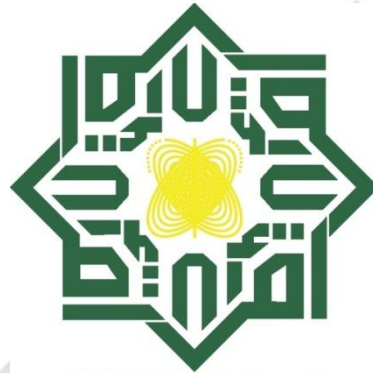


**HARD SKILL PRAKTIKI HUMAS PT.RIAU ANDALAN
PULP & PAPER (RAPP) DALAM MENGHADAPI
REVOLUSI INDUSTRI 4.0**

Hak cipta milik U

Hak Cipta Dilindungi Undang-UI

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

OKTAVIANINGSIH
NIM. 11643202332

UIN SUSKA RIAU

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2020**

State Islamic University of Sultan
Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman Persetujuan Pembimbing

**Kompetensi Praktisi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* dalam
Menghadapi Revolusi Industri 4.0**

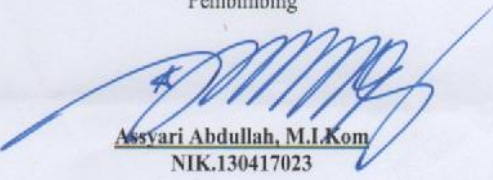
Disusun Oleh

Nama : Oktavianingsih

NIM : 11643202332


Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 03 Desember 2019

Pembimbing



Asvuri Abdullah, M.I.Kom
NIK.130417023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP.196911181996032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul "*Hard Skill* Praktisi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0" yang ditulis oleh:

Nama : Oktavianingsih

NIM : 11643202332

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dipertahankan dalam sidang munaqasah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 23 Desember 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 06 Januari 2020

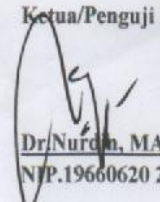
Dekan,



Dr. Nurdin, MA.
NIP.19660620 200604 1 015

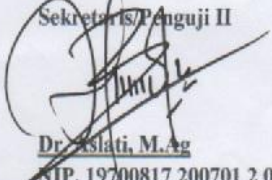
Tim Penguji

Ketua/Penguji I



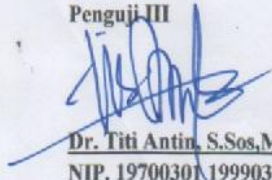
Dr. Nurdin, MA.
NIP.19660620 200604 1 015

Sekretaris/Penguji II



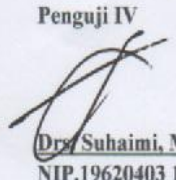
Dr. Aslati, M. Ag.
NIP. 19700817 200701 2 031

Penguji III



Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si.
NIP. 19700301 199903 2 002

Penguji IV



Drs. Suhaimi, M. Ag.
NIP.19620403 199703 1 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web, www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "**Kompetensi Praktisi Humas PT.RAPP
Pangkalan Kerinci Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0**" yang diajukan
oleh saudara:

Nama : Oktavianingsih
NIM : 11643202332
Jurusan : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*

Telah diseminarkan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 16 Mei 2019

Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu
syarat mendapat gelar sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan
Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 23 Mei 2019

Penguji,



Umar Abdur Rahim SM, S.Sos.LMA.

NIK. 130417025

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Oktavianingsih
NIM : 11643202332

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **"Kompetensi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0."** adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudia hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 16 Desember 2019

Yang membuat pernyataan



OKTAVIANINGSIH
NIM.11643202332

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 05 Desember 2019

No. : Nota Dinas
Lampiran : 4 (eksemplar)
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di _

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini maka mahasiswa berikut:


Nama : Oktavianigsih
NIM : 11643202332
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Dapat diajukan untuk menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwan dan Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi dengan judul "**Kompetensi Praktisi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0**".

Harapan kami agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah surat pengajuan ini dibuat, atas perhatian Bapak kami ucapkan terimakasih, Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Pembimbing



Assyari Abdullah, M.A.Kom
NIK. 130417023



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Oktavianingsih

NIM : 11643202332

Title : *Hard Skill of Public Relations Practitioner in the PT.Riau Andalan Pulp & Paper in the face industrial revolution 4.0*

The industrial revolution 4.0 is the entrance to the era of digitalization which refers to the picture of the changing lifestyle and behavior of individuals and organizations today. Facing the industrial era 4.0 requires public relations practitioners to have expertise and skills in accordance with the times. This study aims to determine what hard skills possessed by Public Relations Practitioners PT. Riau Andalan Pulp & Paper in Facing the Indonesian Revolution 4.0. This research was conducted at PT. Riau Andalan Pulp & Paper because at the moment PT. Riau Andalan Pulp & Paper, is entering the stage towards the industrial revolution 4.0 with the use of various digital technologies in disseminating information. This research uses a qualitative method with a qualitative descriptive approach. Informants in this study were 7 corporate communications employees. The results of this study are that corporate communications (humas) PT.Riau Andalan Pulp & Paper has hard skills in dealing with the industrial revolution 4.0. Skill towards Producer and publisher content is seen when corporate communications is able to make a news, release, and interesting content that will be published on conventional media, online and social media. The skill of video editing is seen in terms of understanding and production process from the initial to the end carried out by corporate communications, and the skills of new media are seen from the type of media used and the scale of new media that is able to reach the international region.

Keywords: Hard Skills, Public Relations (PR), Industrial Revolution 4.0

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Oktavianingsih
Student Reg. No : 11643202332
Title : **The *Hard Skill* of Public Relation Practioners in PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* to Face the 4.0. Industrial Revolution**

The industrial revolution of 4.0 is the entrance to the era of digitalization which refers to the changing lifestyle and behavior of individuals and organizations. Facing the industrial era 4.0 requires public relations practitioners to have expertise and skills in accordance with the modern times. This study aims to know the hard skills possessed by PT. Riau Andalan Pulp & Paper Public Relations Practitioners in Facing the Industrial Revolution 4.0. This research is conducted at PT. Riau Andalan Pulp & Paper because at this time PT. Riau Andalan Pulp & Paper is entering the stage towards the 4.0 industrial revolution with the use of various digital technologies in information dissemination. This research uses a qualitative method with a qualitative descriptive approach. Informants in this study are 7 corporate communications employees. The results of this study are that corporate communications (Humas) of PT.Riau Andalan Pulp & Paper has hard skills in dealing with the industrial revolution 4.0. The skill of producer and publisher content is seen when corporate communications is able to make a news, release, and interesting content that will be published in conventional media, online and social media. Video editing skills are seen in terms of understanding and production processes from the beginning to the end carried out by corporate communications. And the skills of new media are seen from the type of media used and the scale of new media reaching international areas.

