Laporan Kertas Kerja ini masih banyak kekurangan dari segi isi maupun bahasa. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi menyempurnakan Laporan Kertas Kerja ini dimasa yang akan datang. Penulis mengharapkan semoga Laporan Kertas Kerja ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN NASKAH KERTAS KERJA.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Variable Dan Indikator Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Kertas Kerja.....	8
BAB II DESKRIPSI UMUM ORGANISASI PT PN V PEKANBARU.....	10
A. Sejarah Ringkas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.....	10
B. Struktur Organisasi.....	22
C. Fungsi dan Tujuan Organisasi.....	25
D. Sumber Daya Organisasi.....	28

BAB III STUDI KEPUSTAKAAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Variabel, Indikator dan Kepustakaan Pendukung	40
B. Pembahasan Data Sekunder Indikator Variabel	54
C. Pembahasan Faktor Pendukung Indikator Variabel	65
D. Pembahasan Faktor Penghambat Indikator Variabel	66
BAB IV PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Unit-Unit Usaha PT Perkebunan Nusantara V	13
Tabel II.1 Susunan Karyawan Menurut Jenjang Pendidikan.....	29
Tabel II.2 Susunan Karyawan Menurut Jenis Kelamin	30
Tabel II.3 Susunan Karyawan Menurut Status Perkawinan	30
Tabel II.4 Susunan Karyawan Menurut Masa Kerja	31
Tabel II.5 Susunan Karyawan Menurut Agama	31
Tabel II.6 Susunan Karyawan Berdasarkan Jabatan Dan Golongan	32
Tabel II.7 Susunan Karyawan Menurut Pengalaman Kerja.....	32
Tabel II.8 Susunan Karyawan Menurut Pengalaman Jabatan.....	33
Tabel III.1 Pemberitaan Terkait Perusahaan Selama Bulan Januari 2019 ..	55
Tabel III.2 Presentasi Pemberitaan.....	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Logo PT Perkebunan Nusantara V	21
Gambar II.2 Struktur Organisasi Perusahaan	23
Gambar II.3 Struktur Organisasi Perusahaan	24
Gambar III.1 Grafik Tone Berita	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penulis	69
Lampiran 2 Piagam Penghargaan Portal Terbaik	71



**PERANAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
MELALUI MEDIA MASSA PADA SUB BAGIAN HUMAS (HUBUNGAN
MASYARAKAT) DAN PORTAL DI PT PERKEBUNAN NUSANTARA V**

ABSTRAK

Dina Utami

Humas (Hubungan Masyarakat) memiliki peranan yang sangat penting, sebab adanya berita negatif maupun berita positif dapat ditangani humas. Dapat dilihat oleh penulis sendiri ketika terjadinya demo di PT PN V. Pihak Humas menangani dengan cepat dan tanggap. Adapun selaku Kepala Sub Bagian Humas dan Portal menghadapi dan berinteraksi dengan pihak pendemo. Walaupun terjadi aksi dorong mendorong tetapi Humas PT PN V, memberi respon yang baik dan bijaksana. Ini ditandai dengan adanya peranan humas yang bersifat terbuka kepada masyarakat. Humas (Hubungan Masyarakat) dapat dijadikan sebagai jembatan antara suatu badan atau lembaga dengan publik eksternal maupun internal, karena itu posisi humas sangat diperlukan dalam manajemen suatu kelembagaan. Menurut (Suhandang, 2004:44) Humas adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga dapat memperoleh kepercayaan terhadap seorang atau organisasi. Peranan Humas PT PN V dalam membangun citra perusahaan melalui media massa sangat baik, media massa bukan semata untuk mempublikasikan, namun bertanggung jawab dalam membuat dan membentuk citra positif PTPN V melalui media cetak maupun media online. Dapat juga kita lihat dari tugas-tugas humas yaitu, (1) siaran pers (2) Konferensi Berita (3) siaran tour (4) Kliping berita. Hal ini menjadi penting untuk menjaga citra perusahaan dengan adanya respon yang baik, saling mempercayai, saling pengertian bahkan saling menguntungkan antara Humas PTPN V dengan publiknya. Dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang dengan memanfaatkan sosial media seharusnya saat libur kerja dapat juga mempublikasikan berita. Serta meningkatkan kompetensi karyawan sehingga lebih terampil.

Kata Kunci : Peranan, Humas, Citra Perusahaan

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN BUILDING COMPANY
IMAGES THROUGH MASS MEDIA IN SUB SECTION (PUBLIC
RELATIONS) AND PORTALS IN PT PERKEBUNAN NUSANTARA V**

ABSTRACT

Dina Utami

Public Relations (PR) has a very important role, because the presence of negative news and positive news can be handled by public relations. Can be seen by the author himself when a demonstration at PT PNV occurred. Public Relations parties deal quickly and responsibly. As for the Head of Public Relations and Portal Sub-Section faced and interacted with the demonstrators. Even though there was a push and push action, the Public Relations of PT PN V, gave a good and wise response. This is indicated by the role of public relations that is open to the public. Public Relations (PR) can be used as a bridge between an agency or institution with external and internal public, therefore the position of public relations is very necessary in the management of an institution. According to (Suhandang, 2004: 44) Public Relations is an art to create a better public understanding, so that it can gain trust in someone or organization. The role of Public Relations of PT PN V in building the company's image through mass media is very good, the mass media is not only to publish, but is responsible for making and forming a positive image of PTPN V through print and online media. We can also see from public relations tasks, namely, (1) press releases (2) News Conference (3) tour broadcas (4) News clippings. This becomes important to maintain the company's image with a good response, mutual trust, mutual understanding and even mutual benefits between Public Relations PTPN V and the public . By utilizing technology that develops by utilizing social media, it should be able to publish news when working holidays. As well as increasing the hypertension of employees so that they are more skilled.

Keywords: Role, Public Relations, Corporate Image

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Humas atau Hubungan masyarakat yang bahasa asingnya disebut *Public relations* merupakan salah satu fungsi manajemen dari suatu perusahaan. Keberadaannya berfungsi untuk membina hubungan baik antara publik internal dan eksternal organisasinya, bisa mewakili organisasinya ke masyarakat. Selain itu, humas berfungsi mengatur arus masuk dan keluarnya informasi organisasi. (Cutlip, Center & Broom:2009) mengemukakan humas atau istilah poplarnya *public relations* merupakan fungsi dari manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat bagi organisasi dengan publiknya dan mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi. Artinya, fungsi humas dalam menyelenggarakan komunikasi dua arah antara pimpinan dengan publik internal dan publik eksternal, dalam hal ini masyarakat sebagai khalayak sasaran yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai perusahaan tersebut.

Menurut (Aburrachman:2001) tujuan dari humas adalah mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publiknya yang *favorable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan publik harus dikerahkan kedalam dan ke luar. Humas merupakan suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi atau badan.

Humas (Hubungan Masyarakat) merupakan suatu alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi

pembangunan nasional, melalui kerjasama antar pimpinan dengan pegawainya secara internal dan melakukan kerjasama dengan masyarakat ataupun khalayak ramai secara eksternal. Interaksi tersebut dalam bentuk kegiatan dan sekaligus proses komunikasi, yang mana proses komunikasi dalam kegiatan humas merupakan hal yang penting bagi organisasi. Sebab tanpa adanya komunikasi tidak mungkin akan terjadi interaksi.

Dalam sebuah organisasi, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis. Sebagai kegiatan komunikasi, humas berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana yang kondusif dalam kerangka memecahkan masalah antar berbagai stakeholders organisasi, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun image atau citra dari organisasi itu sendiri.

Humas (Hubungan Masyarakat) penting baik bagi lembaga maupun bagi publik eksternal. Selain itu, humas berperan untuk memberikan informasi secara tepat, akurat sehingga mampu diterima dan dapat dipahami oleh publik. Ketika informasi yang diterima oleh publik sudah dapat dipahami tentunya anggapan ketidakpedulian suatu lembaga dapat berubah menjadi sebuah pengertian tentang apa yang telah dilakukan oleh lembaga tersebut dan mampu memberikan citra positif.

Humas (Hubungan Masyarakat) dalam menjalin komunikasi dan relasi publik-publiknya memerlukan media massa. Media massa adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dalam jumlah besar atau sering disebut massa. Menurut (Burhan Bungin, 2006:72) Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Karena itu media relation menjadi bidang penting dalam dunia Humas. Dalam berkomunikasi dan menjalin relasi itu, organisasi pun menggunakan media massa untuk menjaga reputasinya. Humas membutuhkan media, dan media membutuhkan humas. Dalam dunia kerja hubungan media adalah aktivitas

yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (balance) yang mana pada akhirnya nanti mampu menciptakan keuntungan bagi kedua belah pihak baik itu dari perusahaan ataupun medianya.

Hubungan antar media ini dapat membawa perusahaan menjalankan strategi pemasaran mereka, baik dalam meningkatkan promosi ataupun pencitraan. Karena pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang berkelanjutan bagi stakeholder seperti halnya pelanggan, karyawan, pemegang saham. Sebagai strategi bisnis, marketing yang merupakan suatu tindakan penyesuaian suatu perusahaan yang berorientasi pasar dalam menghadapi kenyataan bisnis baik dalam lingkungan mikro ataupun lingkungan makro yang terus berubah.

Dalam hal ini selain pemasaran, promosi juga dapat meningkatkan pencitraan perusahaan, hal ini dikarenakan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Karena dikonsumsi oleh massa yang heterogen, pers mampu membentuk opini khalayak dan menimbulkan citra-citra pihak yang diberitakan. Opini dan citra khalayak bisa muncul sangat positif, bisa juga sangat negatif. Oleh sebab itu penting sekali bagi humas untuk memahami seluk beluk media massa. Sudah sejak lama disadari bahwa pers (media) memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan sebuah lembaga, terlebih bagi lembaga yang haus akan pengakuan masyarakat. Dalam upaya membangun citra positif suatu organisasi, membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang tidak sedikit. Menjalin hubungan baik dengan berbagai media massa yang akan mempublikasikan sesuatu tentang perusahaan/ organisasi maka telah memulai langkah awal membangun citra yang

baik. Lewat media itulah dapat menyebar luaskan secara maksimal informasi yang kita inginkan, agar tercipta suatu citra yang baik bagi organisasi atau perusahaan.

Dalam hal ini yang dilakukan oleh Humas pada PT Perkebunan Nusantara V (PT PN V) sebagai perusahaan yang mengelola kebun sawit dan karet untuk membangun citra yang baik bagi perusahaan maupun bagi masyarakat melalui media massa, baik itu media cetak maupun media online. Salah satu yang penulis amati yaitu ketika terjadinya aksi Demo pada Selasa tanggal 15 Januari 2019. Pendemo yang berasal dari Forum Masyarakat Banja Ladang, Rokan Hulu. Mendatangi kantor PTPN V untuk menuntut haknya atas dugaan Hak guna usaha milik perusahaan di atas lahan milik warga seluas 320 hektare. Disini pihak Humas yang menangani hal ini dengan cepat dan tanggap menghadapi para pendemo. Salah satu Kasubag Humas dan Hubungan Investor yaitu Bapak Sampe Sitorus, turun langsung dan menghadapi para pendemo dan berinteraksi. Terdapat polisi berjaga-jaga untuk mengantisipasi terjadinya hal yang tidak diinginkan. Serta terdapat para wartawan yang meliput kejadian tersebut. Dan demi menjaga citra perusahaan Kasubag Humas memberi respon yang baik dan bijaksana menghadapi para pendemo walaupun ada aksi saling dorong mendorong tapi hal tersebut berangsur reda. Pihak humas pun berkerjasama kepada pihak kepolisian bukit raya untuk meredakan aksi demo tersebut.

Tidak hanya itu pihak Humas PT PN V juga, ketika ada yang berkunjung seperti tamu ataupun wartawan yang datang selalu direspon dengan baik. Dan langsung berinteraksi dengan Bapak Risky Atriyansyah selaku staff sub bagian Humas dan portal.

Dan dalam menangani surat baik itu surat dari internal maupun eksternal langsung ditanggapi dan diteruskan ke bagian sekretaris perusahaan. Salah satu penulis yang amati ketika mendapatkan surat kunjungan dari Universitas Pertahanan,

dalam rangka kunjungan untuk mengetahui sawit dan berbagai mitos tentang sawit. Pihak Humas dengan cepat dan tanggap dalam menyusun acara, memberi materi dan mendokumentasi kan acara tersebut.

Serta dalam mempublikasikannya berita-berita baik berita yang ada dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Pihak humas setiap hari mengupdate berita seperti info sawit dan info karet serta yang berhubungan dengan PT PN V. Yang penulis sendiri juga ikut serta dalam pencarian berita hingga mempublikasikan berita.

