

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PT. P&P BANGKINANG DALAM
MENINGKATKAN CITRA MELALUI BANTUAN PERUSAHAAN DIKECAMATAN
MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU**

**Oleh: Yummi Suriana
Pembimbing : Dr. Nurjanah, M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
Email : yummisuriana961016@gmail.com
nurjanah@lecturer.unri.ac.id

ABSTRAK

PT Perindustrian dan Perdagangan Bangkinang Kota Pekanbaru yang dikenal dengan singkatan PT P&P Bangkinang. Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh penulis dilapangan dan juga didukung dengan data perusahaan bahwa perusahaan ini memiliki kegiatan operasinya yang membawa dampak negatif bagi lingkungan sekitar perusahaan. Dampak negatif yang terjadi adalah bau karetnya mengganggu kesehatan warga khususnya anak dibawah umur yang terbilang sangat sensitif dan juga membuat penjual makanan sekitar perusahaan rugi akibat bau limbah persahaan semakin menyengat. Terjadinya pro dan kontra mengenai keberadaan Perusahaan karet di tengah-tengah pemukiman warga, terjadinya biang limbah yang mengganggu kesehatan dan kenyamanan masyarakat. Berdasarkan permasalahan itu pihak perusahaan mengatasinya dengan melakukan aktivitas PR dalam meningkatkan citra melauai bantuan perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas PR dan kendala yang dihadapi dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun subjek yang terlibat dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik purposive terdiri atas Wakil Manajemen, Kepala Bagian Personalia, Asisten Kepala Bagian Personalia, karyawan dan masyarakat yang menerima bantuan program CSR. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman dengan menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu triangulasi sumber dan perpanjangan keikutsertaan.

Hasil penelitian dilapangan, bahwa aktivitas yang dilakukan oleh PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan dengan publik internal dan eksternal. Aktivitas publik internalnya belum efektif karena pihak PR perusahaan tidak bekerja sama dengan pihak lain dalam memberikan bantuan. Sedangkan aktivitas eskternalnya pihak PR belum memiliki media sebagai alat untuk meningkatkan citra melalui bantuan perushaaan. Dalam melakukan aktivitas PR tersebut terdapat kendala yang selalu dikeluhkan oleh publiknya adalah dikarenakan nominal bantuan perusahaan itu terbilang sangat minim.

Kata Kunci: Aktivitas *Public Relations*, Citra, Bantuan Perusahaan.

PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES PT. P & P BANGKINANG IN IMPROVING IMAGES THROUGH COMPANY ASSISTANCE IN MARPOYAN DAMAI DISTRICT IN PEKANBARU CITY

**By: Yummi Suriana
Counsellor: Dr. Nurjanah, M.Si**

Department of Communication Studies Faculty of Social and Political Sciences University of Riau

Email : Yummisuriana961016@gmail.com
nurjanah@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

PT Bangkinang Industry and Trade, Pekanbaru City, known as the abbreviation PT P & P Bangkinang. Based on research conducted by the author in the field and also supported by company data that this company has operations that have a negative impact on the environment around the company. The negative impact that occurs is the smell of rubber disrupts the health of residents, especially underage children, which is considered very sensitive and also makes food sellers around the company lose due to the smell of the waste of the company getting stung. The pros and cons of the existence of rubber companies in the midst of residential areas, the occurrence of waste that disrupts the health and comfort of the community. Based on these problems the company overcame it by conducting public relations activities in improving the image through the help of the company.

The purpose of this study was to determine the PR activities and obstacles faced in improving the image through company assistance. This study uses a qualitative descriptive research method. Data collection techniques used in this study were interviews, observation and documentation. The subjects involved in this study were determined based on a purposive technique consisting of Deputy Management, Head of Personnel, Assistant Head of Personnel, employees and the community who received CSR program assistance. Data analysis techniques are carried out by using the interactive data analysis model of Miles and Huberman using the technique of checking the validity of the data, namely triangulation of sources and extension of participation.

The results of the research in the field, that the activities carried out by PT. Bangkinang P & P Pekanbaru City in enhancing its image through company assistance with internal and external public. Its internal public activities are not yet effective because the company PR does not cooperate with other parties in providing assistance. Whereas the external activities of the PR do not have the media as a tool to improve the image through the assistance of the company. In carrying out public relations activities there are obstacles that the public always complains about is because the company's nominal assistance is fairly minimal.