Keywords: **Hard Skills, Public Relations, Industrial Revolutions 4.0.**



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamiin, Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan ridha, karunia dan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul, “**Hard Skill Praktisi Humas PT.Riau Andalan Pulp & Paper dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0**”. Skripsi dapat penulis selesaikan sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya, semoga kita semua termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafaat beliau di hari akhirat kelak.

Penulis mengucapkan terima kasih secara langsung dan tidak langsung kepada :

1. Ayahanda Narman dan Ibunda tercinta Tugiyem, yang selalu mencintai penulis sepenuh jiwa dan raganya, orang tua dan motivator yang luar biasa yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta rela mengorbankan segalanya demi kebahagiaan dan masa depan penulis, serta abang dan kakak terlinta, Puspa Indriyani, Nuriyanti, Sulistianto, Muhammad Ramadhani, Imran, Rosita, dan Yanto.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr.Nurdin,M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr.Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan bapak M.Azni, S.Ag, M.Ag selaku Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.

Bapak Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, kritik dan saran hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Ibu Intan Kemala, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing Akademis penulis yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.

Bapak/Ibu dosen serta civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepada seluruh karyawan PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) semoga atas segala bantuannya mendapat ridha dari Allah SWT.

Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta pengelola perpustakaan UIN SUSKA Riau, terima kasih telah meminjamkan buku sebagai referensi bagi penulis.

Kepada sahabat-sahabat Septa Trimahadi Putra, Robina, Emiwati, Desri, Eruwati, Wan Arafah, Mutia, Shinta, Ramza, Nur Hidayat, Andrika, Ninda, Sholi, Cindy Julianti, Zeyn, Riska Sri Wahyuni, Dewi Safitri, dan Nurul yang banyak membantu penulis dalam penyusunan dan pengumpulan data skripsi ini dan juga yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, serta moril maupun materil.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis. semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan lebih baik ke depannya. Aamiin.

Pekanbaru, 03 Desember 2019
Penulis,

OKTAVIANINGSIH
NIM. 11325203672



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Ruang Lingkup Kajian	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	8
A. Kajian Teori	8
B. Hubungan Masyarakat	10
C. <i>Hard Skill</i> Humas	22
D. Revolusi Industri 4.0	30
E. Kajian Terdahulu	37
F. Kerangka Pikir	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Sumber Data	42
D. Informan Penelitian	43
E. Metode Pengumpulan Data	43
F. Validitas Data	44
G. Teknik Analisis Data	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

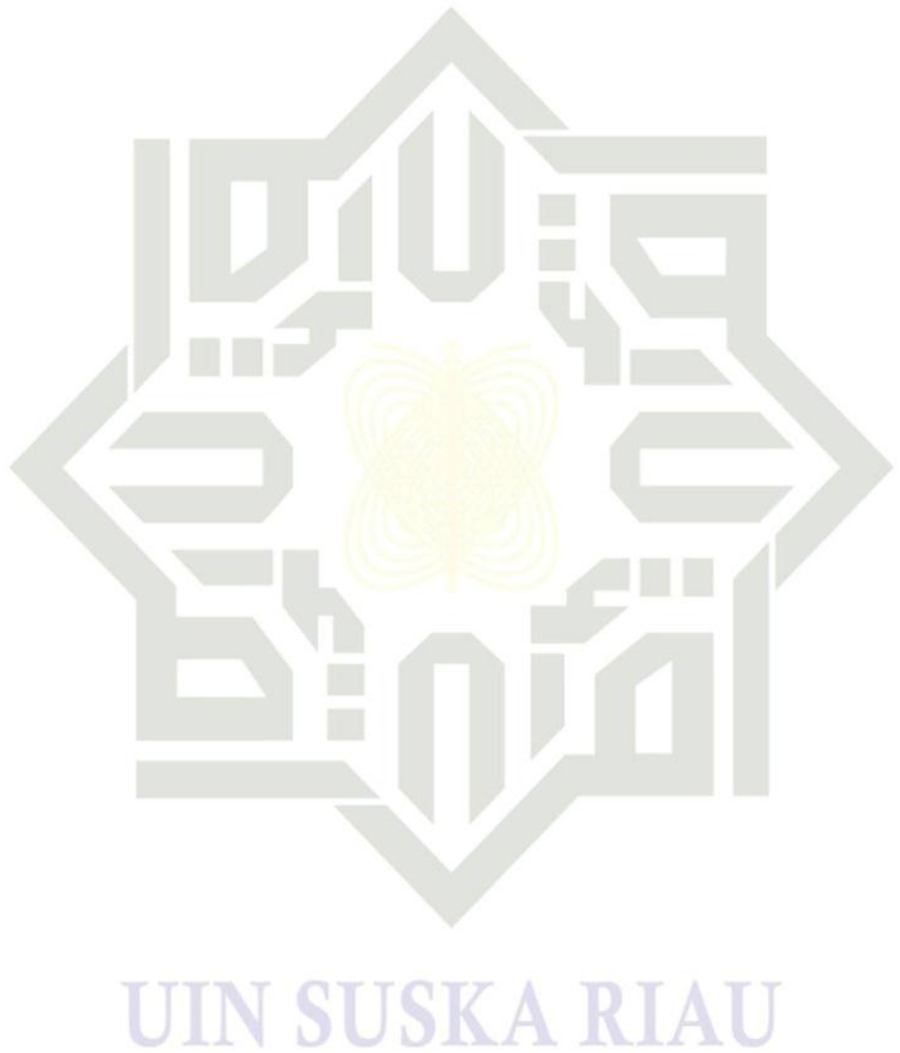
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	46
A. Sejarah PT.RAPP	46
B. Ruang Lingkup Bidang Usaha	49
C. Visi dan Misi Perusahaan.....	51
D. Daerah Pemasaran Perusahaan.....	52
E. Struktur Organisasi Perusahaan	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan.....	76
BAB VI PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Sejarah PT.RAPP	48
Tabel 5.1	Identitas Informan	57