Hal ini pula yang ditandai dengan adanya respon yang baik, saling mempercayai, saling menguntungkan dan saling pengertian antara Humas PT PN V dengan publiknya. Baik itu pada para pendemo, polisi bahkan para wartawan. Citra yang baik dari publik akan selalu memberikan keuntungan dalam jangka panjang terhadap perusahaan, sehingga perusahaan harus selalu menjaga citra tersebut agar tidak merosot atau jatuh dimata publiknya.

Hal ini menjadi penting untuk memperkenalkan perusahaan, baik itu melakukan kegiatan-kegiatan perusahaan yang bersinggungan langsung dengan masyarakat maupun kegiatan yang berada diinternal/didalam perusahaan. Tentu saja hal ini membantu PT Perkebunan Nusantara V membangun kerjasama dengan media yang ada di Pekanbaru. Hal ini dapat dimanfaatkan baik untuk meningkatkan promosi ataupun pencitraan mereka ditengah masyarakat Riau. Berdasarkan hal tersebut penulis menganggap ini adalah salah satu fenomena menarik untuk diteliti yang pada akhirnya dapat diharapkan mampu menjadi tolak ukur keberhasilan Humas dalam membangun Media Relation. Apakah hubungan yang dijalin mampu meningkatkan promosi terkhusus pencitraan mereka. Dari hal tersebut peneliti mengambil judul **“PERANAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI MEDIA MASSA PADA SUB BAGIAN HUMAS**

(HUBUNGAN MASYARAKAT) DAN PORTAL DI PT PERKEBUNAN NUSANTARA V”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan masalah yang hendak dibahas yaitu :

“Bagaimana Peranan Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam membangun citra perusahaan melalui media massa pada Sub Bagian Humas dan Portal?”

C. Variable dan Indikator Masalah

Variable :Peranan Humas (Hubungan Masyarakat)

- a. Tugas Humas (Hubungan Masyarakat)
- b. Tanggung Jawab Humas (Hubungan Masyarakat)
- c. Wewenang Humas (Hubungan Masyarakat)

D. Tujuan dan Manfaat Kertas Kerja

1. Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian variable dan indikator masalah diatas, maka kertas kerja ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan peranan humas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dalam membangun citra perusahaan melalui media massa
- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan faktor pendukung dan faktor penghambat humas di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dalam membangun citra perusahaan melalui media massa



2. Manfaat Kertas Kerja

Berdasarkan Tujuan Kertas Kerja diatas maka manfaat kertas kerja ini adalah :

a. Kegunaan Teoritis,

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memacu perkembangan ilmu administrasi dan Publik Relation, dan meningkatkan pemahaman peneliti terhadap faktor-faktor yang dapat membangun citra perusahaan melalui media massa

b. Guna Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi dan dapat member manfaat dan tata sekunder bagi kalangan akademis yang ingin meneliti hal yang sama

c. Guna Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan memberikan sumbangan pemikiran sebagai masukan yang bermanfaat didalam PTPN V bagian Sekretaris Perusahaan pada Sub Bagian Humas & Portal.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

DESKRIPSI UMUM ORGANISASI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA V (PERSERO)

A. Sejarah Ringkas Perusahaan

PT Perkebunan Nusantara V (Persero) merupakan salah satu Perusahaan perkebunan besar milik negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengelola budiaya sawit dan karet meliputi pembukaan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan sampai dengan pengolahan hasil produksinya menjadi barang jadi dan setengah jadi berupa minyak sawit dan inti sawit. Didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia (PP) No. 10 Tahun 1996 tanggal 14 Februari 1996 tentang “Penyetoran Modal Negara Republik Indonesia untuk pendirian perusahaan Perseroan (Persero) PTP N V”. Pada awalnya merupakan proyek-proyek pengembangan kebun PT Perkebunan (PTP) II, PTP IV dan PTP V di Provinsi Riau. Secara efektif perusahaan mulai beroperasi sejak tanggal 9 April 1996 dengan kantor pusat terletak dikawasan jalan Rambutan No. 43 Pekanbaru.

Anggaran Dasar Perusahaan diaktakan oleh Harun Kamil SH., Notaris di Jakarta dengan Akta No. 38 tanggal 11 Maret 1996 dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. C2-8333.HT.01.01TH.96 tanggal 8 Agustus 1996 dan telah diumumkan

dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 80 tanggal 4 Oktober 1996 serta Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 8565/1996.

Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir sejalan dengan terbitnya Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 2014 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia ke dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara III yang mengalihkan 90% saham PTPN V dari milik Negara menjadi milik PTPN III. Perubahan struktur saham ini merubah status Perusahaan dari BUMN menjadi Anak Perusahaan Holding BUMN Perkebunan dengan PTPN III sebagai Champion.

Perubahan tersebut diatas dituangkan dengan Akta No. 26 tanggal 23 Oktober 2014 dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan, SH. M.Kn. Notaris di Jakarta Selatan. Dan telah mendapat pengesahan dari Menkumham RI melalui Surat Nomor: AHU-10531.40.20.2014 tanggal 04 November 2014.

Perusahaan per Desember 2014 memiliki kebun inti sawit dengan total luas areal tanaman seluas 78.340,09 Ha dengan komposisi TM seluas 57.419,60 ha, TBM seluas 17.540,09 ha, TB/TU/TK seluas 2.736, areal bibitan seluas 127,40 ha dan areal non produktif seluas 517 ha. Perusahaan juga memiliki kebun inti karet dengan total luas areal 8.184

ha dengan komposisi TM seluas 5.215 ha, TBM seluas 2.898 ha, TB/TU/TK seluas 68 ha dan bibitan seluas 3 ha.

Untuk mengolah komoditi kelapa sawit, Perusahaan memiliki 12 unit Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dengan total kapasitas olah terpasang sebesar 570 ton TBS per jam dengan hasil olahan berupa minyak sawit dan inti sawit. Kemudian untuk mengolah lanjut komoditi inti sawit, Perusahaan memiliki 1 unit Pabrik Palm Kernel Oil dengan kapasitas terpasang sebesar 400 ton inti sawit/hari dengan hasil olahan berupa Palm Kernel Oil (PKO) dan Palm Kernel Meal (PKM).

Pengelolaan areal tanaman saat ini memasuki peralihan dari siklus tanaman pertama (Gen-1) menuju siklus tanaman kedua (Gen-2). Siklus pertama dimulai pada era tahun 1980-an melalui proyek-proyek pengembangan kebun eks PT Perkebunan (PTP) II, IV dan V di Provinsi Riau. Peralihan dari Gen-1 menuju Gen-2 telah dimulai sejak tahun 2003 yang ditandai dengan replanting areal-areal tanaman usia tua/tua renta yang sudah menurun nilai ekonomis produksinya. Fase peralihan Gen-1 ke Gen-2 ini diperkirakan tuntas pada tahun 2017. Pada saat itulah, seluruh tanaman Perusahaan merupakan tanaman Gen-2 yang diharapkan lebih produktif dibandingkan Gen-1, sebagai buah dari inovasi berlanjut di bidang budidaya tanaman.

PT Perkebunan Nusantara V memiliki unit-unit usaha yang tersebar diberbagai Kabupaten di Provinsi Riau, Perusahaan mengelola 51

unit kerja yang terdiri dari 1 unit Kantor Pusat; 5 unit Bisnis Strategis (UBS); 25 unit kebun inti/plasma; 12 Pabrik Kelapa Sawit (PKS); 1 unit Pabrik PKO; 4 fasilitas Pengolahan Karet; dan 3 Rumah Sakit. Areal yang dikelola oleh perusahaan seluas 16.745 Ha, yang terdiri dari 86.219 Ha lahan sendiri/inti dan 74.526 Ha lahan plasma, yang terdiri dari unit-unit nya sebagai berikut :

Table I.1. Unit-unit Usaha PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

No.	Uraian	Kode
1	2	3
Kantor Pusat		
1.	Bagian Sekretaris Perusahaan	SPR
2.	Bagian Satuan Pengawasan Internal	SPI
3.	Bagian Tanaman	TNM
4.	Bagian Teknik dan Pengolahan	TEP
5.	Bagian Keuangan	KEU
6.	Bagian Pemasaran Produk dan Pembelian Bahan Baku	PEM
7.	Bagian Perencanaan Strategis	PST
8.	Change Management Office	CMO
9.	Bagian Sumber Daya Manusia	SDM
10.	Bagian Hukum	HKM
11.	Bagian Pengadaan	PGD
12.	Bagian Pengolahan Kebun Sawit Plasma/KKPA	PKP
Distrik Tandun		
1.	Kantor Distrik Tandun	DTAN
2.	Kebun Tandun	TAN
3.	Kebun Terantan	TER

1	2	3
4.	Kebun Sei Kencana	SKE
5.	Kebun Sei Lindai	SLI
6.	Kebun Tamora	TAM
7.	Kebun Sei Batu Langkah	SBL
8.	PKS Tandun	PTAN
9.	PKS Terantam	PTER
Distrik Sei Galuh		
1.	Kantor Distrik Sei Galuh	DSGH
2.	Kebun Sei Galuh	SGH
3.	Kebun /PKS Sei Garo	SGO
4.	Kebun/ PKS Sei Pagar	SPA
5.	Kebun/ PKS Tanjung Medan	TME
6.	Kebun/PKS Tanah Putih	TPU
7.	Kebun Plasma dan Pembelian TBS/Bokar Sei Garo/ Sei Galuh	PLS-SGO-SPA-SGH
8.	Kebun Plasma dan Pembelian TBS/Bokar Tanah Putih/ Tanjung Medan	PLS-TPU-TME
9.	PKS Sei Galuh	PSGH
Distrik Sei Rokan		
1.	Kantor Distrik Sei Rokan	DSRO
2.	Kebun Sei Rokan	SRO
3.	Kebun/PKS Sei Intan	SIN
4.	Kebun Seiasam	SSI
5.	Kebun Sei Tapung	STA
6.	Kebun Sei Berlian	SBE
7.	Kebun Plasma dan Pembelian TBS/Bokar Sei Tapung/ Sei Intan/Sei Rokan/ Tandun/ Terantam	PLS-STA-SIN-SRO-TAN-TER
8.	PKS Sei Rokan	PSRO

1	2	3
9.	PKS Sei Tapung	PSTA
Distrik Lubuk Dalam		
1.	Kantor Distrik Lubuk Dalam	DLDA
2.	Kantor Lubuk Dalam	LDA
3.	Kebun/PKS Sei Buatan	SBT
4.	Kebun Air Molek I	AMO I
5.	Kebun Air Molek II	AMO II
6.	Kebun Plasma dan Pembelian TBS/Bokar Sei Buatan/Lubuk Dalam/ Air Molek	PLS-SBT-LDA-AMO
7.	PKS Lubuk Dalam	PLDA

Sumber Data : PT Perkebunan Nusantara V Pusat, Pekanbaru Tahun 2019

PT Perkebunan Nusantara V berdasarkan Surat Keputusan No : 500/SK/29/X/2014 menetapkan Visi dan Misinya yang baru yang termasuk kompetensi inti yaitu :

a. Visi

“Menjadi Perusahaan Agribisnis Terintegrasi yang Berkelanjutan dan Berwawasan Lingkungan”

Penjelasan secara detail Visi Perusahaan diuraikan dibawah ini :

1. Makna terintegritas

Mengelola Komoditas Kelapa Sawit dan Karet sebagai bisnis utama perusahaan, mencakup kegiatan di hulu dan hilir, yang secara terpadu melalui pemanfaatan hasil riset dan teknologi.

2. Makna berkelanjutan dan berwawasan lingkungan

Dalam mencapai tujuan bisnisnya perusahaan memperhatikan peningkatan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dengan mengintegrasikan ekonomi, social dan lingkungan kedalam strategi bisnisnya.

b. Misi :

1. Pengelolaan Agro industri Kelapa Sawit dan Karet secara efisien bersama mitra untuk kepentingan stakeholder.
2. Penerapan prinsip-prinsip Good Corporate Governance, kriteria minyak sawit berkelanjutan, penerapan standar industri dan pelestarian lingkungan guna menghasilkan produk yang dapat diterima oleh pelanggan.
3. Penciptaan keunggulan kompetitif di bidang SDM melalui pengelolaan sumber daya manusia berdasarkan praktek-praktek terbaik dan sistem manajemen SDM terkini guna meningkatkan kompetensi inti perusahaan.

Penjelasan secara detail Misi Perusahaan di uraikan dibawah ini :

1. Agro bisnis

Adalah suatu kegiatan bisnis dalam industry perkebunan yang mencakup kegiatan di hulu dan hilir.

2. Kelapa Sawit dan Karet

Adalah jenis budi daya yang dikelola dan menjadi *core business* dalam industry perkebunan.

3. Efisien

Efisien adalah ukuran yang menunjukkan bagaimana baiknya sumber-sumber daya digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan *output*.