Keyword: Public Relations Activities, Image, Company Assistance.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis dan industri, setiap perusahaan dituntut memiliki hubungan yang baik dan erat dengan masyarakat, baik masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat merupakan *Point Plus* sendiri bagi sebuah perusahaan. Hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat merupakan aset jangka panjang yang sangat penting bagi kelangsungan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Tidaklah mudah bagi suatu perusahaan mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah persaingan ekonomi dan bisnis di Indonesia saat ini. Berbagai strategi dilakukan untuk terus meningkatkan dukungan baik terhadap setiap program yang dilakukan oleh perusahaan. Dukungan dari publik, baik internal maupun eksternal.

Dengan demikian, dalam sebuah instansi, organisasi ataupun perusahaan menggunakan jasa Humas atau *Public Relations* dalam meningkatkan hubungan komunikasi dengan masyarakat. Di dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan pasti menginginkan citra positif di mata semua masyarakat atau publik, baik publik internal maupun eksternal. Didalam meningkatkan hubungan baik kepada masyarakat peranan humas atau PR sangat berpengaruh, dimana sebuah organisasi atau perusahaan bisa sukses itu bergantung pada kesuksesan PR dalam mengelola hubungan dengan publiknya (*Sumber:penulis*).

Pada dasarnya *public relations* berfungsi untuk membangun relasi dengan publiknya, seperti yang dikatakan oleh Cutlip dkk (2009:5) bahwa “PR adalah fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan citra positif untuk perusahaan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut”. Salah satu dimensi dari menjalin relasi adalah

komunikasi. Fungsi *Public relations* di PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru dijalankan oleh Bagian Personalia.

Bagian Personalia atau *public relations* di PT P&P Bangkinang Kota Pekanbaru merupakan jembatan hubungan perusahaan dengan publiknya, untuk itulah *public relations* harus dapat menjaga hubungan baik dengan publiknya dengan cara menciptakan komunikasi berkelanjutan. Pada dasarnya tujuan *public relations* adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut melalui bantuan perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena PR-lah yang merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh *public relations* dalam meningkatkan citra kepada kalangan masyarakat yaitu melalui bantuan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat. Bantuan yang di berikan oleh PT. P&P Bangkinang berupa dana untuk kegiatan-kegiatan masyarakat yang dilaksanakan setiap bulan maupun pertahunnya, bukan hanya itu saja pihak perusahaan juga memberikan bantuan untuk masyarakat khususnya laki-laki yang belum mempunyai pekerjaan bisa bekerja di perusahaan karet tersebut.

Kegiatan atau aktivitas *Public Relations* penting dilakukan oleh PR untuk mencapai tujuan profesinya. Dengan bantuan dari perusahaan, PR bisa lebih mudah untuk meningkatkan citra yang baik atau positif di kalangan masyarakat sekitar maupun masyarakat luas di Kota Pekanbaru. Jadi dapat dikatakan bahwa PR ini memiliki peranan yang sangat penting dan berpengaruh dalam aktivitas yang dilaksanakan oleh PR melalui bantuan yang di berikan oleh PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru kepada masyarakat. Lebih dari itu, dari terciptanya hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat dapat

meredam isu-isu yang berbau negatif, mencapai publikasi yang baik di mata masyarakat, dan diharapkan dapat melahirkan pemberitaan yang berimbang dan mengarah kepada meningkatkan citra positif. citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. (Ruslan, 2010:80).

PT P&P Bangkinang Kota Pekanbaru merupakan sebuah perusahaan bergerak dalam pengelolaan awal karet mentah menjadi barang setengah jadi. Perusahaan karet tersebut memiliki kegiatan operasional yang membawa dampak negatif bagi masyarakat Pekanbaru, khususnya untuk wilayah sekitar perusahaan yaitu Kelurahan Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. PT. P&P Bangkinang ini merupakan perusahaan karet yang didalamnya menjalankan aktivitas PR dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan.