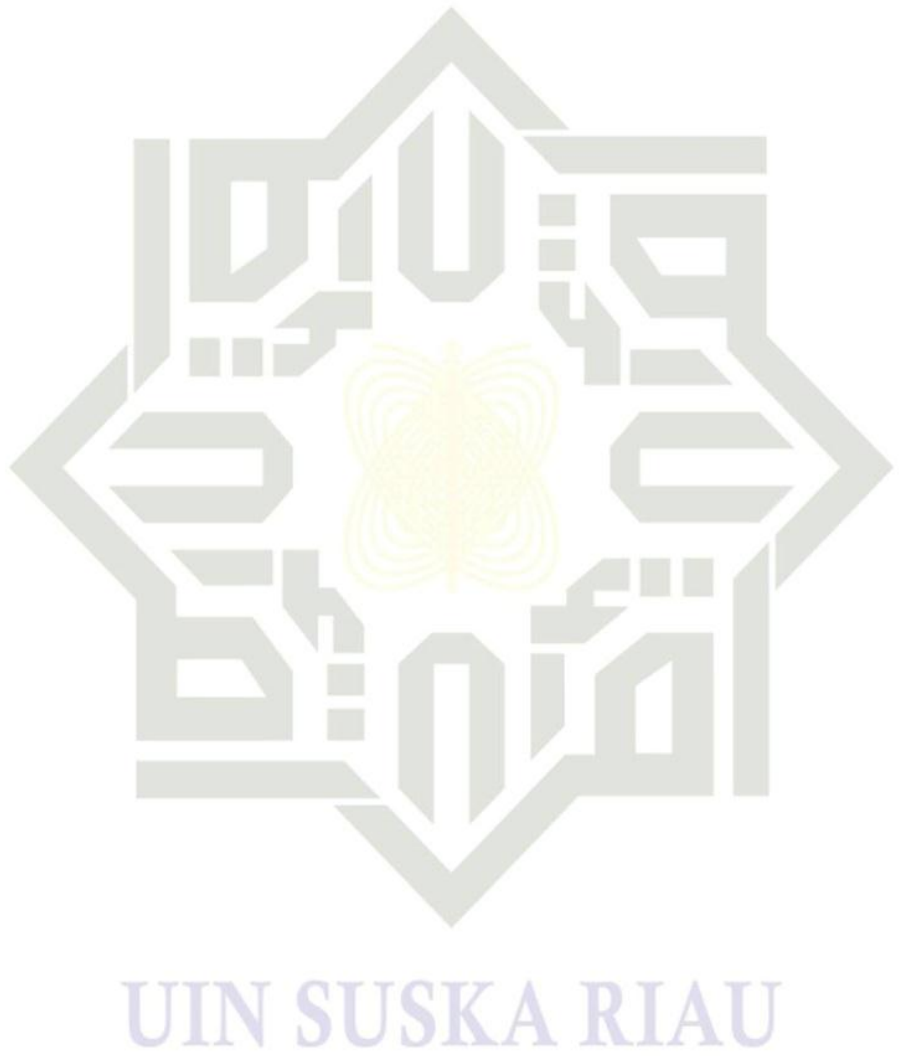


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	40
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. RAPP.....	53



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Saat ini, Indonesia tengah memasuki fase keempat revolusi Industri sejak revolusi industri pertama pada abad ke-18. Revolusi industri 4.0 atau yang dikenal dengan *Fourth Industrial Revolution* (4IR) ditandai dengan perpaduan teknologi yang mengaburkan batas antara bidang fisik, biologis, digita, atau secara kolektif disebut sebagai siber-fisik (*cyber-physical systems/CPS*).¹

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era revolusi industri 4.0 ini kemajuan perkembangan teknologi dan informasi begitu pesat, sehingga menuntut manusia untuk mampu memanfaatkan dan menggunakan teknologi yang ada. Informasi yang tidak terbatas dari berbagai belahan dunia, bisa diakses dengan mudah menggunakan teknologi jaringan internet. Revolusi Industri 4.0 menuntut agar setiap diri individu mampu meningkatkan kompetensi diri.

Berdasarkan hasil penelitian dari McKinsey Global Institute pada 2017 bahwa dampak dari *digitalisasi* menuju revolusi industri 4.0 diperkirakan akan ada sekitar 800 juta pekerja di seluruh dunia akan kehilangan pekerjaannya pada 2030 mendatang. Survei yang dilakukan pada 46 negara dan 800 pekerja oleh McKinsey, menunjukkan bahwa seperlima dari angkatan kerja global akan terpengaruh dengan adanya revolusi industri 4.0.²

Hal tersebut merupakan dampak yang sangat besar dan luas, terutama pada sektor lapangan kerja, di mana robot dan AI akan menghilangkan banyak lapangan kerja.³ Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa setiap diri yang masih ingin mempunyai eksistensi diri dalam kompetisi global harus

Astrid Savitri, *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*, (Yogyakarta: Penerbit Genesis, 2019), V.

James Manyika, dkk, 2017, "Pekerjaan Hilang, Pekerjaan Bertambah: Apa Artinya Masa Depan Pekerjaan, Keterampilan, dan Upah", diakses 26 April 2019, <http://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>.

Hendra Suwardana, "Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental", *Jurnal JATI UNIK*, Vol.1, No.2 (2018): 104, diakses 25 April 2019, https://scholar.google.co.id?hl=id&as-sdt=0%2C5&q=Kompetensi+dalam+revolusi+industri+4.0+&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p3DIWY4Uhj.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempersiapkan diri dan *skill* yang mempunyai keunggulan persaingan (*competitive advantage*) dari lainnya. Seluruh perubahan dan perkembangan dari revolusi ini, berujung pada satu kunci yang sama, yaitu melalui pemanfaatan kekuatan digitalisasi atas informasi.⁴

Menghadapi era revolusi industri 4.0, menuntut praktisi humas baik yang berada di organisasi pemerintahan maupun swasta untuk selalu berinovasi, meningkatkan kreativitas yang dimiliki. Menjadi seorang praktisi humas tidak cukup hanya mampu membuat rilis, akan tetapi humas harus memahami bagaimana *trend* pasar, regulasi dan hal penting lainnya yang terjadi saat ini.

Dalam kemajuan teknologi industri 4.0 yang telah banyak mengganti peran manusia dengan *Artificial Intelligence* (AI) dan *robotic* juga merambah profesi humas. Membuat beberapa pekerjaan humas seperti menulis artikel digantikan oleh AI. Oleh karena itu, dalam menghadapi hal tersebut, humas harus mampu beradaptasi dan memiliki keahlian dalam memanfaatkan teknologi yang ada.