4. Mitra

Dalam melakukan kegiatannya, perusahaan mengembangkan dan menjalankan prinsip-prinsip kemitraan untuk tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan dan perkembangan yang dialami oleh perusahaan juga harus dialami oleh pertumbuhan dan perkembangan mitra-mitra perusahaan. Perusahaan tidak menganut prinsip-prinsip egoitis yang hanya memikirkan diri sendiri untuk tumbuh dan berkembang.

5. Kepentingan *Stakeholder*

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, perusahaan akan terus berupaya memperhatikan kepentingan-kepentingan *Stakeholder*-nya.

6. Berwawasan lingkungan

Perusahaan akan terus menerus meningkatkan kualitas lingkungan hidup ditempat beroperasinya melalui penerapan system manajemen lingkungan dengan meningkatkan kesadaran kepada seluruh jajarannya akan pentingnya pelestarian lingkungan.

7. Unggul

Perusahaan akan terus menerus meningkatkan daya saing melalui keunggulan SDM merupakan kunci keberhasilan perusahaan dalam

penguasaan teknologi dan peningkatan daya saing. Karakteristik SDM yang akan dikembangkan adalah :

- a. Memiliki kemauan dan kemampuan untuk mengembangkan diri.
- b. Mampu bekerja secara professional dan dalam *team work*
- c. Memiliki kemampuan berkomunikasi
- d. Memiliki daya saing individu yang kuat
- e. Memiliki motivasi untuk berkarya demi memajukan Perusahaan
- f. Memiliki sifat proaktif (kreatif dan inisiatif) dan antisipatif, serta memiliki sikap mental maju.

c. System Tata Nilai Perusahaan

1. Falsafah

“Setiap insan PT PN V (Persero) meyakini bahwa kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhlas akan bermakna bagi perusahaan, mitra kerja, masyarakat, dan lingkungan, untuk mencapai kinerja unggul”

2. Motto

“Journey to excellence” (Menuju Keunggulan)

3. Nilai-nilai Perseroan

“Sinergi, Integritas, Profesional” (SIP)

4. Kompetensi Inti

“Mengelola Kebun Inti, Plasma dan Kemitraan dalam pemenuhan bahan baku untuk menghasilkan produk yang berkelanjutan dan sesuai harapan pasar”

Logo PT Perkebunan Nusantara V



Gambar 2.1 Logo PT Perkebunan Nusantara V

Logo PT Perkebunan Nusantara V yang menyerupai daun kelapa sawit yang berkembang dan melekuk halus tanpa ujung yang tajam merupakan manifestasi dari *core business* perusahaan yang terus tumbuh dan berkembang pula. Logo ini juga menggambarkan konsistensi produksi, keseimbangan dan fleksibilitas Perusahaan dalam menghadapi tantangan global. PT Perkebunan Nusantara V dilambangkan dengan daun kelapa sawit yang berjumlah 5 helai.

Sementara tulisan logo ptpn 5 yang ditempatkan simetris dibawah *logo mark* melambangkan pohon sawit yang berakar dari perkebunan PTPN V dan pemilihan huruf *non capital* memperlihatkan keterbukaan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang bersama mitra. Dengan 4 warna utama yaitu kuning-orange, hijau dan biru mempresentasikan bermacam makna. Kuning-orange merupakan personifikasi *core bussine* yaitu CPO, identitas provinsi Riau, dan etos kerja insan perseroan yang mengoperasikan perusahaan. Hijau personifikasi *core production* yaitu perkebunan ramah lingkungan. Biru memberikan arti perusahaan yang siap

bersaing secara global dan menjadi wadah bagi semua elemen penting perusahaan.

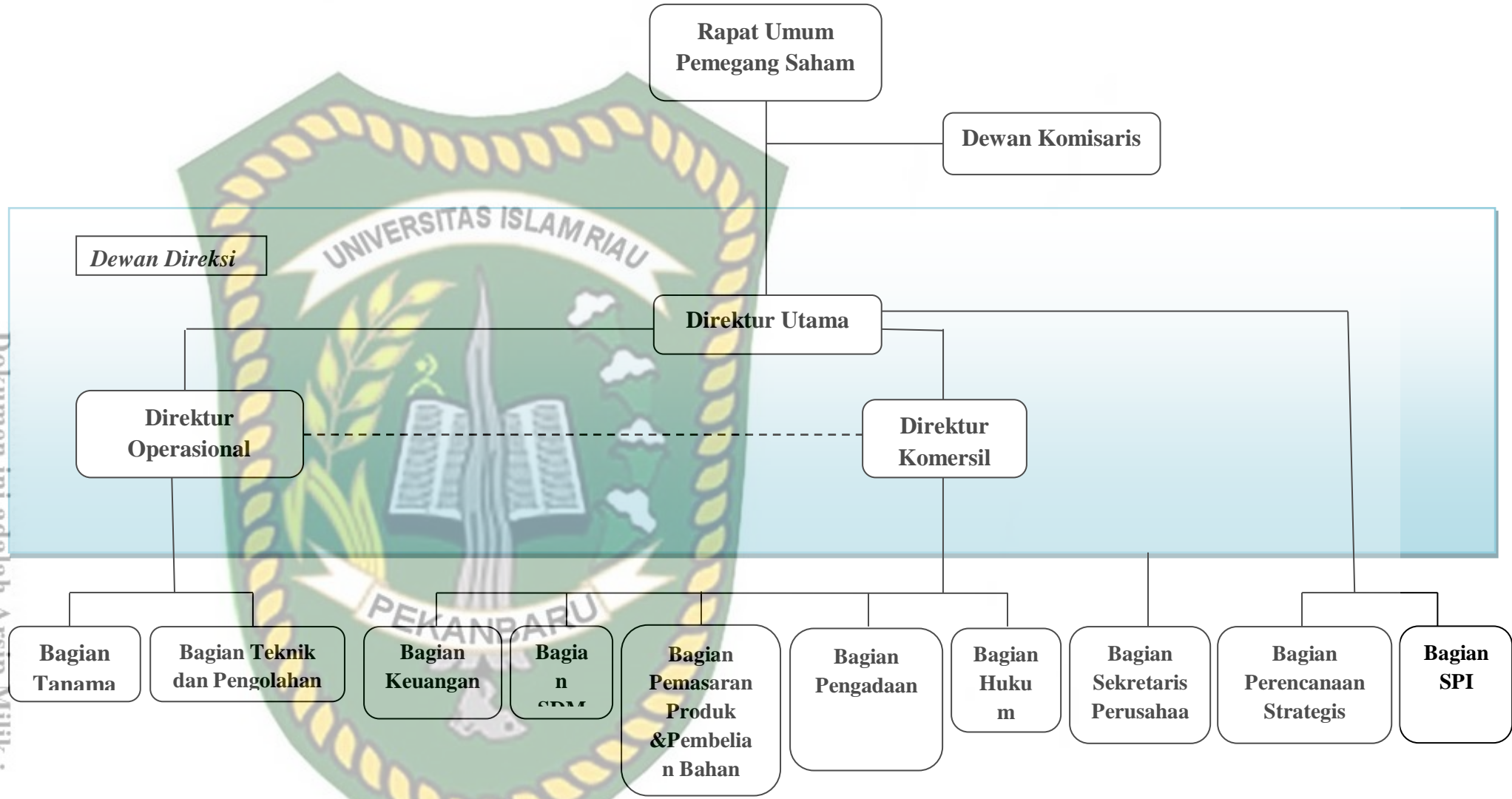
B. Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi yaitu sekelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih (social entity) yang dengan sadar bekerja sama secara terpadu (consciously coordinated) dalam suatu konteks tertentu, menurut batasan-batasan (boundaries) dan fungsi-fungsi tertentu guna mencapai suatu tujuan bersama tertentu atau suatu perangkat (set off) tujuan-tujuan bersama tertentu. (Filsafat administrasi,2007:107)

Organisasi memiliki struktur yang menggambarkan kedudukan setiap orang dalam organisasi. Struktur organisasi memberikan informasi yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang dibentuk, atau dengan kata lain diciptakan secara resmi. Struktur organisasi memberikan gambaran hierarki secara berjenjang tentang kewenangan dan tanggungjawab dalam pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing pejabat dalam organisasi, sehingga daya guna dan hasil guna yang diharapkan dapat terwujud dengan baik. Berdasarkan struktur organisasi pada PTPN V dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

II.2 Gambar Struktur Organisasi Perusahaan

STRUKTUR ORGANISASI PT PN V



II.3 Gambar Struktur Pengurus Bagian Sekretaris Perusahaan Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor PT Perkebunan Nusantara V Pusat Pekanbaru,

Tahun 2019



Sumber Data : PT Perkebunan Nusantara V Pusat, Pekanbaru Tahun

2019

C. Fungsi dan Tujuan Organisasi PT Perkebunan Nusantara V

1. Fungsi Organisasi PT Perkebunan Nusantara V

Fungsi didirikan nya PT. Perkebunan Nusantara V adalah ikut melaksanakan, menjunjung kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, serta pembangunan dibidang sub sektor pertanian pada khususnya dengan menerapkan prinsip-prinsip “Perseroan Terbatas”.

2. Tujuan Organisasi PT Perkebunan Nusantara V

Pendirian perusahaan menciptakan pertumbuhan penjualan dan laba yang berkelanjutan serta meningkatkan aset perseroan untuk memberikan nilai tambah kepada stakeholder dan stakeholder. Maksud dan tujuan perseroan tercantum dalam anggaran dasar perseroan (akte notaris H. Budi Suyono No. 40 tgl 26 Juni 2009 serta persetujuan akta perubahan anggaran dasar dari Kementrian Hukum dan HAM Nomor AHU.37318.AHA.01.02 Tahun 2009). Dan tujuan perusahaan dapat dilihat dari uraian Visi, Misi diatas yang merupakan kompetensi inti perusahaan.

3. Tugas dan Tanggung Jawab Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor

Uraian Tugas masing-masing Pada Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor Bagian Sekretaris Perusahaan PT Perkebunan Nusantara V antara lain :

1. Kepala Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor

Kepala Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Menyusun pedoman RKAP yang berkaitan dengan Sub Bag Humas, Hubungan Investor.
- b. Menyusun program kegiatan dan anggaran Sub Bagian.
- c. Melaksanakan kegiatan kehumasan, hubungan investor, dan GCG
- d. Melaporkan kegiatan kehumasan, hubungan investor dan GCG secara berkala
- e. Menilai prestasi kerja Staf Sub Bag dan seluruh karyawan pelaksana yang dinilai oleh Asisten Urusan.
- f. Mengikuti perkembangan Undang-Undang dan peraturan-peraturanyang terkait dengan aspek kehumasan, hubungan investor, GCG.
- g. Melayani tamu-tamu perusahaan yang berhubungan dengan Humas, Hubungan Investor, GCG.
- h. Menjaga citra perusahaan.

i. Mendukung terlaksanya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti Sistem Manajemen Kinerja, Sistem Manajemen Mutu ISO 9000 series, GCG, KPKU, dan sistem-sistem manajemen lainnya.

j. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian.

2. Staf Sub Bagian Humas & Portal

Staf Sub Bagian Humas & Portal mempunyai tugas sebagai berikut:

a. Menyiapkan draft pedoman RKAP yang berkaitan dengan Humas, Portal.

b. Menyiapkan draft program kegiatan dan anggaran humas, portal.

c. Mengumpulkan informasi dari sumber terkait untuk keperluan publikasi.

d. Melaksanakan dokumentasi foto, video, peliputan berita, wawancara, serta survei data untuk kepentingan perusahaan.

e. Melaksanakan pengarsipan berita (kliping), distribusi kliping, serta perhitungan tone pemberitaan terkait perusahaan.

f. Menyiapkan bahan publikasi korporasi untuk pihak internal maupun eksternal.

g. Menyiapkan bahan-bahan untuk pelayanan informasi kepada pihak-pihak terkait sesuai kewenangan.

- 
- h. Menerima tamu-tamu perusahaan.
 - i. Menilai prestasi kerja seluruh karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
 - j. Menyiapkan draft laporan pelaksanaan program dan kegiatan humas.
 - k. Mengelola website www.ptpn5.com dan Portal Publik Kementerian BUMN untuk Perusahaan.
 - l. Mengikuti perkembangan di bidang humas untuk mendukung kelancaran tugas.
 - m. Melayani tamu-tamu perusahaan yang berhubungan dengan Urusan Humas.
 - n. Menjaga citra perusahaan.
 - o. Mendukung terlaksananya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti Sistem Manajemen Kinerja, Sistem Manajemen Mutu ISO 9000 series, GCG, dan sistem-sistem manajemen lainnya.
 - p. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Urusan dan Kepala Bagian.