Hubungan baik yang dijalin oleh PR dengan masyarakat tentunya disertai harapan agar berbagai kegiatan yang dijalankan oleh PT. P&P Bangkinang bisa membantu pihak masyarakat melalui bantuan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan yang dilakukan setiap bulan atau pertahunnya dalam meningkatkan citra. Untuk mencapai maksud tersebut, maka PT. P&P Bangkinang wajib memberikan bantuan kepada masyarakat berupa dana ataupun membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Kelurahan Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Tujuannya agar citra positif PT. P&P Bangkinang bisa meningkat di mata publiknya dengan baik. Baik buruknya isu permasalahan perusahaan yang terjadi di lingkungan masyarakat turut berpengaruh dalam proses meningkatkan citranya di mata publiknya. Untuk itu, dengan meningkatnya citra positif yang terbentuk menjadi salah satu lambang keberhasilan seorang PR dalam meningkatkan sebuah citra perusahaan. Efektivitas bantuan perusahaan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan

seorang *public relations* dalam menyampaikan aktivitas PR yang kemudian bisa meningkatkan citra yang positif bagi PT. P&P Bangkinang itu sendiri.

Dalam menjalankan aktivitas atau kegiatan sebagai seorang PR PT. P&P Bangkinang memerlukan strategi yang bakal digunakan seorang PR di dalam menjalin hubungan dengan masyarakat untuk meningkatkan citra positif melalui bantuan perusahaan. Dalam perkembangannya, PR ternyata tidak hanya dijalankan oleh organisasi-organisasi yang memiliki tujuan untuk mendapatkan kepercayaan kepada publiknya, namun juga dapat memberikan keuntungan bagi organisasi atau instansi.

Melalui bantuan perusahaan, PR PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru berperan aktif dalam meningkatkan citra yang positif di masyarakat. Diharapkan dengan bantuan perusahaan yang diberikan kepada masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada PT. P&P Bangkinang. Aktivitas PR berupa memberikan bantuan bisa memberikan citra yang baik pula bagi Kota Pekanbaru.

Meningkatkan sebuah citra perusahaan, organisasi atau instansi memanglah tidak mudah. Apalagi citra positif PT. P&P Bangkinang mulai memburuk dimata masyarakat dikarenakan munculnya permasalahan atau kasus yang terjadi di lingkungan masyarakat.

Seperti yang terjadi, permasalahan dilapangan dan juga didukung dengan data perusahaan bahwa PT.P&P Bangkinang Kota Pekanbaru ini kegiatan operasinya membawa dampak negatif bagi lingkungan sekitar perusahaan terutama kelurahan Desa Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Begitu banyak sekali permasalahan yang terjadi karena adanya PT P&P Bangkinang di Kota Pekanbaru. Berikut rincian permasalahannya adalah pertama, terjadi pro dan kontra dikarenakan adanya keberadaan Perusahaan karet di

tengah-tengah kota Pekanbaru. Kedua, bukan hanya dikalangan masyarakat, pada sekitar tahun 2015 terjadi demo yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Riau dan didukung oleh masyarakat sekitar perusahaan supaya pihak perusahaan pindah ketempat yang lebih kondusif dan tidak mengganggu kenyamanan masyarakat sekitar karena bau limbah yang disebabkan oleh perusahaan.

Ketiga, terjadinya biang limbah yang disebabkan oleh perusahaan sehingga mengganggu kesehatan warga sekitar perusahaan terutama anak dibawah umur yang tergolong masih sensitif menghirup bau limbah yang sangat menyengat itu. Keempat, adanya protes dari masyarakat yang notabeneanya sebagai penjual makan didepan wilayah perusahaan melayangkan protes kepada pihak perusahaan karena bau limbah yang dihasilkan mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan yang merasa terganggu oleh bau tersebut. Karena banyaknya pro dan kontra akhirnya dari pihak perusahaan memutuskan untuk membentuk citra positif perusahaan dengan membantu masyarakat melalui program CSR supaya bisa meringankan kebutuhan masyarakat sekitar dalam kegiatan CSR tersebut. Kemudian pihak perusahaan berharap dengan adanya bantuan program CSR ini masyarakat bisa secara perlahan menerima keberadaan PT P&P Bangkinang di wilayah tersebut (*Sumber: masyarakat*).