Seorang praktisi humas harus mampu meng-*upgrade* dan memiliki keterampilan dan keahlian mengenai teknologi dan non teknologi yang seimbang. Di era industri 4.0, dunia membutuhkan dukungan humas yang memiliki mobilitas tinggi, kemampuan penggunaan teknologi digital, analitik, penulisan konten, dan informasi-informasi terkini harus selalu di *upgrade* oleh seorang Humas.⁵

Humas memegang peranan dalam menjaga keberhasilan hubungan komunikasi dan keberhasilan tujuan dari sebuah perusahaan.⁶ Mengingat pentingnya keberadaan humas dalam sebuah perusahaan, membuat posisi humas membutuhkan tingkat keterampilan profesionalisme tinggi sehingga tidak heran saat ini posisi humas menjadi hal yang sangat penting dan

⁴ *ibid*, 104.

⁵ Agung Laksmana, 2018, "OPINI:Peran Strategis Humas di era Industri 4.0", diakses 17 April 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181026/257/853552/opini-peran-strategis-humas-di-era-08industri-4.0>.

⁶ Meranti dan Irwansyah, "Kajian Humas Digital:Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Strategik Kehumasan", *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Volume 7, No 1, (Juni 2018): 27, diakses 26 Apr. 19, <http://jurnal.kominfo.go.id>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dihargai. Selayaknya seorang yang bertugas dibidang humas harus memiliki kriteria dan kemampuan spesial di bidang humas sesuai dengan perkembangan zaman, khususnya di era revolusi industri 4.0.

Istilah *hard skill* diartikan sebagai penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya. *Hard skill* merupakan keterampilan teknis yang melekat akan dibutuhkan untuk profesi tertentu. Sedangkan menurut Faiz Alam Islami, *hard skill* adalah pengetahuan dan kemampuan teknis yang dimiliki seseorang. *Hard skill* memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan kemampuan dunia kerja. Maksud dari peran tersebut yaitu seseorang akan melakukan pekerjaan dengan baik dan benar sesuai dengan *hard skill* yang ia miliki.⁷

Perkembangan tersebut sejalan dengan permasalahan kehumasan yang semakin kompleks dan rumit. Seorang humas harus mampu menggunakan teknologi digital dalam aktivitas atau kegiatannya. Sehingga di era revolusi industri 4.0. seorang humas wajib memiliki *skill set* baru, yaitu humas harus mampu menjadi seorang *producer* dan *publisher content*, mampu memahami dan melakukan *editing video* dan mampu memanfaatkan media baru. Profesi humas tidak lagi hanya mengandalkan kecakapan berkomunikasi di dalam organisasi, akan tetapi humas di tuntut untuk berevolusi dan bertransformasi dalam menghadapi revolusi industri 4.0.⁸

PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* Pangkalan Kerinci merupakan salah satu industri *modern* yang bergerak dalam bidang pembuatan *pulp* dan kertas. PT. RAPP merupakan mitra dari perusahaan besar *Asia Pasific Resources International Limited* (APRIL), dimana perusahaan ini berpusat di Indonesia khususnya di Kerinci dan China (Rhizao). PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* memulai produksi *pulp* pada tahun 1995 dan produksi *paper* tahun 1998.⁹

⁷ Faiz Alam Islami, "Analisis Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan PT.Bumi Putera Wilayah Semarang)", Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dponegoro, Semarang (2012).

⁸ Rio Pambudi Dalimunte, dkk, *Tantangan Komunikasi Baru Digital dan Revolusi Industri 4.0.*, Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, Vol. 02, No.01, 791.

⁹ April, 2015, "Sejarah April", diakses 21 Apr.19, <https://www.aprilasia.com/id/tentang-april/sejarah>.

Saat ini, PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* telah menggunakan teknologi canggih untuk proses produksi *pulp & kertas* di perusahaan tersebut, seperti penggunaan alat-alat dan mesin produksi yang berbasis internasional. Sementara untuk bagian kehumasan, saat ini memasuki proses menuju revolusi industri 4.0, dimana semakin gencarnya penyebaran informasi yang dilakukan dengan penggunaan digital media atau media sosial seperti instagram, facebook, twitter, linkedin dan lain sebagainya sehingga segala informasi dapat dengan mudah diketahui oleh publik.¹⁰

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik dan ingin membahas lebih jauh permasalahan ini dengan judul **“Hard Skill Praktisi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0.**

B. Penegasan Istilah

Untuk mempertegas dan menghindari salah penafsiran makna terhadap kata-kata dalam judul penelitian, maka diperlukan penjelasan istilah atau kata sebagai berikut:

1. *Hard Skill*

Hard skill merupakan keterampilan teknis yang dimiliki individu. Keterampilan ini diperoleh melalui pendidikan yang dijalani dan pembelajaran praktisi. *Hard skill* yang harus dimiliki oleh praktisi humas di era revolusi industri 4.0 ialah *skill producer* dan *publisher content, editing video*, dan media baru (*new media*).

2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Menurut Frank Jefkins, humas (*Public Relations*) adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang dilandaskan pada sikap saling pengertian.¹¹

¹⁰ Hasil wawancara dengan Neshayani Harahap selaku Digital Media Coordinator di Rukan PT.RAPP.

¹¹ Ropingi El Ishaq, *Public Relations Teori dan Praktik* (Malang:Intrans Publishing, 2017),7



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. PT. Riau Andalan *Pulp & Paper*

PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* atau yang dikenal dengan sebutan PT. RAPP merupakan salah satu perusahaan penghasil *pulp* dan kertas yang terbesar. Perusahaan ini mengoperasikan industrinya dengan menggunakan teknologi moderen dan terefisien di dunia.¹²

4. Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri 4.0 merupakan pintu masuknya era digitalisasi yang merujuk pada gambaran situasi perubahan gaya hidup dan perilaku individu maupun organisasi saat ini. Revolusi industri 4.0 dimanifestasikan ke dalam dinamika kehidupan saat ini, seperti halnya dalam perubahan cara data-data digunakan, teknologi yang semakin terotomatisasi dan terdigitalisasi, dan berbagai hal yang seringkali kita kenal saat ini dengan istilah “*Internet of Things*” (IoT).¹³

Dalam penelitian ini, revolusi industri 4.0 yang dimaksudkan penulis yaitu penggunaan teknologi digital dalam penyebarluasan informasi yang terotomatisasi dengan hadirnya internet, yang mampu memberikan konektivitas di wilayah lokal hingga internasional.

C. Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup merupakan batasan untuk membuat sebuah penelitian dan observasi lebih tepat sasaran. Tanpa adanya ruang lingkup, sebuah penelitian akan memakan waktu yang lebih lama dari yang diperkirakan, hal ini dikarenakan tidak adanya sebuah batasan. Adapun ruang lingkup kajian dalam penelitian ini adalah *hard skill* praktisi humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam menghadapi revolusi industri 4.0.

¹² April, 2015, “Tentang April”, diakses 23 Apr. 19, www.aprilasia.com/id/tentang-april.

¹³ Meranti dan Irwansyah, *Kajian Humas Digital: Transformasi Dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Stratejik Kehumasan*, 28.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini mengenai “Apa saja *Hard Skill* Praktisi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 ?”

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Apa saja *Hard Skill* yang dimiliki Praktisi Humas PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0.

2) Kegunaan Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian diatas, maka kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi *Public Relations* (humas) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- 2) Dapat memberikan informasi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin meneliti tentang *Hard Skill* PR dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 dengan metode deskriptif kualitatif.

b. Secara Praktis

- 1) Supaya dapat memberikan informasi mengenai *Hard Skill* Praktisi Humas PT. PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) Pangkalan Kerinci dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0.
- 2) Sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk mendapatkan Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau.



- F Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, penulis lampirkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan tentang gambaran umum PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) Pangkalan Kerinci.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Definisi teori secara umum adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengaitkan antara hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita dalam memahami sebuah fenomena.¹⁴ Teori adalah himpunan konstruk, definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori *task-technology fit* (TTF). Teori ini dikembangkan oleh Goodhue Thompson (1995). *Task-technology fit* membahas mengenai bagaimana teknologi membantu individu dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya atau dengan kata lain tugas jabatan.¹⁵

Secara lebih spesifik, teori ini merupakan kesesuaian antara kebutuhan tugas-tugas, kemampuan individu dan fungsi teknologi. Prioritas *task-technology fit* adalah interaksi antara tugas, teknologi dan individu. Berbagai macam tugas yang pasti seperti saling ketergantungan antara tugas dengan kebutuhan informasi dari beberapa unit organisasi.

Task-technology fit menyatakan bahwa teknologi informasi lebih cenderung memiliki dampak positif pada kinerja individu dan digunakan jika kemampuan teknologi informasi sesuai dengan tugas-tugas yang digunakan oleh individu. Konstruk utama *task-technology fit* terdiri dari *task characteristic*, *technology characteristic*, *performance impacts*, dan *utilizations*.¹⁶

¹⁴ Richad West, Lynn H.Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 43.

¹⁵Task technology fit. Diakses 14 Januari 2020, <https://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/TSA-2015-0053%202.pdf>.

¹⁶ Hera Susanti, dkk, "Melibatkan Siswa Dalam Konten Pembelajaran Fisika Berbasis Web Fisika Di SMU: Perspektif *Social Learning Theory SLT* dan *Task Technology Fit* (TTF)", *Prosiding SNST* (2015): 156.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Task characteristic merupakan kegiatan yang dilakukan individu dalam mengubah input menjadi output. Karakteristik tugas penting meliputi peningkatan penggunaan aspek-aspek tertentu dari teknologi. Misalnya kebutuhan untuk dapat menjawab berbagai variasi dan pertanyaan-pertanyaan yang tidak dapat diprediksi mengenai operasional perusahaan.¹⁷

Technology characteristic merupakan alat yang digunakan individu dalam penyelesaian tugas yang dilakukan. Teknologi terkait dengan sistem komputer dan penggunaan jasa pendukung yang memberikan panduan pengguna dalam penyelesaian tugas.¹⁸

Performance impacts menunjukkan bahwa pencapaian pengaruh kinerja berhubungan dengan pencapaian serangkaian tugas-tugas yang dibebankan dengan dukungan teknologi informasi yang ada.¹⁹

Utilizations merupakan perilaku pengguna dalam penyelesaian tugas dengan menggambarkan teknologi. Utilisasi berkaitan dengan penggunaan teknologi oleh pengguna.²⁰

Penerapan teknologi informasi juga dibutuhkan oleh para praktisi humas dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan sebagai alat mempermudah penyebarluasan informasi kepada publik. Adapun *hard skill* yang harus dimiliki oleh praktisi humas dalam menghadapi revolusi industri 4.0 sesuai dengan penjabaran dari teori *task technology fit* (TTF), penulis merumuskan tiga *hard skill* yang harus dimiliki berhubungan dengan penggunaan teknologi informasi yakni *skill producer* dan *publisher content, editing video*, dan media baru. Ketiga *skill* tersebut berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi dalam mempermudah pekerjaan seorang humas, terutama dalam penyebarluasan informasi kepada publik.

¹⁷ *Ibid*, 156.

¹⁸ *Ibid*, 156.

¹⁹ *Ibid*, 157.

²⁰ *Ibid*, 157.

B. Hubungan Masyarakat (Humas)

1. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)

Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau PR. Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR), humas yakni keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.²¹

Definisi yang lebih spesifik menekankan pada tanggung jawab dimana humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan saling pengertian dan penerimaan publik.²²

Pendapat diatas sejalan dengan Dr. Rex Harlow dalam bukunya yang berjudul *A Model for Public Relations Educations for Proffesional Practices* yang diterbitkan oleh *International Public Relations Association* (IPRA) 1978, yang menyatakan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.²³

²¹ M.Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 1-2.

²² Frazier Moore, *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

²³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komuikasi Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT.RajaGrfaindo Persada, 2007), 16.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penempatan humas pada posisi tertentu dalam manajemen memiliki suatu konsekuensi tertentu dalam proses pelaksanaan fungsi humas itu sendiri. Hal itu terjadi karena manajemen, alur kerja dan hierarki sangat mempengaruhi pola kerja sekaligus pola pengambilan keputusan (*decision making*) dalam menjalankan tugas komunikasi yang dijalani oleh humas.²⁴

Sementara itu, Frank Jefkins memberi batasan humas yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu yang dilandaskan pada sikap saling pengertian.²⁵

Definisi tersebut, memberi pengertian bahwa humas merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang terencana, mengandung arti bahwa kegiatan yang dilakukan oleh humas selalu direncanakan dengan baik. Ke dalam maupun ke luar mengandung arti bahwa kegiatan humas dilaksanakan ke dalam maupun ke luar organisasi sehingga setiap kegiatan *public relations* tidak hanya untuk kepentingan ke luar organisasi, tetapi juga bermanfaat untuk pihak di dalam organisasi. Komunikasi antara organisasi dengan publiknya mengandung arti bahwa kegiatan *public relations* dilaksanakan untuk membangun komunikasi antara organisasi dengan publiknya agar terjadi sikap yang saling pengertian.²⁶

Menurut Dominick, dalam melakukan pekerjaan atau aktivitasnya humas mencakup hal-hal sebagai berikut:²⁷

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik

Pada satu sisi, praktisi humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari publik, menginterpretasikan informasinya dan melaporkannya kepada

²⁴ *ibid*, 17.