3. Krani Arsip

Krani Arsip mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Mengarsipkan setiap surat yang masuk dari pihak ketiga / pihak terkait setelah terealisasi oleh Direksi/KepalaBiro.
- b. Mengurus penagihan administrasi rekinging surat kabar/tabloid.

- c. Menyampaikan surat-surat yang akan diproses oleh Direksi/Kepala bagian kepada Kepala Urusan dan Asisten yang bersangkutan.
- d. Membuat kliping dan mendistribusikan surat kabar.
- e. Membantu menyelesaikan surat-surat dari berbagai kebun, unit, dan bagian.
- f. Mengagendakan surat masuk dan keluar.

4. Krani Publikasi & Dokumentasi

Krani Publikasi & Dokumentasi mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan peliputan setiap diadakannya kegiatan perusahaan.
- b. Memberikan informasi kepada pers dan mempublikasikan setiap ada kegiatan yang diadakan perusahaan yang layak diberitakan dan diliput.
- c. Mendokumentasikan setiap kegiatan yang diadakan perusahaan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

D. Sumber Daya Organisasi Pada Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor PT. Perkebunan Nusantara V

Sumber daya adalah bahan atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi (Karyoto:2016) Tanpa sumber daya organisasi tidak bisa melakukan kegiatan apa pun. Sumber daya manusia yang dapat menunjang efisien didalam perusahaan harus mempunyai kualifikasi atau kriteria untuk melihat potensi yang ada didalam diri karyawan, semua itu bisa dilihat dari aspek-aspek yang sudah ditentukan sebagai berikut :

1. Man (Manusia)

Manusia memiliki beberapa peran dalam organisasi. Salah satu contohnya adalah menjadi anggota organisasi. Manusia yaitu orang yang mengerjakan dan melakukan aktivitas-aktivitas untuk mencapai tujuan organisasi, termasuk juga mendayagunakan sumber daya lainnya. Manusia merupakan penggerak utama untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen. Didalam manajemen unsur manusia merupakan yang paling utama. Sebab semuanya berasal dari manusia. Manusia didalam manajemen mencakup semua faktor yang mempengaruhi, mewarnai dan melingkupi. Unsur manusia meliputi beberapa hal yang yaitu meliputi :

Table II.1. Susunan Karyawan Menurut Jenjang Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Magister (S2)	1 Orang	20%
2.	Sarjana (S1)	2 Orang	40%
4.	SMA/SMK	2 Orang	40%
Jumlah		5 Orang	100%

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,

Tahun 2019

Berdasarkan tabel II.1 diatas, rata-rata pada sub bagian Humas dan Portal berpendidikan Sarjana (S1) dan tamatan SMA/SMK. Dan hanya 1 orang yang berpendidikan Magister (S2)

Tabel II.2 Susunan Karyawan Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Laki-laki	5 Orang	100%
Jumlah		5 Orang	100%

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,

Tahun 2019

Berdasarkan tabel II.2 diatas Sub Bagian Humas dan Portal kebanyakan laki-laki karna Humas sering menghadapi pihak luar dan sering turun kelapangan. Untuk survey maupun dinas luar bahkan menghadapi pendemo jika sewaktu-waktu terjadi Demo.

Tabel II.3 Susunan Karyawan Menurut Status Perkawinan

No.	Status Perkawinan	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Kawin/ Menikah	5 Orang	100%
Jumlah		5 Orang	100%

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,

Tahun 2019

Berdasarkan tabel II.3 diatas rata-rata karyawan pada bagian Humas dan Portal sudah menikah karena masa kerja sudah lebih dari 10 tahun.

Tabel II.4 Susunan Karyawan Menurut Masa Kerja

No.	Masa Kerja	Jumlah	Presentasi (%)
1.	≥ 10 tahun	5 Orang	100%
Jumlah		5 Orang	100%

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,
Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas rata-rata karyawan di Sub Bagian Humas & Portal sudah bekerja lebih dari 10 tahun karena kebanyakan karyawan berasal dari Unit kebun-kebun PT Perkebunan Nusantara V.

Table II.5 Susunan Karyawan Menurut Agama

No.	Agama	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Islam	4 Orang	80%
2.	Kristen	1 Orang	20%
Jumlah		5 Orang	100%

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,
Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas rata-rata karyawan pada Sub Bagian Humas dan Portal ada 80% beragama Islam dan hanya 20% beragama Kristen

Tabel II.6 Susunan Karyawan berdasarkan Jabatan dan Golongan

No.	Nama	Jabatan	Golongan
1	Sampe Sitorus. SH	Kasubag Humas Dan Hubungan Investor	IVA/04
2	Subhan Fitrial	Staf Sub Bagian Humas dan Portal	IIIB/04
3	Risky Atriyansyah	Staf Sub Bagian Humas Dan Portal	IIIB/08
4	M.Ichsan SW	Krani Arsip	IIA/02
5	Sukir Siswanto	Krani Publikasi Dan Dokumentasi	IIA/02
Jumlah		5 Orang	100%

Sumber : *Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal, Tahun 2019*

Berdasarkan tabel diatas pada sub bagian Humas dan Portal terdapat 1 orang bergolongan IVA, dan 2 orang bergolongan IIIB, serta hanya 2 orang bergolongan II A. Karena disesuaikan dengan Jabatan masing-masing pada sub bagian Humas dan Investor.

Tabel II.7 Susunan Karyawan menurut Pengalaman Kerja

No.	Nama	Pengalaman Kerja	Tahun
1.	Sampe Sitorus. SH	a.Pengacara Lembaga Bantuan Hukum	1992-1997
2.	Subhan Fitrial	a.KHT (Karyawan Harian Tetap) di PT PN V	1997-1998
3.	Risky Atriyansyah	a.Bank BTPN	2011
4.	M.Ichsan SW	a. Driver (Supir) di PT KURA	1994-1996

		b. PT GRAHAYUDA KENCANA	1996
5.	Sukir Siswanto	a.Karyawan Swasta	1999-2000

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,
Tahun 2019

Berdasarkan tabel II.7 pengalaman kerja pada Sub Bagian Humas dan Hubungan Investor terdapat berbagai pengalaman mulai dari yang sudah menjadi Pengacara, karyawan harian di PTPN V, Ada yang sudah bekerja di salah satu bank, dan ada juga pernah menjadi seorang driver bahkan ada juga yang sudah menjadi karyawan swasta.

Tabel II.8 Susunan Karyawan menurut Pengalaman Jabatan

No.	Nama	Pengalaman Kerja	Tahun
1	2	3	4
1.	Sampe Sitorus. SH	a.Kepala Urusan Hukum dan Keamanan b. Kapala Sub Bagian Humas & HI	1997 1998- Sekarang
2.	Subhan Fitrial	a.Krani kesehatan b.Krani Personalia c.Rekrut Karyawan Pimpinan di Medan d.OJT (On the Job Training) e. PJ (Penjabat Jabatan) di Galuh f.Asisten Admnistrasi pada bagian Sumber Daya Manusia Umum	1998-2000 2000-2010 2011 2011 (6 bulan) 2011 2012 2013

		g. Asisten Administrasi pada bagian Sumber Daya Manusia di Sei Garo	2015
		h. Asisten Administrasi pada bagian Sumber Daya Manusia di Sei Lindai	2016- Sekarang
		i. Staff Sub Bagian Humas dan Portal	
3.	Risky Atriyansyah	a. Kebun Sei Lindai b. Kebun Tandun c. Staff Humas & Portal	2014 (3 bulan) 2014 (3 bulan) 2014- Sekarang
4.	M. Ichsan SW	a. TKL (Tenaga Kerja Lepas) di PT PN V b. Driver PT PN V Riau c. Karyawan di Bagian Sekretaris Perusahaan, Sub Bagian Humas	1996-1998 1998-2005 2005- Sekarang
5.	Sukir Siswanto	a. KHT (Karyawan Harian Tetap) b. Krani Humas Bagian Dokumentasi	2001 2001- Sekarang

Sumber : Bagian Sekertaris Perusahaan Sub Bagian Humas Dan Portal,

Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas pengalaman jabatan pada masing-masing karyawan berbagai macam yang berupa tahap-tahap menuju jenjang karir yang dilaksanakan masing-masing staff bagian Humas dan Hubungan Investor.

2. Money (Uang)

Uang atau harta yang dapat digunakan sebagai modal untuk mendanai berbagai kegiatan. Money atau Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat ukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat (tools) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan beberapa uang yang harus disediakan oleh perusahaan sebagai modal yang diperlukan

1. Modal dasar perseoroan ini ditetapkan sebesar Rp. 5.200.000.000,00(lima triliun dua ratus milyar rupiah) terbagi atas 5.200,000 (lima juta dua ratus ribu rupiah) saham yang terdiri atas :
 - a. 1 (satu) saham Seri A dengan nilai nominal Rp 1.000.000,00 (Satu juta Rupiah); dan
 - b. 5.199.999 (lima juta seratus ratus sembilan puluh Sembilan ribu Sembilan ratus Sembilan puluh Sembilan) saham Seri B dengan nilai nominal Rp. 1.000.000,00 (satu juta Rupiah)
2. Dari modal dasar tersebut telah ditempatkan dan diambil bagian oleh para pemegang saham sebanyak 1.313.322 (satu juta tiga ratus tiga belas ribu tiga ratus tiga puluh dua) saham atau seluruhnya sebesar 1.313.322.000.000,00 (satu triliun tiga ratus tiga belas milyar tiga ratus dua puluh dua juta rupiah)

3. 100 %(seratus persen) dari nilai nominal setiap saham yang ditempatkan tersebut atas, atau seluruhnya berjumlah Rp 1.313.322.000,00 (satu triliun tiga ratus tiga belas milyar tiga ratus dua puluh dua juta Rupiah) telah disetor penuh oleh para pemegang saham dengan perincian sebagai berikut :
 - a. Negara Republik Indonesia sebanyak 131.332 (seratus tiga puluh satu ribu tiga ratus tiga puluh dua) saham Seri B atau seluruhnya sebesar Rp 131.332.000.000,00 (seratus tiga puluh satu milyar tiga ratus tiga puluh dua juta rupiah); dan
 - b. PT Perkebunan Nusantara III (Persero) sebanyak 1.181.900 (satu juta seratus delapan puluh satu Sembilan ratus Sembilan puluh) saham atau sebesar Rp 1.181.990.000.000,00 (Satu triliun seratus delapan puluh satu milyar Sembilan ratus Sembilan puluh juta Rupiah), yang terdiri dari :
 - i. 1 (Satu) Saham Seri A atau seluruhnya sebesar Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah) dan
 - ii. 1.181.989 (satu juta seratus delapan puluh satu ribu sembilann ratus delapan puluh Sembilan) saham seri B atau seluruhnya sebesar Rp 1.181.989.000,00 (satu triliun seratus delanpan puluh satu milyar Sembilan ratus delapan puluh Sembilan juta rupiah)
4. Saham-saham yang masih dalam simpanan akan dikeluarkan menurut kebutuhan Perseroan dengan syarat, jumlah dan harga berdasarkan

persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham atas usul direksi setelah mendapatkan tanggapan tertulis dari Dewan Komisaris dengan ketentuan harga tersebut tidak di bawah pari

5. Seluruh saham yang dikeluarkan untuk penambahan modal, harus terlebih dahulu ditawarkan kepada setiap pemegang saham seimbang dengan kepemilikan saham.

3. Materials (bahan baku)

Material atau bahan baku adalah bahan-bahan yang digunakan sebagai input proses. Material yang digunakan oleh setiap organisasi tidak sama jenis dan bentuknya. Materi terdiri dari bahan setengah jadi (raw material) dan bahan jadi. Materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki karna untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana. Materi atau bahan yang digunakan sebagai kebutuhan dan keperluan pada Sub Bagian Humas & Investor diantaranya yaitu, kertas, tinta, mesin printer, laptop dan lain-lain sebagai alat perlengkapan pembuatan file atau dokumen pelaksanaan kerja pada Sub Bagian Humas & Investor.