Melalui kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh PR PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru bukan hanya sekedar terciptanya hubungan yang harmonis dengan masyarakat saja, namun bagaimana dari aktivitas PR melalui bantuan dapat menciptakan kepercayaan diantara masyarakat dan perusahaan sehingga bisa meningkatkan citra suatu perusahaan. Dengan menyadari pentingnya PR dalam meningkatkan citra melalui kegiatan atau aktivitas seorang *public relations* yang dilakukan sangat menarik untuk diteliti. Apalagi masalah yang benar

terjadi dan dialami oleh masyarakat di daerah Kelurahan Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

Dari berbagai macam masalah yang muncul di lingkungan masyarakat, membawa dampak negatif bagi masyarakat. Dimana ini tentunya menjadi PR harus bisa mengatasi permasalahan yang terjadi agar bisa meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan diberikan kepada masyarakat. Sehingga membuat masyarakat tidak lagi beropini negatif terhadap PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru.

Berdasarkan uraian masalah yang dialami oleh PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam suatu penelitian dengan “Aktivitas *Public Relations* PT P&P Bangkinang dalam Meningkatkan Citra melalui Bantuan Perusahaan di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Aktivitas

Aktivitas adalah kegiatan atau kesibukkan, sedangkan kegiatan adalah mengarahkan tenaga dan badan untuk mencapai suatu maksud dengan inisiatif. Sedangkan menurut Soeganda Poerbakawata dalam bukunya *Ensiklopedia Pendidikan* menyatakan bahwa “aktivitas” adalah keaktifan yang berasal dari kata aktif yang berarti giat bekerja atau berusaha. Jadi aktivitas adalah suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

Definisi *Public Relations*

Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat yang di terjemahkan dari kata *Public Relations*. Kedua istilah tersebut telah memasyarakat di indonesia (Effendy, 2004:131). *Internasional Public Relations Association* (IPRA) mendefiisikan bahwa PR adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh

organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi yang dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan di duga akan ada kaitannya dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana yang tersebar luas (Effendi,2004:134).

Peran *Public Relations*

Peran utama *Public Relations* menurut Ruslan (2010:10) pada intinya adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang mewakili dengan publiknya.
- b. Membina *relationship*, yaitu membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c. Peran *back up management*, yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk *corporate image*, artinya peran *public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi dan lembaganya.”

Peran *public relations* diklasifikasikan kedalam dua jenis peran yaitu teknisi dan manajerial sebagaimana dijelaskan berikut:

1. Peran secara Teknis Komunikasi

Praktisi *public relations* memiliki keahlian dibidang komunikasi jurnalistik menulis, pageditan, produksi audio, visual, grafis dan produksi pesan yang dibutuhkan untuk melaksanakan program *public relations*. Praktisi *public relations* tidak terlibat dalam pembuatan keputusan organisasi. Praktisi *public relations* yang menjalani peranan penting dalam organisasi yang mengutamakan model *public relation*

sinformasi atau keagenan pers dimana *public relations* membuat release kepada media organisasi.

2. Peran secara Manajerial Komunikasi

Praktisi *public relations* secara sistematis merencanakan dan mengetur program *public relations* sebuah organisasi, memberikan masukan pada manajemen perusahaan, dan membuat kebijakan *public relations* dan secara teratur mengadakan riset atau mengevaluasi kerja mereka. Pihak manajemen memberikan wewenang bagi praktisi PR untuk mengelola sendiri kegiatannya. Peran ini menuntut praktisi memiliki keahlian melakukan riset, pola pikir strategik dan kecenderungan untuk berfikir mengenai hasil atau dampak aktivitas *public relation*. Mereka menjalankan *enviromental scanning* dan itelejensi organisasi, negosiasi, dan membangun koalisi, mengelola isu dan krisis, mengevaluasi program, dan memberikan *counselling* bagi manajemen. *Communication manajer role* terdiri dari tiga sub peran (cutlip,2000:44) :

Fungsi dan Tujuan *Public Relations*

Function atau fungsi berasal dari bahasa lain yang berarti penampilan, pembuatan pelaksana, atau kegiatan. Fungsi humas yang pertama adalah mengabdikan kepada kepentingan umum. Pengertian mengabdikan kepada kepentingan umum atau masyarakat adalah suatu perilaku yang positif dan berminat untuk membantu orang lain atau masyarakat dalam memperoleh manfaat bersama (*benefit*), apa-apa yang telah dilakukan oleh humas atau instansi lainnya, baik secara langsung. Adapun fungsi humas antara lain:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang diwakilinya.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan *public* internal dan *public* eksternal.

3. Mencipakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.
4. Melayani *public* dan menasehati pimpinan organisasi atau perusahaan atau kepentingan umum (Effendy, 2002:94).

Ada tiga humas dalam organisasi atau lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas, ketiga tugas humas, ketiga tugas tersebut adalah:

- a. Menginterpretasikan, menganalisis, dan mengevaluasi kecenderungan perilaku, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi atau lembaga.
- b. Mempertemukan kepentingan organisasi atau lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik (Kusumastuti, 2002:25).

Aktivitas Humas (PR)

Aktivitas Humas adalah komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/kerjasama.

Kegiatan *Public Relations* adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan public relations terbagi menjadi dua yaitu:

a. Internal *Public Relations*

Kegiatan internal PR merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi/perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perubahan dan sebagainya.

Melalui kegiatan internal PR diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik.

Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar. Kegiatan hubungan internal yang dilaksanakan oleh seorang PR adalah hubungan dengan karyawan dan pemegang saham (Rasyid, 2011: 86-87).

b. Eksternal *Public Relations*

Kegiatan eksternal PR ini ditujukan untuk publik eksternal organisasi/perusahaan, yaitu keseluruhan elemen yang berada di luar perusahaan yang tidak berkaitan secara langsung dengan perusahaan, seperti masyarakat sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen, pesaing, lain sebagainya.

Melalui kegiatan eksternal ini, diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. Dengan begitu maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara perusahaan/organisasi dengan publik eksternalnya, sehingga dapat menimbulkan citra baik atas perusahaan dimata publiknya. Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh seorang PR adalah hubungan dengan komunitas (masyarakat) dan hubungan dengan media atau pers (Rasyid, 2011: 87-88).

Citra

Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu objek tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Seperti yang dijelaskan Roesady, citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. (Ruslan, 2010:80).

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini penulis menggunakan Teori *image restoration* merupakan salah satu dari berbagai teori yang termasuk dalam manajemen citra, isu, dan krisis. Kriyantono (2014) menyebutkan dalam bukunya bahwa

William Benoit dianggap menggagas teori ini pada tahun 1995. Teori ini disebut juga dengan teori image repair karena di dalamnya membahas tentang bagaimana cara memperbaiki, memulihkan atau merestorasi citra dan reputasi buruk dari suatu organisasi atau perusahaan. Teori *image restoration* berangkat dari dua asumsi dasar. Asumsi pertama adalah komunikasi, yaitu aktivitas yang digunakan untuk mencapai tujuan. Kedua adalah tujuan utama komunikasi, yaitu memelihara citra dan reputasi positif. Kedua asumsi inilah yang mendasari strategi komunikasi yang digunakan dalam menghadapi krisis, termasuk ketika suatu organisasi atau perusahaan kembali citra positifnya.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil olahan peneliti, Pada awal kerangka dibuat pemaparan fenomena dan realita dalam penelitian, dalam hal ini adalah mengenai PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru memiliki dampak negatif bagi masyarakat karena bau limbah yang sangat menyengat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti sebagai instrumen penelitian berusaha mencari informasi sebanyak-banyaknya dari subjek sebagai orang yang dijadikan informan dalam penelitian yang dilakukan. Disini, peneliti mendeskripsikan bagaimana Aktivitas *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra melalui Bantuan Perusahaan Dikecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Adapun yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah sebanyak 6 orang yang berkaitan dan terlibat langsung dalam aktivitas PR dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan, yaitu Wakil Manajemen, Kepala Bagian Personalia, Asisten Bangian Personalia dan Masyarakat. Adapun penentuan subjek pada penelitian ini

dilakukan secara *purposive*, dimana mereka dipilih dengan pertimbangan bahwa mereka dianggap dapat dipercaya oleh peneliti dan dapat memberikan informasi data yang diperlukan, sehingga dapat memudahkan peneliti menemukan jawaban penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik analisis model Miles dan Huberman dengan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan perpanjangan keikutsertaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas internal PR dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan

Kegiatan internal *public relations* merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal perusahaan. Publik internal ini merupakan elemen yang berpengaruh secara langsung daam keberhasilan perusahaan seperti karyawan dan pemegang saham.