²⁵ Frank Jefkins, *Public Relations* Edisi Kelima, (Jakarta:Erlangga, 2003), 10.

²⁶ Ropongi El Ishaq, *Public Relations Teori dan Praktik*, (Malang: Intrans Publishing, 2017), 22.

²⁷ Morrison, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2008), 8.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

manajemen jika informasi tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.

2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi

Dalam hal ini, praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan perusahaan. Khalayak yang memiliki kepentingan akan selalu tertarik dengan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan. Praktisi humas harus memberi perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak yang terlibat tersebut. Humas harus menjadi penghubung antara perusahaan dengan khalayaknya.

Humas merupakan fungsi manajemen

Humas membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta beradaptasi terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga harus rutin memberikan saran kepada manajemen. Selain itu, humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. Bagian humas harus mampu mengorganisir dan mengarahkan dirinya untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa humas merupakan suatu fungsi manajemen yang merangkum seluruh kegiatan yang direncanakan secara terus menerus dalam rangka membangun dan mempertahankan hubungan antar sebuah organisasi dengan publik dengan tujuan untuk memperoleh saling pengertian, kepercayaan, maupun apresiasi dari publik.

2. Sejarah Humas (*Public Relations*)

Glenn Griswold dan Denny Griswold menyatakan bahwa kegiatan *Public Relations* sudah ada sejak berabad-abad yang lalu. Pada zaman neolitik, orang-orang sudah melakukan kegiatan barter barang-barang kebutuhan hidup, dimana dalam kegiatan tersebut terjadi komunikasi antara dua belah pihak. Secara sederhana, kegiatan komunikasi tersebut



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengandung unsur dari metode PR, yaitu saling memberikan keyakinan dan menarik perhatian.²⁸

Dari situs-situs sejarah yang ditemukan di Irak, para arkeolog berpendapat bahwa sejak abad ke-18, aktivitas berkomunikasi dengan tujuan mempengaruhi persepsi dan perilaku sudah terjadi. Bahkan, unsur aktivitas dasar PR dapat ditemukan kembali ke awal peradaban manusia. Misalnya seperti, membujuk, menyampaikan informasi, dan mengintegrasikan manusia dalam suatu kelompok.²⁹ Ketiga hal tersebut sampai saat ini masih dilakukan oleh manusia.

Memasuki abad ke-19 PR *modern* lahir di Amerika Serikat dengan didasarkan pada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Adapun tokoh-tokoh yang berjasa, antara lain Ivy Ledbetter Lee, Arthur Page, George Creel dan Edward Bernays. Konsep PR pertama kali digunakan oleh Presiden Amerika Serikat Thomas Jefferson pada tahun 1817 ketika itu ia menyampaikan sebuah pesan kepada kongres yang berkaitan dengan *Foreign Relations*.

Ketika itu, Thomas Jefferson mencoret kata *state of thought* menjadi *public relations*. Pada tahun 1882, saat peringatan Hari Sarjana di *Yale Law School*, Presiden Jefferson menyampaikan sambutannya dengan judul *The Public Relations and Duties of the Legal Profession*. Sambutan tersebut kemudian dimasukkan ke dalam *The Year Book of Railway Literature*.³⁰

Pada tahun 1923, Edward Bernays mempopulerkan istilah *public relations* melalui bukunya yang berjudul *Crystalling Public Relations*. Edward Bernays juga merupakan orang yang pertama kali memberikan kuliah PR di Universitas New York. Berat jasanya, ia diberi gelar *The Father of Public Relations*. Sementara itu, George Creel merupakan tokoh yang pertama kali mempraktikkan PR di lingkungan pemerintahan.³¹

²⁸ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 25.

²⁹ *Ibid*, 24.

³⁰ *Ibid*, 26.

³¹ *Ibid*, 26.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep dasar PR sebenarnya sudah terlihat ketika terjadinya Revolusi Amerika. Meskipun pada saat itu sifatnya spontan dan belum populer, PR sudah menjadi gerakan yang terencana. Seorang ahli sejarah Amerika Philip Davidson mencatat bahwa John Adams, Josiah Quincy, Joseph Warren, Stephen Hopkins, Alexander Hamilton, Thomas Henry Lee dan Francis Hopkinson merupakan ahli propaganda ternama pada masa tersebut. Perkembangan PR secara nyata juga didukung oleh adanya revolusi industri.³²

Secara lebih konkret, perkembangan PR di Amerika Serikat dimulai sekitar tahun 1990-an yang dipelopori oleh Ivy Lee dengan *Declaration of Principles*. Sama seperti Edward Bernays, Ivy Lee juga dianggap sebagai *The Father of Public Relations*. Lee banyak memberikan sumbangan mengenai teknik maupun prinsip yang menjadi ciri khas dari PR. Lee juga menanamkan prinsip bahwa seorang praktisi PR harus memiliki kedudukan yang tinggi di dalam manajemen mengingat tugas yang di bebankan kepadanya sangat berat.³³

Ivy Lee merupakan putra seorang negarawan di Georgia Amerika Serikat. Kegiatannya di bidang PR sudah ia tekuni sejak tahun 1906, pada waktu industri batubara di negara “Paman Sam” mengalami kesulitan yang diakibatkan oleh pemogokan buruh. Ketika itu Lee berprofesi sebagai seorang wartawan salah satu surat kabar. Timbulnya pemogokan para pekerja yang mengancam kelumpuhan industri batubara tersebut memunculkan gagasan Lee untuk menengahi membagi keuntungan kepada kedua belah pihak, yaitu para industriawan dan para pekerja.³⁴

Gagasan Lee tersebut ditawarkan kepada pimpinan industri batubara dengan beberapa persyaratan, yakni:³⁵

- a. Ia diberi kedudukan dalam manajemen puncak;
- b. Ia diberi kewenangan penuh dalam menyebarkan informasi faktual yang harus diketahui rakyat.

³² *Ibid*, 26-27.

³³ *Ibid*, 27.