4. Machines (mesin)

Machines atau mesin digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja. Digunakannya mesin-mesin dalam suatu pekerjaan adalah

menghemat tenaga dan pikiran manusia didalam melakukan tugas-tugasnya baik yang bersifat rutin maupun yang bersifat insidental, baik untuk pekerjaan-pekerjaan yang bersifat teknis industry maupun yang bersifat teknis paperwork. Mesin-mesin atau alat yang digunakan untuk keperluan pekerjaan pada Sub Bagian Humas & Investor diantaranya kamera, infocus, printer, computer, televise dan telepon

5. Methods (metode)

Metode adalah cara yang dapat diterapkan untuk mengelola sumber-sumber daya yang digunakan, serta menyelesaikan berbagai persoalan yang digunakan, serta menyelesaikan berbagai persoalan yang dihadapi. Diperlukannya metode-metode kerja dalam suatu tata cara kerja yang baik akan mempelancar jalannya pekerjaan. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Metode yang digunakan sebagai tata yang baik untuk mempelancar jalannya pekerjaan pada sub bagian humas & investor yaitu

6. Markets (pasar)

Pasar adalah tempat bagi organisasi untuk menawarkan produk-produknya kepada pelanggan/konsumen serta untuk bertransaksi (Karyoto:2016). Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga,

mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Strategi pemasaran yang digunakan pada Sub Bagian Humas & Investor diantaranya menjalin hubungan baik dengan wartawan dari berbagai media.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

STUDI KEPUSTAKAAN DAN PEMBAHASAN

A. Variabel, Indikator dan Kepustakaan Pendukung

1. Teori Administrasi

a. Pengertian Administrasi

Kata “administrasi” yang kita kenal saat ini di Indonesia berasal dari kata *administrare* (Latin : ad = pada, ministrare = melayani). Dengan demikian ditinjau dari asal kata administrasi berarti “memberikan pelayanan kepada”. Kata “administrasi” juga berasal dari kata “*administration*” (*to administer*). Kata *to administer* dapat berarti *to manage* (mengelola) dan *to direct* (menggerakkan). (Sjamsuddin:2006:1). Administrasi (terjemahan bahasa latin) berarti adalah suatu kegiatan yang bersifat memberikan pelayanan atau servis sesuai dengan kebijakan yang ditentukan oleh yang memberikan tugas, kewajiban dan tanggung jawab kepadanya. Sedangkan administrasi (terjemahan bahasa inggris) adalah suatu kegiatan yang punya makna luas meliputi segenap aktivitas untuk menetapkan kebijakan serta pelaksanaannya.

Secara etimologi kata administrasi berasal dari kata Ad dan ministrare yang berarti melayani, menghasilkgunakan, mendayagunakan, mengelola dan melaksanakan. Menurut The Liang Gie, Administrasi adalah segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok

yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerjasama mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Sondang P. Siagian, administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Dari definisi-definisi tentang administrasi pada umumnya sama yaitu berkaitan dengan

- a. Seseorang/sekelompok orang
- b. Kegiatan-kegiatan
- c. Tujuan-tujuan yang akan dicapai

Dengan berkembang administrasi sebagai cabang ilmu tersendiri, pengertian ilmu administrasi juga berkembang yaitu :

1. Administrasi sebagai Tata Usaha (Pengertian sempit)

Menurut (Wajong,1962) kegiatan administrasi meliputi pekerjaan tata usaha yang bersifat mencatat segala sesuatu yang terjadi dalam organisasi untuk menjadi bahan keterangan bagi pimpinan.

Sedangkan menurut (Soedjadi,1970) administrasi diberikan pengertian sebagai pekerjaan ketatausahaan dan kesekretarisan (*clerical and secretarial work*), yakni pekerjaan-pekerjaan

yang berhubungan dengan surat menyurat atau korespondensi, soal pencatatan atau dokumentasi, soal pendaftaran atau registrasi, soal-soal kearsipan dan sebagainya.

Dengan beberapa kutipan diatas tentang administrasi dalam pengertian sempit yaitu tata usaha yang merupakan kegiatan tulis menulis dan catat mencatat, yang sesungguhnya merupakan bagian kecil dari administrasi.

2. Administrasi sebagai Seni atau Kiat

Administrasi dapat dipandang sebagai seni atau kiat (art) sebab dalam pratiknya administrasi memerlukan kecakapan atau skill yang dapat dicapai melalui pelatihan dan didalamnya ada ruang untuk memakai pertimbangan pribadi.

3. Administrasi sebagai teknik dan keterampilan

Administrasi dapat juga dipandang sebagai teknik, yaitu jika dipergunakan sebagai sebagai cara atau kepandaian melakukan administrasi sebagai seni. Ini berarti, jika suatu seni administrasi secara terus menerus dipraktekkan dan secara sadar diulangi secara terus berkelanjutan, maka lama-lama menjadi sesuatu yang terbiasa yang melahirkan suatu teknik adminsitration.

Sedangkan administrasi sebagai suatu keterampilan, berarti melihatnya sebagai suatu kecakapan yang dimiliki seseorang atau kelompok dalam menyelesaikan tugas-tugas administrasi

yang dilakukan secara berulang yang kemudian menimbulkan efek berupa kemahiran dan keterampilan. Dengan demikian, melalui pelaksanaan administrasi yang dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang akan menimbulkan efek kemahiran atau keterampilan administrasi.

4. Administrasi sebagai ilmu

Administrasi dipandang sebagai ilmu, karena mempunyai sosok *subject matter* yang tersusun dengan rapi dan terorganisasi dengan baik. Dan merupakan salah satu bidang ilmu pengetahuan (*science*) karena telah dipelajari untuk waktu yang lama dan telah terorganisasi menjadi suatu rangkaian teori.

5. Administrasi sebagai Proses atau Kegiatan (Pengertian Luas)

Administrasi adalah sebagai keseluruhan proses manajemen antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Siagian:1985)

Sedangkan menurut (Gie:1965) administrasi segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap kerjaan pokok yang dilakukan oleh kelompok orang dalam kerjasama mencapai tujuan tertentu.

Dalam pengertian administrasi dalam artian luas, mencakup hal-hal yang berkaitan dengan kerjasama, banyak orang dan untuk mencapai tujuan.

b. Unsur -unsur administrasi

Dalam bahasa Indonesia unsur, berarti asal, zat asal, bagian yang penting dalam sesuatu hal. Unsur dalam administrasi adalah bagian-bagian penting dalam administrasi yang menjadikan administrasi itu utuh dan sempurna sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai (Sjamsuddin:2006). Unsur administrasi saling bertautan erat sekali sehingga merupakan kesatuan yang utuh yang tidak dapat dipisahkan. Artinya administrasi yang sempurna setidaknya harus memiliki kedelapan unsur tersebut. Ada 8 unsur administrasi menurut (Gie:18) yaitu :

1. Organisasi
2. Manajemen
3. Tata Hubungan
4. Komunikasi
5. Kepegawaian
6. Keuangan
7. Perbekalan
8. Tata Usaha/Perkantoran dan perwakilan/ hubungan masyarakat

2. Teori Organisasi

a. Pengertian Organisasi

Didalam sebuah administrasi dalam melakukan aktivitas dan kerjasama memerlukan tempat atau wadah yang disebut dengan organisasi. Kata organisasi berasal dari bahasa Inggris *organization* yang akarnya dari bahasa Latin *organis* (*are*), kemudian bahasa Inggris *organize* yang artinya membangun (membentuk) suatu kesatuan dari bagian-bagian yang berkaitan satu dengan yang lain. Dalam ensklopedia administrasi (1981) disebutkan bahwa organisasi adalah suatu sistem usaha kerjasama dari sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut James L. Gibson, John M. invencevich, James H. Donnely Jr. mengatakan “Organisasi adalah kesatuan yang memungkinkan anggota mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai melalui tindakan individu secara terpisah. Manusia atau individu merupakan anggota dari suatu organisasi dan akan memperoleh hasil yang lebih besar daripada dikerjakan sendiri, karena anggota lain dalam organisasi lain dalam organisasi ikut berperan dalam mencapai hasil tersebut.

Sedangkan menurut, (Stephan:1994) Organisasi adalah kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relative dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relative terus menerus untuk mencapai suatu tujuan.

Dari berbagai pengertian tersebut, organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, yang memungkinkan anggota mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai melalui tindakan individu secara terpisah. Organisasi juga sebagai tempat terselenggarakannya administrasi yang didalamnya terdapat pola aktivitas kerjasama melalui hubungan antar individu maupun kelompok yang dilakukan secara teratur untuk mencapai tujuan tertentu.

Organisasi sebagai unsur administrasi memberi pengertian bahwa didalamnya ada suatu proses yang dimulai dari penyusunan bentuk dan pola usaha kerjasama, penggolongan kerja yang harus dijalankan, pembagian wewenang dari masing-masing pelaksana dan menentukan hubungan kerjasama yang seimbang serta tanggung jawab.

Organisasi dibutuhkan sebagai : alat untuk mencapai tujuan. Organisasi mempunyai dua buah pengertian yang tidak dipisahkan sebagai suatu keutuhan, bagaikan dua sisi mata uang

1. Organisasi mempunyai pengertian sebagai wadah

Organisasi sebagai wadah statis, karena merupakan Bagan Organisasi yang mewadahi seluruh anggotanya dengan status posisinya.

2. Organisasi mempunyai pengertian sebagai proses

Organisasi sebagai proses dinamis. Organisasi selalu bergerak menuju tercapainya tujuan organisasi. Organisasi sebagai proses dinamis, karena harus mengadakan pembagian tugas kepada para anggotanya.

Juga harus memberikan tanggung jawab, wewenang, dan mengadakan hubungan baik kedalam maupun keluar dalam rangka mencari keberhasilan organisasi.

b. Hubungan Antar Manusiaan (*Human Relation*)

Dalam organisasi dikenal adanya dua macam hubungan yaitu :

- a. Hubungan Formal, berarti hubungan yang timbul dikarenakan adanya organisasi. Hubungan ini merupakan hubungan resmi (*Formal Relation*)
- b. Hubungan Informal, berarti hubungan yang berada diluar hubungan resmi atau diluar kedinasan (*Informal Relation*)

c. Asas-asas Organisasi

Untuk menyusun suatu organisasi yang baik perlu diperhatikan asas-asas sebagai berikut :

- a. Asas ke-1 : Organisasi harus mempunyai tujuan yang jelas

Dengan demikian dapat dimengerti dan diterima oleh semua orang yang terlibat dalam organisasi. Tujuan yang tidak jelas akan mengakibatkan organisasi tersebut tidak mempunyai pegangan yang mantap

- b. Asas ke-2 : Organisasi harus ada kesatuan komando

Dengan adanya kesatuan komando akan mengarah kepada kesatuan arah (*Unity of Direction*).

- c. Asas ke-3 : Organisasi harus melaksanakan pembagian kerja atau pembagian tugas.

Dengan adanya pembagian tugas para anggota akan mengerti tugas dan kewajibannya masing-masing, termasuk hak, wewenang dan tanggung jawabnya.

- d. Asas ke-4 : Harus ada pelimpahan wewenang tanggung jawab.

Pelimpahan wewenang berarti menyerahkan sebagian dari wewenang pimpinan kepada bawahannya dengan kepercayaan penuh. Hal ini penting agar bawahannya juga harus bertanggung jawab terhadap keberhasilan organisasi dimana mereka bekerja.

- e. Asas ke-5 : Tersedianya sarana dan prasarana

Alat-alat dan perlengkapan untuk keperluan bekerja yang merupakan kebutuhan pokok organisasi.

- d. Ciri-ciri organisasi yang perlu diperhatikan yaitu :**

1. Adanya sekelompok orang

Organisasi besar ataupun kecil tentu tidak boleh mengabaikan adanya orang-orang didalam organisasi. Baik secara individu maupun kelompok, orang tersebut tentu mempunyai berbagai kepentingan.

2. Antar hubungan

Antar hubungan hanya orang-orang dalam organisasi akan menciptakan suatu hubungan, hubungan tersebut dapat bersifat pribadi, dapat bersifat sosial, dapat pula bersifat hubungan kerja. Hubungan-hubungan ini akan merupakan kunci keberhasilan organisasi.

3. Kerjasama yang didasarkan atas hak, kewajiban dan tanggung jawab masing-masing orang untuk mencapai tujuan.

Struktur organisasi diperlukan untuk mencerminkan hak, kewajiban dan tanggung jawab masing-masing orang untuk mencapai tujuan organisasi. Kerjasama yang harmonis merupakan suatu kiat untuk mencapai keberhasilan organisasi. Hak, kewajiban dan tanggung jawab masing-masing individu mutlak perlu disadari agar tidak terjadi *mismanagement*.

e. Hakiki organisasi yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Merupakan tempat/wadah bagi orang-orang untuk dapat bergerak/melakukan kegiatan menuju tercapainya tujuan organisasi. Sebagai wadah organisasi dapat dipandang sebagai alat yang digunakan oleh orang-orang dalam organisasi untuk mencapai tujuan.
2. Sebagai proses, organisasi juga merupakan proses penyusunan / pengaturan orang-orang yang sesuai tujuan organisasi
3. Pengorganisasian merupakan langkah pertama dari pelaksanaan rencana yang telah disusun sebelumnya.

Sifat organisasi yang mendasar diartikan sebagai keutuhan, sifat tersebut adalah :

1. Sifat Statis

Sebagai wadah dalam menyatukan dan mengelompokkan orang-orang, organisasi tersebut bersifat statis.