Melalui kegiatan internal *public relations* gunannya mencapai tujuan untuk meningkatkan sebuah citra melalui bantuan perusahaan, aktivitas PR menjaga hubungan yang harmonis dengan publik internal seperti pemegang saham dan karyawan. Gunanya menjaga hubungan baik itu supaya aktivitas dengan publik internal dan eksternal berjalan lancar sesuai harapan seorang PR PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru. Aktivitas PR dengan publik internal salah satunya seperti karyawan, dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan adalah dengan menjaga hubungan baik dengan melakukan komunikasi secara terbuka, mengatasi keluhan dari karyawan mengenai kendala yang terjadi dilapangan dan kemudian memberikan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi staff agar tidak terjadi kesalahan apapun dilapangan kemudian juga bisa dijadikan karyawan sebagai panduan atau

pedoman yang baik dalam melakukan pekerjaan di dalam maupun diluar perusahaan.

Sedangkan hubungan dengan pemegang saham, dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan pihak PR PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru tidak ada melakukan kerjasama dengan pihak manapun untuk memberikan dana bantuan kegiatan kepada masyarakat. Pihak perusahaan hanya menggunakan dana perusahaan sendiri untuk memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Dikarenakan tidak bekerjasama dengan pihak manapun sehingga perusahaan mendapat keluhan dari masyarakat kalau nominal yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan terbilang sangat sedikit.

Aktivitas eksternal PR dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan

Hubungan dengan publik diuar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak, karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang baik dan harmonis dengan publiknya khususnya masyarakat umumnya.

Kemudian dengan menjaga hubungan dengan pihak eksternal, pihak PR melakukan berbagai aktivitas eksternal gunanya untuk meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan publik eksternanya, seperti dengan komunitas (masyarakat) dan media. Aktivitas yang dilakukan oleh PR untuk meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan tersebut. PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru memberikan bantuan berupa dana untuk kegiatan perbulan atau pertahun yang dilakukan oleh pihak masyarakat dan juga pihak perusahaan membuka lapangan pekerjaan khususnya bagi masyarakat yang tinggal di Kelurahan Wonorejo. Sedangkan dengan media, PR tidak bekerjasama ataupun menggunakan

alat seperti media untuk meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan. Prosesnya dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan bantuan perusahaan kepada masyarakat, dengan cara pihak terkait dari masyarakat datang keperusahaan dengan menyerahkan surat keterangan kalau ingin mengajukan permintaan bantuan dana dalam melakukan kegiatan dilingkungan masyarakat Kelurahan Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Jadi untuk meminta bantuan dengan perusahaan bukan sesuatu hal yang mudah dan sembarangan. Untuk memproses bantuan perusahaan itu dengan surat yang diberikan masyarakat ataupun proposal supaya pihak perusahaan merasa yakin akan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat.

Kendala PR dalam meningkatkan citra

Dalam menjalankan sebuah kegiatan pasti mengalami kendala, begitu juga dengan *public relations* PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru banyak mengalami kendala dalam menjalankan tugasnya atau tujuan seorang PR sebenarnya. Didalam etika profesi PR adalah seperangkat aturan atau norma yang mengarahkan seorang PR agar bisa menjalankan tugasnya dengan baik. Dengan etika profesi sebagai PR harus bisa menjaga sikapnya, tutur katanya, dan cara berinteraksi dengan publiknya, supaya bisa memberikan kesan yang baik bagi publik yang menilainya.

Berdasarkan hasil penelitian penulis diatas bahwa kendala yang dialami oleh PR PT. P&P Bangkinag Kota Pekanbaru dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan adalah karena dana yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan sangat sedikit sehingga kurangnya dana untuk melaksanakan kegiatan masyarakat dilingkungan perusahaan. Bisa dibilang hal tersebut bisa terjadi dikarenakan PR PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru tidak melakukan kerjasama dengan pihak manapun agar bantuan perusahaan kepada publiknya dapat tertutupi. Pihak perusahaan

tidak ingin terkait dengan pihak manapun untuk memberikan bantuan perusahaan kepada masyarakat. Jadi biasanya kalau masyarakat mengeuh soal dana tersebut pihak PR PT.P&P Bangkinang Kota Pekanbaru meminta pengertiannya kepada masyarakat kalau bantuan yang hanya bisa dikasih oleh pihak perusahaan tidak sesuai dengan keinginan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan dan analisa yang telah disajikan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki kesimpulan sebagai berikut.

1. Dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan sebuah citra melalui bantuan perusahaan, aktivitas PR menjaga hubungan yang harmonis dengan publik internal seperti pemegang saham dan karyawan. Aktivitas PR dengan karyawan dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan adalah dengan menjaga hubungan baik dengan berkomunikasi secara terbuka, mengatasi keluhan dari karyawan dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi staff agar tidak terjadi kesalahan apapun dilapangan. Sedangkan hubungan dengan pemegang saham, dalam meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan pihak PR tidak ada bekerja sama dengan pihak manapun untuk memberikan dana bantuan kegiatan kepada masyarakat. Pihak perusahaan hanya menggunakan dana perusahaan sendiri untuk memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar maupun masyarakat luas.

2. Aktivitas yang dilakukan oleh PR untuk meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan tersebut. PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru memberikan bantuan berupa dana untuk kegiatan perbulan atau pertahun yang dilakukan oleh pihak masyarakat dan juga pihak perusahaan membuka lapangan pekerjaan khususnya bagi masyarakat yang tinggal di Kelurahan Wonorejo. Sedangkan dengan media, PR tidak berkerjasama ataupun menggunakan

alat seperti media untuk meningkatkan citra melalui bantuan perusahaan. Prosesnya dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan bantuan perusahaan kepada masyarakat, dengan cara pihak terkait dari masyarakat datang keperusahaan dengan menyerahkan surat keterangan kalau ingin mengajukan permintaan bantuan dana dalam melakukan kegiatan dilingkungan masyarakat Kelurahan Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

3. Dalam menjalankan sebuah kegiatan pasti mengalami kendala, begitu juga PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru banyak mengalami kendala dalam menjalankan tugasnya. Didalam etika profesi PR adalah seperangkat aturan atau norma yang mengarahkan seorang PR agar bisa menjalankan tugasnya dengan baik. Bisa dibilang hal yang menjadi kendala tersebut bisa terjadi dikarenakan PR PT. P&P Bangkinang Kota Pekanbaru tidak melakukan kerjasama dengan pihak manapun agar bantuan perusahaan kepada publiknya dapat tertutupi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, Chaedar. 2002. *Pokoknya Kualitatif: Dasar- Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, Soemirat. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2015. *Penelitian Kualitatif, Edisi Kedelapan*. Jakarta. PT. Kencana Prenada Media.

- Cutlip S.M, Center A.H.& Broom G.M. 2000. *Effective Public Relations, Edisi Ketujuh*. New Jersey: Prentice Hall.
- Cutlip, Scott, M. Allens H. Center, DKK. 2006. *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2004. *Hubungan Masyarakat Metode Penelitian Bisnis*. Pekanbaru: Salemba Empat. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Bandung: Ghalia Indonesia
- Jeffkins, Franks. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-dasar Humas*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurjanah. 2012. *Hubungan Internal: Pusat Pengembangan Pendidikan*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations : Bagaimana PR menangan krisis perusahaan*. Jakarta : Grasindo.
- Rachman. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rumanti, Maria Assumpta Sr. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grafindo.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- _____. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rasyid, Anuar. 2011. *Dasar-Dasar Public Relations*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications: A Framework For PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saidi dan Abidin. 2004. *Corporate Social Responsibility: Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: ICSD.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*

- dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sari, Anditha. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Soemirat, Soleh & Ardianto. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutoyo, Anwar. 2014. *Pemahaman Individu: Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner, Sosioometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis: Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akutansi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Fascho Pub.
- Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan (UBP) Saguling melalui Kegiatan CSR dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
- Liza Atina, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2018. “Aktivitas *Media Relations* Humas Pemerintah Kabupaten Bengkalis Dalam Membentuk Citra Positif”.
- Suci Adhiani (2016). Peran Humas Rumah Sakit Ibnu Sina dalam Melaksanakan Misi Pelayanan Kesehatan yang Prima dan Islami di Pekanbaru . Universitas Riau.

Sumber lain

- Tutik Kumariyah, Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Purwokerto, 2016. “ Peran *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
- Dhani Rahmadani, jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia, 2010.”Peranan Humas PT.