³⁴ Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), 8.

³⁵ *Ibid*, 8.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persyaratan Lee tersebut cenderung revolusioner, karena orang bergerak dalam bidang komunikasi dan informasi ketika itu tidak berada dalam struktur *top management*. Begitu juga dengan fakta kepada publik suatu yang tak lazim.³⁶

Pekerjaan PR yang dilakukan Lee disebut *declaration of principles* (deklarasi asas-asas), yang artinya keberadaan publik tidak bisa dianggap remeh oleh manajemen industri, dan dianggap tidak bisa apa-apa oleh pers. Dengan gagasannya tersebut Lee berhasil untuk mengatasi pemogokan di pabrik-pabrik besar.³⁷

Sementara itu, di Indonesia sendiri era PR modern ditandai dengan lahirnya UU Keterbukaan Informasi Publik (KIP) Nomor 14 tahun 2008. Melalui UU yang disahkan pada tanggal 3 April 2008 ini, Indonesia menjadi negara ke-5 di Asia dan ke-76 di dunia yang secara resmi mengadopsi prinsip-prinsip keterbukaan informasi. Dengan adanya UU tersebut memberikan perubahan secara langsung terhadap kinerja PR secara keseluruhan di Indonesia.³⁸

Dari perkembangan yang telah terjadi pada tahun-tahun sebelumnya, kini konsep dan pola PR telah mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan tersebut meliputi; *pertama*, perubahan mental, kualitas dan sikap secara nasional dan internasional. *Kedua*, PR mulai membangun kerjasama baik secara lokal, nasional bahkan internasional. *Ketiga*, PR mulai diterapkan secara intensif dibidang ekonomi, politik, sosial budaya, Ilmu pengetahuan dan teknologi yang disertai dengan penyesuaian era global dan informasi seperti saat ini³⁹.

3. Fungsi Humas

Berbicara mengenai fungsi humas, sebenarnya dapat dijelaskan secara sederhana bahwa humas itu pada dasarnya adalah untuk menghubungkan

³⁶ *Ibid*, 8.

³⁷ *Ibid*, 10.

³⁸ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *op.cit*, 53.

³⁹ *Ibid*, 35.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

publik atau pihak yang berkepentingan di dalam atau diluar sebuah organisasi.⁴⁰

Fungsi utama humas ialah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, baik itu internal maupun eksternal dalam rangka mencapai sikap saling pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan organisasi.⁴¹

Selain itu, humas juga berfungsi sebagai penunjang manajemen dalam mencapai tujuan dari sebuah organisasi. Komunikasi merupakan kegiatan utama dari humas yang sasaran dari kegiatannya adalah publik internal maupun eksternal, dimana secara operasional humas berfungsi dalam membina hubungan baik antara organisasi dengan publiknya.⁴²

Humas juga berfungsi melayani publik dengan memberikan informasi yang sesuai dengan tempat dimana humas itu berada. Dalam memberikan informasi kepada publik seorang humas dituntut untuk bersikap jujur sehingga akan menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup organisasi.⁴³

The British Institute of Public Relations mendefinisikan fungsi humas sebagai berikut: ‘*the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public*’ (upaya yang mantap, berencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina pengertian bersama antara organisasi dengan khalayaknya). Dalam pengertian tersebut, secara implisist terdapat tiga fungsi praktisi humas:⁴⁴

- a. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya;

⁴⁰ Danandjaja, *Peranan Humas dalam Perusahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 18.

⁴¹ Firsan Nova, *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 49.

⁴² Elfiandri,dkk, *Pengantar Public Relations: Konsep dan Aplikasi*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 4.

⁴³ Firsan Nova, *Op.cit*, 21.

⁴⁴ Ropingi El Ishaq, *op.cit*, 28.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Menasihati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang muncul;

c. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi opini publik. Menurut Edward L. Bernays, dalam bukunya *Public Relations, University of Oklahoma Press, public relations* (humas) memiliki 3 fungsi utama, yaitu:⁴⁵

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat;
- b. Memberikan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung;
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu lembaga/organisasi sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Menurut pakar Humas internasional Cutlip & Centre and Canfield, fungsi humas adalah sebagai berikut:⁴⁶

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
- b. Menjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, sebagai khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya demikian juga sebaliknya.
- d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan saran kepada pimpinan manajemen demi mencapai tujuan bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal-balik, mengatur arus informasi publik serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya dengan tujuan tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi humas adalah mampu menjadi komunikator dan mediator untuk

⁴⁵ *Ibid*, 29.

⁴⁶ Rosady Ruslan, *op.cit*, 19.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anggota dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Menampung segala aspirasi masyarakat terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi atau lembaga. Humas juga berfungsi menciptakan citra yang baik atau positif dalam masyarakat.

4. Tujuan Humas

Humas memuat seperangkat keterampilan dan strategi praktis yang didesain untuk meningkatkan citra dan reputasi sebuah perusahaan, membantu memperkuat hubungan dengan publik dan memungkinkan organisasi tersebut untuk mengatasi berbagai permasalahan krisis karena memiliki kedudukan yang kuat.⁴⁷

Di dalam menguraikan tujuan dari humas, terlebih dahulu harus dibagi pengertian humas tersebut berdasarkan kegiatannya. Diketahui secara teoritis, adapun pembagian kegiatan humas dijelaskan sebagai berikut:⁴⁸

- a. Tujuan berdasarkan kegiatan internal humas
- b. Tujuan berdasarkan kegiatan eksternal humas

Tujuan humas berdasarkan kegiatan internal humas dalam hal ini mencakup beberapa hal sebagai berikut:⁴⁹

- a. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan.
- b. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan, agar mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan dengan tidak mengabaikan kepentingan publik.
- c. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut dengan berbagai aktivitas rutin perusahaan.
- d. Merencanakan bagi penyusunan suatu staff yang efektif bagi penugasan yang bersifat internal dalam perusahaan tersebut.

Sementara itu untuk tujuan eksternal dari humas berdasarkan bentuk kegiatan eksternal humas, dimaksudkan adalah untuk mendapatkan

⁴⁷ *Ibid*, 22.

⁴⁸ Danandjaja, *op.cit*, 22.

⁴⁹ *Ibid*, 22.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dukungan dari publik. pengertian dukungan publik disini dibatasi kepada pengertian:⁵⁰

- a. Memperluas langganan atau pemasaran;
- b. Memperkenalkan sesuatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas;
- c. Mencari dan mengembangka modal;
- d. Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, agar mendapatkan opini yang positif.