2. Sifat Dinamis

Organisasi sebagai proses menggambarkan adanya hubungan diantara orang-orang, adanya pembagian tugas, adanya wewenang dan tanggung jawab, organisasi tersebut bersifat dinamis. Maka organisasi selalu berusaha untuk mempertahankan keberadaanya (*existence*) dan berusaha untuk mengembangkan diri (*develop*). Untuk dapat mempertahankan hal tersebut, sebagai kunci keberhasilan organisasi adalah Efektivitas.

f. Hubungan-hubungan dalam asas-asas organisasi

1. Hubungan formil

Hubungan formil berarti hubungan yang timbul karena adanya organisasi. Jadi hubungan tersebut bersifat resmi. Hubungan formil ini lebih banyak mengandung muatan instruksi atau *top down*.

2. Hubungan Informil

Hubungan informal berarti hubungan diluar hubungan formil atau diluar kedinasan. Hubungan formil ini mempunyai kekuatan cukup besar dan merupakan arus balik. Hubungan formil ini lebih banyak mengandung muatan-muatan tuntutan (*demand*) dan kebutuhan (*needs*) jadi lebih banyak mengandung muatan bottom-up.

3. Teori Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen berasal dari kata *manus* (Latin) yang berarti tinggi, *mano* (Latin) yang berarti tinggi, *mano* (Latin) yang berarti tangan, *manage/manager* (Latin, Italia, Prancis) yang berarti pengurusan;

maneggiare (Italia) berarti memerintah kuda, mengendalikan kuda; *Maneggio* (Italia) berarti pengurusan; *maneggiare* (Italia) berarti melatih kuda dalam menindakkan langkah-langkah (kaki) nya. Manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* yang berarti pimpinan, direksi, pengurus,. Asal katanya *to manage* yang berarti mengemudikan, mengurus, memerintah, memimpin.

Secara etimologi management berasal dari kata *mamus* (tangan) dan *Agree* (melakukan) yang setelah digabungkan menjadi *manage* dalam bahasa Inggris berarti mengurus atau *managiere* dalam bahasa Latin berarti melatih.

Menurut pendapat pakar George Terry, manajemen adalah suatu proses khusus yang terdiri dari perencanaan pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia lainnya.

Dalam kamus bahasa Indonesia disebutkan bahwa manajemen adalah proses penggunaan sumber secara efektif untuk mencapai sasaran. Pengertian lainnya adalah pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.

Sedangkan menurut Sondang P. Siagian, Manajemen sebagai kemampuan atau keterampilan dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.

Manajemen menurut manulang (1983) dalam buku pengantar manajemen dapat dilihat dari tiga pengertian :

1. Manajemen sebagai suatu proses

Manajemen sebagai suatu proses, melihat bagaimana cara orang untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu

2. Manajemen sebagai suatu kolektivitas manusia

Manajemen suatu kolektivitas yaitu merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Kolektivitas atau kumpulan orang-orang inilah yang disebut manajemen, sedangkan yang bertanggung jawab terhadap terlaksananya suatu tujuan atau berjalannya aktivitas manajemen disebut manager

3. Manajemen sebagai ilmu (science) dan sebagai seni (art)

Manajemen sebagai suatu ilmu dan seni, melihat bagaimana aktivitas manajemen dihubungkan dengan prinsip-prinsip dari manajemen.

Ditarik kesimpulan manajemen yaitu koordinasi semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, penetapan tenaga kerja, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

b. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah suatu cara bagaimana mengatur hubungan an peranan sumber daya manusia (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu yang di manaje oleh para profesiona SDM dan Manajer sehingga 5M dapat dikelola secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan (goal) perusahaan (Indrastuti Sri:2017) Manajemen mempunyai fungsi yang disebut dengan fungsi-fungsi manajeen berfungsi mengelola 6M yaitu : Man, Machine, Material, Money, Methoda, dan Market.

Ruang lingkup manajemen sumber daya manusia

Menurut (Rusby Zulkifli:2017) kegiatan pengelolaan sumber daya manusia didalam suatu organisasi dapat diklasifikasikan kedalam beberapa fungsi yaitu :

1. Fungsi perencanaan (planning)

Merupakan fungsi penetapan program-program pengelolaan sumber daya manusia yang akan membantu pencapaian tujuan perusahaan

2. Fungsi pengorganisasian (organizing)

Merupakan fungsi penyusunan dan pembentukan suatu organisasi dengan mendesain struktur dan hubungan antar para pekerja dan tugas-tugas yang harus dikerjakan, termasuk menetapkan pembagian tugas,wewenang dan tanggung jawab

3. Fungsi pengarahan (directing)

Merupakan fungsi pemberian dorongan pada para pekerja agar dapat dan mampu bekerja secara efektif dan efisien sesuai tujuan yang telah direncanakan.

4. Fungsi pengendalian (controlling)

Merupakan fungsi pengukuran, pengawasan dan pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana rencana yang telah ditetapkan khususnya dibidang tenaga kerja, telah dicapai.

c. Fungsi-fungsi Manajemen

Dan menurut The Liang Gie, manajemen merupakan rangkaian aktivitas menggerakkan agar karyawan-karyawan dan mengarahkan segenap fasilitas kerja tercapai.

Rangkaian aktivitas yang dimaksud merupakan fungsi-fungsi manajemen yaitu :

1. Perencanaan, yaitu pola perbuatan yang menggambarkan hal-hal yang harus dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya
2. Pembuatan keputusan, yaitu pola perbuatan melakukan pemilihan keputusan dari alternatif-alternatif yang telah ditentukan dalam penyelesaian masalah
3. Pembimbingan, yaitu pola perbuatan mendorong semangat bekerja, mengarahkan karyawan dan member petunjuk

4. Pengkoordinasian, yaitu pola perbuatan menghubungkan dan menyalurkan karyawan-karyawan berikut tugasnya satu sama lain.
5. Pengontrolan, yaitu pola perbuatan memeriksa dan mencocokkan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana dan hasil yang telah ditentukan
6. Penyempurnaan, yaitu pola perbuatan memperbaiki tata struktur dan tata kerja dari usaha kerjasama yang bersangkutan.

Dari pengertian dan definisi yang tersebut diatas dapat dikatakan bahwa manajemen merupakan inti dari administrasi karena manajemen memang merupakan alat pelaksana utama dari administrasi.

4. Teori Humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relation*

a. Pengertian Humas (Hubungan Masyarakat)/ *Public Relation*

Humas-Hubungan masyarakat merupakan terjemahan dari istilah *public relations* (Inggris) yang biasa disingkat PR – lazim juga disebut *Purel*. Berasal dari kata publik yang berarti publik, umum; dan kata *relation* yang berarti perhubungan atau keluarga.

Hubungan masyarakat merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk memengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Kelompok-kelompok yang dimaksud disini adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kelompok-kelompok tersebut bisa terdiri atas

karyawan dan keluarganya, pemegang saham, pelanggan, khalayak/orang-orang yang tinggal disekitar organisasi, pemasok, perantara, pemerintah, serta media massa. Tujuan utama dari sebuah departemen humas adalah untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Hubungan masyarakat-Humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi. (Bianco,2010).

Menurut (Morrisaan:2008) ruang lingkup pekerjaan hums dapat dibagi menjadi enam bidang pekerjaan, yaitu :

1. Publisitas
2. Pemasaran
3. *Public Affairs*
4. Lobi
5. Hubungan Investor

Dalam sebuah organisasi yang lebih besar, pekerjaan utama seorang pejabat hubungan masyarakat umumnya berkaitan dengan media massa. Dalam sebuah organisasi yang lebih kecil, pejabat humas bisa melakukan segalanya, mulai dari menulis siaran pers maupun menjaga komunikasi dengan karyawan.

b. Tujuan Humas (Hubungan Masyarakat)

Tujuan utama kegiatan *public relation* atau humas adalah membangun kredibilitas dan membangkitkan motivasi bagi stakeholders perusahaan guna meminimalkan biaya pengeluaran proses transfer komunikasi.

Tujuan kegiatan *public relation* dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. *Performance Objective*, PR merupakan kegiatan komunikasi untuk mempresentasikan citra perusahaan kepada publiknya (*stakeholders*), melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk dan memperkaya identitas dan citra perusahaan dimata *stakeholders*.
- b. *Support of Consumer Market Objective*, Kegiatan PR dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul sehubungan dengan kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh perusahaan dengan menitikberatkan pembahasan pada identifikasi tingkat kesadaran konsumen, sikap dan persepsi konsumen terhadap produk tayangan yang ditawarkan perusahaan. Hasil identifikasi tersebut kemudian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menerapkan strategi pendekatan yang sesuai (Nova,2011:52-53)

Kegiatan-kegiatan hubungan masyarakat meliputi hal-hal berikut :

- a. Hubungan pers. Memberikan informasi yang pantas/layak dimuat di surat kabar atau media massa lainnya agar dapat menarik perhatian publik terhadap suatu-baik seseorang, produk, jasa, atau organisasi.

- b. Publisitas produk. Aktivitas ini meliputi berbagai upaya untuk memublikasikan produk-produk tertentu.
- c. Komunikasi korporat. Kegiatan ini mencakup komunikasi internal dan eksternal serta mempromosikan pemahaman tentang organisasi
- d. Melobi. Melobi merupakan usaha untuk bekerja sama dengan pembuat undang-undang dan pejabat pemerintahan sehingga perusahaan mendapatkan informasi-informasi penting yang berharga. Bahkan kadang kala juga dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan yang akan diambil
- e. Konseling. Aktivitas ini dilakukan dengan jalan member saran

Tujuan yang ingin dicapai dalam bidang public relations, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal (Nova Firsan:2011)

1. Komunikasi Internal (Personel/anggota institusi)
 - a. Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi
 - b. Menciptakan kesadaran anggota/personel mengenai peran institusi dalam masyarakat
 - c. Menyediakan saran untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya
2. Komunikasi Eksternal (Masyarakat)
 - a. Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi
 - b. Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya

c. Motivasi untuk menyampaikan citra yang baik.

c. Fungsi Humas (Hubungan Masyarakat)

Fungsi atau dalam bahasa Inggris *function*, bersumber pada perkataan bahasa Latin, *function*, yang berarti penampilan, pembuatan pelaksanaan, atau kegiatan. Davis dan Filley (Efendy, 2002) mengemukakan bahwa istilah fungsi menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas yang dapat dibedakan bahkan kalau perlu dipisahkan dari tahap pekerjaan lain. Menurut Emery (Herimanto, Rumanti, dan Indrojono: 2007) mengemukakan bahwa fungsi public relation, yaitu : *“The planned and organized effort of a company or institutions to establish mutually beneficial through acceptable communications relationship with its various public”*, yaitu upaya yang terencana dan terorganisir dari sebuah lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya.

Secara rinci ada 3 fungsi utama Public Relation menurut (Ruslan Rosady: 2008) *pertama* bertindak sebagai communicator dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik. Kedua membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik kepada pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal. Ketiga peranan back up management yaitu fungsi public relations melekat pada fungsi manajemen, berarti ia tidak dapat dipisahkan dari manajemen.

Berdasarkan pendapat diatas maka pada dasarnya fungsi PR (*Public Relation*) adalah :

1. Melakukan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *good will*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari public atau masyarakat pada umumnya.
2. Melaksanakan sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak
3. Melakukan unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai dengan harapan publik tetapi merupakan kekhasan organisasi/perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dapat dicapai secara optimal
4. Menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, internal atau eksternal melalui proses timbale balik, sekaligus menciptakan opini publiknya sebagai efeknya yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi yang bersangkutan.

Fungsi utama dari hubungan masyarakat (*public relation*) menurut Rudy (2008:81) adalah melaksanakan upaya-upaya untuk menumbuhkan, memelihara, dan membangun citra. Dalam hal ini, citra (*image*) yang positif dan menguntungkan tentunya, sama sekali bukan untuk membangun citra yang negatif atau merugikan. Dalam hal ini bisa menyangkut citra mengenai kondisi negara dan bangsa, citra pemerintah, citra organisasi, citra partai politik, dan citra perusahaan (*corporate image*)

beserta produk-produknya, sampai kepada citra perorangan atau pribadi (tokoh masyarakat)

d. Tugas Hubungan Masyarakat (Humas)

Menurut Kriyanto (2008:33-36) ada lima pokok tugas *Public Relations* setiap hari antara lain :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (*Visual*) kepada publik, publik mempunyai pengertian yang besar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan publik internal atau eksternal. Memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, maka perlu diajak berunding demi kebaikan semua pihak dan tak ada yang dirugikan.
- c. Memperbaiki citra organisasi

Bagi PR menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan sebagainya. Tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan yang dipercaya, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi. Dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks. Membentuk citra bisa melalui media elektronik maupun media online. Salah satunya memperbaiki citra dengan konferensi pers. Konferensi pers merupakan sarana sederhana yang biasa digunakan untuk mengumpulkan sejumlah besar jurnalis, dalam rangka membuat suatu pengumuman, peluncuran kampanye atau penyebaran informasi (Butterick Keith:2012)

d. Tanggung jawab sosial

PR merupakan instrument untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal dan pers. Yang penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau public yang ada hubungannya dan memerlukan informasi. Itula mentalitas dan budaya mereka tau organisasi, apabila mau mendapatkan kepercayaan publik, dan masyarakat umumnya. Suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk

pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab, “pintu terbuka”

e. Komunikasi

PR mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi yang rimbal balik. Maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Yang juga perlu untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

5. Teori Media Massa

a. Pengertian Media Massa

Secara etimologis, kata Media berasal dari bahasa Latin *Medium* yang secara harfiah berarti ‘tengah’, ‘perantara’, atau ‘pengantar’. Atau dengan kata lain media adalah perantara atau pengantar dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Sedangkan Massa merupakan kata serapan yang berasal dari bahasa Inggris *mass* yang artinya massa atau jumlah besar dan sering diartikan dengan massa, rakyat, atau masyarakat. Dengan kata lain massa merupakan masyarakat atau public, dalam hal ini penerima pesan media. Dapat diambil kesimpulan Media massa digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dalam jumlah besar atau sering disebut massa (Darmastuti Rini:2012)

Menurut (Burhan Bungin, 2006:72) Media Massa adalah media komunikasi dan informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.

b. Peran Media Massa

Media massa berperan :

1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, berpikir terbuka, dan menjadi masyarakat yang maju.
2. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Harapannya, informasi yang disampaikan oleh media massa kepada masyarakat adalah informasi yang terbuka, jujur, dan benar.
3. Media massa sebagai media hiburan. Sebagai *agent of change* media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *agent of change* media massa juga mendorong agar perkembangan budaya bermanfaat bagi manusia bermoral (Bungin,2006:86)

c. Citra Perusahaan

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan: kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu

objek, orang atau organisasi (Soemirat,Ardianto:2010). Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staff perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan disektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. (Katz, dalam buku Soemirat,Ardianto:2010:113).

Ada beberapa jenis citra menurut (Anggoro Linggar:2000)

1. Citra bayangan

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpin mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.

2. Citra yang berlaku

Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3. Citra harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya.

4. Citra perusahaan

Citra perusahaan (adapula yang menyebutnya sebagai citra lembaga) adalah citra dari suatu organisasi secara

keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja.

d. Publikasi media

Tugas pokok PR adalah menciptakan citra positif perusahaan dimata publik. Citra positif terbentuk bila public mempunyai persepsi positif terhadap perusahaan. Agar hal itu dapat dicapai, maka publik harus dalam kondisi kecukupan informasi (well-informed) tentang perusahaan. Karena itu pr dituntut menjaga arus informasi agar berjalan dua arah timbale balik. Informasi adalah segala hal yang dapat mengurangi ketidakpastian atau keraguan akan situasi tertentu. Kegiatan menyampaikan atau menyebarkan informasi disebut kegiatan publikasi. Publikasi berasal dari kata “publicare” yang artinya untuk umum. Jadi publikasi adalah kegiatan mengenalkan perusahaan sehingga umum (public dan masyarakat) dapat mengenalnya (Kriyantono Rachmat:2012)

B. Pembahasan Data Sekunder Indikator Variabel

a. Tugas Humas (Hubungan Masyarakat) PT Perkebunan Nusantara V

1. Tugas Humas

Adapun tugas humas dalam aktivitas kegiatan rutin nya setiap ada kegiatan perusahaan baik yang berada diinternal maupun eksternal. Mulai dari kegiatan direksi, kegiatan ulang tahun PT PN V, maupun info-info sawit dan karet yang sifatnya membutuhkan pemberitaan di media massa.

Dalam kegiatan publikasi, humas PTPNV mengadakan kerja sama dengan pihak pers / wartawan baik secara fungsional maupun individual yang biasanya dilakukan dengan berbagai cara seperti bertemu pada *event-event* tertentu. Yang bertugas untuk memberitakan kegiatan yang dilakukan perusahaan, diantaranya melalui:

1. Siaran pers / *press release*

Mengumpulkan informasi dari sumber terkait untuk keperluan publikasi Dimana humas PTPN V membuat berita mengenai sebuah kegiatan perusahaan lalu dipublikasikan diberbagai media. Keuntungan dari *press release* dapat menjangkau lebih banyak publikasi dengan hanya selemba tulisan, yang berarti menjamin kekonsistenan pesan dengan mempromosikan liputan yang luas.

2. Konfrensi pers / *conference pers*

Konfrensi pers yang dilakukan humas PTPN V biasanya mengundang media-media dengan upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang dihadapi.

3. Siaran tour / *press tour*

Siaran *tour* ini biasanya dilakukan oleh humas PTPN V jika ada kegiatan-kegiatan yang akan diliput dikebun-kebun. Dan peliputan

tersebut mengundang beberapa media untuk ikut dalam peliputan kegiatan tersebut.

4. Kliping berita / *News Clipping*

Melaksanakan pengarsipan berita, distribusi kliping serta perhitungan tone pemberitaan terkait perusahaan. Kegiatan memilih berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media, lalu digunting kemudian disimpan untuk sebagai arsip humas.

5. *Press gathering*

Menerima tamu-tamu perusahaan yang merupakan kegiatan menjamu pers atau wartawan, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal, seperti acara-acara keagamaan, ulang tahun perusahaan dan lain-lain.

6. Mendokumentasi foto, video, peliputan berita, wawancara serta survei data untuk kepentingan perusahaan dan meliput setiap kegiatan-kegiatan yang kemudian dipublikasikan ke berbagai media

7. Proaktif mencari informasi yang terkait dengan PT PN V dan info-info sawit maupun karet diberbagai media online

8. Mengelola website www.ptpn5.com dan portal kementerian BUMN untuk perusahaan

Dalam mengamati dan mencatat peristiwa dan menyaksikan langsung di PT Perkebunan Nusantara V pada bagian Sekretaris Perusahaan sub bagian Humas dan portal selama kurang lebih 2 bulan.

Peranan Humas terutama untuk mempublikasikan ke media, baik itu media cetak ataupun media online setiap kegiatan yang dilakukan oleh PTPN V sendiri hal ini terlihat dengan adanya kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh penulis.

Dalam proses publikasi PTPN V sub bagian Humas dan Portal tidak hanya menggunakan media online saja. Namun menggunakan media cetak, beberapa media cetak yang digunakan pihak Humas dan Portal yaitu Koran Riau Pos, Tribun, Pekanbaru Pos, Republika, Haluan Riau, Rakyat Riau, Metro Riau, Bisnis Indonesia, Kompas, Intermezo dan Berita terkini. Media cetak tersebut ada yang menjalin kerjasama dengan perusahaan dan ada juga yang tidak. Hal ini terlihat dari kontrak berlangganan media Koran yang tiap bulannya perusahaan berlangganan dan perusahaan mendapatkan bagian atau halaman untuk publikasi hal yang berkaitan dengan perusahaan dengan mudah.

2. Kesimpulan

Dalam hal ini penulis mencari berita-berita mengenai PTPN V, berita tentang info sawit dan info karet yang penulis sendiri mengupdate sehari sebanyak 30 berita dalam sehari. Serta kegiatan yang diliput langsung oleh pihak PTPN V supaya mengetahui adanya kegiatan di PTPN V ke masyarakat luas. Kemudian mempublikasikannya ke portal resmi PTPN V ataupun portal

BUMN. Hal ini membangun citra positif perusahaan dimata masyarakat dengan kegiatan-kegiatan perusahaan yang diupdate setiap hari. Serta bertanggung jawab menjalin hubungan baik dengan masyarakat maupun rekan media agar dapat memberikan dampak positif untuk perusahaan.

b. Tanggung Jawab Humas PT Perkebunan Nusantara V

1. Terlaksananya Humas dan Portal secara efektif dan efisien dengan system dan prosedur yang telah ditetapkan

Dapat dilihat dari bagaimana humas membangun dan menjaga citra perusahaan serta menjadi tanggung jawab humas, yang mana citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan lain lain tetapi, terletak pada humas menjadikan organisasi yang dapat dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara terbuka dan selalu terkontrol dan terevaluasi.

Adapun humas bertanggung jawab terhadap berita-berita yang berasal dari media-media baik itu media online maupun media massa. Pemberitaan bisa yang positif dan bisa negatif. Pemberitaan humas dapat dilihat pada bulan Januari 2019 yang terdapat di media cetak maupun media online seperti terlihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Berikut pemberitaan terkait Perusahaan selama bulan Januari 2019 :

No	Media	Judul Berita	Terbitan	Positif	Negatif
----	-------	--------------	----------	---------	---------

1	2	3	4	5	6
1	Lintas 10	Bupati Siak Singgah di Ruang Terbuka Hijau PTP Nusantara V Lubuk Dalam	10-Jan-19	1	-
1	2	3	4	5	6
2	RIAULINK.com	Masyarakat Banja Ladang Sambangi Kantor PTPN V Untuk Tuntut Haknya	15-Jan-19	-	1
3	Riauaktual.com	Masyarakat Banja Ladang Demo ke PTPN V Tagih Hak yang Diabaikan Perusahaan	15-Jan-19	-	1
4	DEKINDONESIA.co.id	Demonstran- Polisi Aksi Dorong-dorongan di PTPN V Riau	15-Jan-19	-	1
5	MEDIA Laskar.com	Tuntut Kembalikan Lahan 320 Hektare, Lingkar Study Mahasiswa Riau Unjuk Rasa ke Kantor PTPN V	15-Jan-19	-	1
6	FOKUS Riau.Com	Masyarakat Kelurahan Kota Lama Rokan Hulu Demo Kantor PTPN V Pekanbaru	15-Jan-19	-	1
7	TRANS MEDIA RIAU.COM	Dibawah Panas Terik Matahari Masyarakat Banja Ladang Demo ke PTPN V	15-Jan-19	-	1

8	Riauaktual.com	Masyarakat Banja Ladang Demo ke PTPN V Tagih Hak yang Diabaikan Perusahaan	15-Jan-19	-	1
1	2	3	4	5	6
9	Riau 24.com	Didatangi Warga Banja Ladang, PTPN V Ajak Masyarakat Membangun Kebun Bersama Dengan Pola Kemitraan	15-Jan-19	1	-
10	Riauterkini.com	Puluhan Massa Kelurahan Kota Lama, Rokan Hulu Gelar Demo di Kantor PTPN V	15-Jan-19	-	1
11	RiauAndalas.Com	Lingkar Study Mahasiswa Riau Demo di Kantor PTPN V, Tuntut Dikembalikan Lahan 320 Hektare	15-Jan-19	-	1
12	riaueditor.com	Tuntut Kembalikan Lahan, Masyarakat Banja Ladang Demo PTPN V Riau	16-Jan-19	-	1
13	MEDIAAskar.com	PT PN V Bantah Serobot Lahan 320 Hektare Milik Warga Kota Lama	16-Jan-19	1	-
14	CAKAPLAH	Syamsuar Puji Pembangunan RTH PTPN V Lubuk Dalam	17-Jan-19	1	-

15	Beritainterm ezo.com	Dikunjungi Bupati Syamsuar, RTH PTPN V Lubuk Dalam Akan Menjadi Objek Wisata Baru	17-Jan- 19	1	-
1	2	3	4	5	6
16	GoRiau.com	Puji Pembangunan RTH PTPN V Lubuk Dalam, Syamsuar: Ini Bisa Dimanfaatkan Masyarakat	17-Jan- 19	1	-
17	Tribunpekan baru.com	Kunjungi RTH di Kebun Lubuk Dalam, Bupati Siak: RTH Bisa jadi Objek Wisata Baru	17-Jan- 19	1	-
18	transriau.com	Syamsuar Apresiasi PTPN V Atas Program Pembangunan RTH di Lubuk Dalam	17-Jan- 19	1	-
19	Riau Pos	Selamat Ulang Tahun ke 28 Riau Pos 1991-2019	17-Jan- 19	1	-
20	CAKAPLAH	Jatmiko Krisna Santosa Jabat Direktur Utama PTPN V	22-Jan- 19	1	-
21	Tribunpekan baru.com	Penyegaran Direksi, Jatmiko Krisna Santosa Ditunjuk Jadi Direktur Utama PTPN V yang Baru	22-Jan- 19	1	-
22	Beritainterm	Jatmiko Krisna Santosa	22-Jan-	1	-

	ezo.com	Jabat Direktur Utama PTPN V	19		
23	klikriau.com	Jatmiko Krisna Santosa Jabat Direktur Utama PTPN V	22-Jan- 19	1	-
1	2	3	4	5	6
24	transriau.com	Jajaran Direksi PTPN V Berganti, Jatmiko Krisna Santosa Jabat Direktur Utama	22-Jan- 19	1	-
25	Riau1.com	Jatmiko Krisna Santosa Diangkat Jadi Dirut PTPN V Pekanbaru	22-Jan- 19	1	-
26	GoRiau.com	Gantikan Mohammad Yudayat, Jatmiko Krisna Santosa Jabat Direktur Utama PTPN V	22-Jan- 19	1	-
27	Riau Pos	Jatmiko Krisna Santosa Jabat Dirut PTPN V	23-Jan- 19	1	-
28	Haluan Riau	Jatmiko Krisna Santosa Diangkat Jadi Dirut PTPN V	23-Jan- 19	1	-
29	Forum Indonesia	Terkait Demo, PTPN V Tidak Pernah Serobot Lahan Masyarakat	21-27 Jan-19	1	-
30	RiauBangkit. com	Peringati Bulan K3, PKS Sei Tapung Gelar Aksi Jalan Santai dan Santuni Anak Yatim	25-Jan- 19	1	-
31	SUARA	Tembus Pasar Ritel, PTPN	26-Jan-	1	-

	MERDEKA.com	Holding Usung Brand Walini	19		
32	Rakyat Riau	Ucapan selamat HUT Rakyat Riau ke – 14	29-Jan-19	1	-
33	Riau Pos	Junior PTPN V Juara	29-Ja19	1	-
1	2	3	4	5	6
34	Tabloid Intermezo	Dikunjungi Bupati Syamsuar, RTH PTPN V Lubuk Dalam Akan Menjadi Objek Wisata	21-31-Jan - 2019	1	-
JUMLAH				24	10

Sumber data : *PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, Tahun 2019*

Berdasarkan tabel 3.1 diatas terdapat 24 berita positif dan hanya 10 berita negatif. Hal ini menandai bahwa banyaknya berita positif daripada berita negatif. Ini membuktikan citra positif bagi PT Perkebunan Nusantara V

Gambar III.1 Grafik Tone Berita



Sumber data : *PT Perkebunan Nusantara V, 2019*

Dengan demikian, bila dibandingkan pemberitaan yang tercatat pada bulan Januari 2018 lalu (76 berita dengan rincian 58 berita positif (76,32%) dan 18 berita negatif (23,68 %), terjadi penurunan berita negatif sebanyak 8 berita (44,44%).

Kemudian secara keseluruhan perbandingan jumlah dan tone berita sampai dengan Januari 2018 dibandingkan dengan Januari 2019 antara lain:

Tabel 3.2. Persentasi pemberitaan

No	Pemberitaan	Januari 2018	%	Januari 2019	%
1	Pemberitaan positif	58	76.32	23	69.70
2	Pemberitaan negatif	18	23.68	10	30.30
	Jumlah	76	100	33	100

Berdasarkan tabel 3.2 Dapat disimpulkan bila dibandingkan periode yang sama dengan tahun lalu, terjadi peningkatan jumlah berita terkait Perusahaan dan peningkatan tone negatif pemberitaan 6.62%.

2. Terlaksananya pengembangan kualitas karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya

Hal ini dapat dilihat dengan adanya karyawan yang dibina pihak Humas PT PN V untuk bersifat terbuka dan jujur kepada publiknya. Humas PT PN V bertanggung jawab terhadap semua kelompok terutama kepada stakeholder baik itu publik internal maupun pers (media). Karyawan Humas PT PN V maupun seluruh staff harus bersifat terbuka dan jujur terhadap publik yang ada hubungannya dengan PT PN V. apabila publik tersebut memerlukan informasi untuk itu perlunya pengembangan kualitas karyawan untuk mendapatkan kepercayaan publik dimata masyarakat umum.

3. Kesimpulan

Humas PT PN V dalam menyebarluaskan informasi yang bersifat terbuka dan jujur dalam organisasinya melalui media massa yang terdiri dari media cetak maupun media online. Sasaran media humas untuk menyebarluaskan informasi organisasi kemasyarakatan, karena media massa memiliki jangkauan yang lebih luas. Bentuk media massaselain digunakan untuk mempublikasikan keunggulan dan kegiatan PTPN V juga dimanfaatkan Humas untuk memelihara citra

organisasi disaat terjadinya opini negatif yang dihadapi pihak PT PN V.

c. Wewenang Humas PT Perkebunan Nusantara V

1. Mengelola karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya

Seperti yang sudah dijelaskan menjadi karyawan yang bertanggung jawab dalam artian bersifat terbuka dan jujur dalam hal mempublikasikan. Hal ini dinilai mampu dalam tercapainya tujuan Humas PT PN V. Serta karyawan yang mendapatkan pelatihan guna memperdalam keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Salah satu keberhasilan karyawan mengelola humas yaitu pihak humas PT PN V mendapatkan penghargaan Portal terbaik tahun 2015 dan berhasil mendapatkan peringkat kedua.

2. Melakukan penilaian terhadap karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawab

Penilaian terhadap karyawan dilaksanakan oleh bagian sumber daya manusia (SDM) dan diketahui oleh kepala sub bagian humas dan porta terhadap bawahannya, penilaian ini dapat berupa kenaikan pangkat golongan istimewa. Yang mana kenaikan pangkat istimewa tersebut didapat jika mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan perkebunan (LPP). Dan bagi karyawan yang mendapatkan ranking 1 maka karyawan mendapatkan kenaikan pangkat istimewa yaitu berupa naik golongan 2 kali dalam setahun.

3. Mengusulkan promosi bagi karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya sesuai ketentuan yang berlaku

Promosi bagi karyawan pelaksana dilakukan oleh kepala sub bagian Humas dan portal apabila telah memenuhi syarat. Salah satunya yaitu apabila karyawan sudah memasuki masa kerja 25 tahun, maka karyawan tersebut mendapatkan cincin emas 10 gram. 5 bulan gaji dan beserta sertifikat.

4. Kesimpulan

Pengelolaan karyawan yang baik dengan cara penilaian karyawan yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan yang berwenang untuk menjadikan karyawan bertanggung jawab. Selain itu, dapat diusulkan untuk di promosikan dengan mendapatkan kenaikan golongan istimewa.

C. Pembahasan Faktor Pendukung Indikator Variabel

a. Adanya peralatan dan perlengkapan serta sarana dan fasilitas yang memadai

Faktor pendukung yang utama adalah adanya perlengkapan dan sarana fasilitas yang memadai yang diberikan perusahaan yaitu seperti alat-alat dokumentasi, seperti kamera, drone dan handy cam untuk dokumentai seperti syuting foto dan syuting video. Yang digunakan untuk meliput berita-berita baik yang didalam perusahaan maupun di kebun-kebun unit PT PN .

b. Adanya koneksi internet yang 24 jam harus beroperasi

Adanya fasilitas koneksi internet wifi yang bisa digunakan selama 24 jam yang berguna untuk mempublikasikan berita-berita, kedia cetak maupun media online.Koneksi internet ini didukung dengan adanya wifi *nusanet* sebagai koneksi yang lancer dan cepat.

c. Adanya tenaga SDM (Sumber Daya Manusia) yang professional dibidangnya

Adanya tenaga SDM (Sumber daya manusia) Humas yang professional dibidangnya. Selain itu koordinasi atau komunikasi antara pihak internal dan eksternal yang ada didalam PTPN V maupun dengan para wartawan atau media massa. Sehingga terjalin hubungan baik dengan rekan-rekan media maupun wartawan sehingga publikasi dapat dilakukan dengan mudah.

D. Pembahasan Faktor Penghambat Indikator Variabel

a. Berita tidak dapat dipublikasi pada saat karyawan sedang Libur kerja

Faktor penghambat yang dialami pihak Humas dan Portal hampir tidak ada, hanya masalah waktu apabila berita-berita tersebut datang pada saat hari libur kerja sehingga apabila berita ingin di publikasikan cepat bisa saja terlambat. Namun itu minim terjadi, karena zaman sekarang sudah canggih dan humas memiliki fasilitas yang memadai.

b. Kurangnya memperbanyak kompetensi karyawan seiring berkembangnya teknologi

Seiring berkembangnya teknologi humas memerlukan karyawan yang memiliki keterampilan dalam mengikuti perkembangan zaman. Namun adanya kurang memperbanyak mengasah keterampilan, ditakutkan akan kalah saing dengan perkembangan zaman saat ini. Apalagi humas

berkerja dibidang yang bersifat update dalam mempublish sebuah berita-berita.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan penulis sebagai jawaban dari permasalahan yang diajukan. Kemudian akan diutarakan saran untuk perusahaan dan saran secara akademis dalam pengembangan topik.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan penulis tentang peranan humas dalam membangun citra perusahaan melalui media massa di PT Perkebunan Nusantara Sub Bagian Humas dan Portal dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peranan humas dalam penerapan media massa sangat baik, bukan semata mempublikasikan setiap kegiatan perusahaan saja. Namun bertanggung jawab membuat dan membentuk citra positif PTPN V melalui media cetak maupun media online.
2. Peranan humas dalam meningkatkan citra perusahaan sejauh ini sudah tercapai. Peranan humas dapat dilihat dari evaluasi bulanan setiap pemberitaan yang ada, yang mana persentase berita yang positif tentang PT PN V lebih banyak dari pada yang bersifat negatif.
3. Humas dapat menangani dan menjalankan perannya dengan sangat efektif dan efisien dikarenakan humas memiliki karyawan yang profesional yang sumber daya manusia yang sangat baik, dalam melayani instansi dan membangun relasi yang baik dengan masyarakat.

B. Saran

Saran-saran yang dapat dikemukakan dalam pengamatan penulis adalah sebagai berikut :

1. Humas seharusnya dapat menjalankan tanggung jawab sebaik-baiknya dan menjalankan kewenangan sehingga menjadikan Humas PT PN V untuk mampu mendorong perusahaan dalam mengoptimalkan misi.
2. Dapat meningkatkan kompetensi karyawan ataupun tenaga Humas sehubungan dengan berkembangnya teknologi, berkembangnya informasi, dan berkembangnya hal-hal yang bersifat media, sehingga tuntutan zaman dan apa yang diinginkan perusahaan dapat tercapai tujuannya.
3. Apabila saat libur kerja, dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang seperti e-mail, whatsapp, line, twitter dan media sosial lainnya dalam mempublikasikan sebuah berita. Supaya berita tersebut dapat tetap terupdate.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anggoro Linggar M. 2000. *Kiat Sukses Public Relation*. Bumi Aksara. Jakarta
- Butterick Keith. 2012. *Pengantar Public Relation*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Darmastuti Rini. 2012. *Media Relations-Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta
- Hermawan Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta
- Indrastuti Sri. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. UR Press. Pekanbaru
- Karyoto. 2016. *Dasar-dasar Manajemen Teori, Definisi dan Konsep*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Kriyantono Rachmat. 2015. *Public Relation, Issue & Crisis Management*. Prenadamedia Group. Jakarta
- Kriyantono Rachmat. 2012. *Public Relation Writing, Teknik Produksi Media PR dan Publisias Korporat*. Prenada Media Group. Jakarta
- Makmur. 2007. *Filsafat Administrasi*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Morrison. 2008. *Manajemen Public Relation*. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta
- Nova Firsan. 2011. *Crisis Public Relation: Strategi PR menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi perusahaan*. Rajawali Pers. Jakarta

Nurudin.2008. *Hubungan Media danKonsepdanAplikasi*.PT Raja GrafindoPersada. Jakarta.

Rusby Zulkifli. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rajawali Pers. Jakarta

Ruslan Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

RuslanRosady. 2007. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. PT Raja GrafindoPersada.Jakarta

Soemirat Soleh, Ardianto Elvinaro. 2010. *Dasar-dasar Public Relation*. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung

Sjamsuddin, Sjamsiar. 2006. *Dasar-dasar & Teori adminstrasi publik*.Agritek YPN Malang. Malang

Sutopo Hendyat, Nasution Zulkarnain. 2012. *Strategi Program Humas dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*. UPT.Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang. Malang

Utama Rizka, Welasari. 2015. *Ilmu Adminstrasi Kepegawaian*. Alqaprint Jatinangor, Sumedang

Zulkifli, Nurmasari. 2005. *Pengantar Manajemen*. Marpoyan Tujuh Publishing. Pekanbaru

Dokumen :

Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa

Jurnal, Fisipol UIR

Meilati, Katrin. 2018, *KertasKerja: Analisis Gaya Kepemimpinan Demokratis pada Sub Bagian Harga Perhitungan Sendiridan E-Katalog Bagian Sekretaris Perusahaan PT. Perkebunan Nusantara v (Persero) Pekanbaru*. Universitas Islam Riau, Pekanbaru

Website :

<https://www.ptpn5.com/statis-1-profil.html> Diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pukul

11.00 wib