Oleh karena itu, seorang pemimpin perusahaan perlu memperhatikan melalui departemen hubungan masyarakat untuk memikirkan suatu langkah dalam mendayagunakan tujuan dari kegiatan eksternal humas itu.

Tujuan sebenarnya dari humas ialah membangun reputasi yang baik. Hal itu meliputi, bagaimana sebuah perusahaan dapat menawarkan jaminan yang memuaskan bagi setiap pelanggan, bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan publik, dan bagaimana menunjukkan tanggung jawab sosial pada tuntutan pekerjaan, komunitas sekitar dan lingkungan.

Secara lebih rinci, humas membantu melakukan banyak hal dan mencapai tujuan perusahaan seperti:⁵¹

- a. Membangun sebuah citra dan identitas perusahaan;
- b. Menciptakan i'tikad baik untuk para konsumen, pemasok, atau komunitas setempat;
- c. Mempromosikan dan meningkatkan citra diri secara personal maupun perusahaan;
- d. Mengubah cara berpikir orang lain terhadap perusahaan atau organisasi;
- e. Memperoleh penerimaan oleh komunitas setempat.

⁵⁰ Ibid, 25.

⁵¹ Ropongi El Ishaq, *Public Relations Teori dan Praktik*, 34.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan humas untuk mempengaruhi publiknya, antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan perusahaan yang diwakili tersebut tetap pada posisi pertama, dikenal dan disukai. Sedangkan posisi publik yang kedua, mengenal dan tidak menyukai itu, maka humas harus berupaya melakukan teknik humas tertentu untuk dapat mengubah pandangan publik menjadi suka. Pada posisi publik yang ketiga, membutuhkan perjuangan keras untuk mengubah opini publik yang selama ini tidak mengenal dan tidak menyukai melalui suatu teknik kampanye humas dengan melakukan strategi yang menarik perhatian (*pull strategy*) yang mampu mengubah dari posisi “*nothing*” menjadi “*something*”.⁵²

5. Peran Humas

Perkembangan profesionalisme humas yang berkaitan dengan peran humas, baik sebagai praktisi maupun profesional dalam suatu organisasi atau perusahaan, menurut Dozier D.M., merupakan salah satu kunci utama untuk memahami fungsi humas dan komunikasi organisasi.⁵³

Peranan humas dalam suatu organisasi menurut Dozier & Broom dibedakan menjadi dua, yaitu peranan *manajerial (communication manager role)* dan perananan teknis (*communication technician role*). Peranan manajerial dapat diuraikan menjadi tiga bagian, yakni penasihat ahli, Fasilitator proses pemecahan masalah, dan fasilitator komunikasi.

a. Penasihat Ahli (*Expert prescriber*)

Praktisi humas diposisikan sebagai ahli dan penasihat bagi pimpinan organisasi. Seorang praktisi humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu memberikan solusi dalam menyelesaikan masalah hubungan publiknya (*public relationship*).⁵⁴ Peran sebagai penasihat ahli meliputi memberikan masukan dan pertimbangan terkait proses pembuatan keputusan dalam suatu organisasi. Untuk menjalankan peran ini secara maksimal, praktisi

⁵² Ropingi El Ishaq, *op.cit*, 36.

⁵³ Danandjaja, *op.cit*, 31.

⁵⁴ Rosady Ruslan, *op.cit*, 20.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

humas harus dekat dengan top manajemen.⁵⁵ Tujuannya agar segala masukan dapat disampaikan dan diterima secara langsung.

b. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*problem solving process facilitator*)

Dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai fasilitator ketika menyelesaikan suatu masalah. Apabila memungkinkan, praktisi humas dapat menjadi *leader* dalam mengatasi krisis. Untuk menjalankan peran ini, maka praktisi humas harus memiliki kualitas profesional, baik secara teoretis maupun teknis lapangan.⁵⁶

c. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Praktisi humas berperan sebagai fasilitator atau jembatan komunikasi antara organisasi dengan publik, baik internal maupun eksternal. Praktisi humas juga harus mampu menjadi penengah bila terjadi kesalahan persepsi. Dalam hal ini, humas harus memiliki sikap netral sehingga menguntungkan antara kedua belah pihak.⁵⁷

d. Teknisi Komunikasi (*communication technician*)

Peranan teknisi komunikasi ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*.⁵⁸ Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang digunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu level.⁵⁹

Peran humas tersebut diharapkan dapat menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” top manajemen dalam sebuah organisasi/perusahaan.⁶⁰

⁵⁵ Syarifuddin S. Gassing Dan Suryanto, *op.cit*, 107.

⁵⁶ Rosady Ruslan, *op.cit*, 21.

⁵⁷ *Ibid*, 21.

⁵⁸ Firsan Nova, *op.cit*, 59.

⁵⁹ Rosady Ruslan, *op.cit*, 21.

⁶⁰ *Ibid*, 22.

C. *Hard Skill* Hubungan Masyarakat (Humas)

Skill secara tradisional sering mengacu pada kemampuan teknis yang dimiliki calon pekerja seperti kemampuan menggunakan suatu alat, mengolah data, mengoperasikan komputer, atau mengetahui pengetahuan tertentu. Kemampuan-kemampuan seperti ini disebut dengan *hard skills* atau kemampuan teknis. Ketika seseorang menyebut *hard skill* biasanya mengacu pada *skill* sebagaimana yang didefinisikan oleh Random House Dictionary *hard skill* yaitu kemampuan yang berasal dari pengetahuan, kemampuan praktis, atau kecerdasan untuk melakukan sesuatu dengan baik; kompetensi dalam melakukan sesuatu keahlian atau keterampilan yang membutuhkan latihan tertentu.

Hard skill juga sering disebut dengan kemampuan teknis yang sangat diperlukan oleh pekerja dalam rangka melaksanakan serangkaian tugas-tugas yang dibebankan kepadanya dalam mencapai tujuan pekerjaan.⁶¹

Hard skills yang harus dimiliki praktisi humas di era revolusi industri 4.0 yakni keahlian sebagai *producer* sekaligus *publisher content*, *editing* video, dan media baru (*new media*).

1. *Producer* dan *publisher Content*

Agar *impactful*, praktisi PR harus kreatif dan bisa berkomunikasi secara personal. Dengan tsunami konten dan *overload* informasi di dunia saat ini, PR 4.0 harus lebih selektif melihat siapa target audiens nya, kanal yang digunakan, serta konten yang relevan dengan mereka. Dengan kata lain, PR 4.0 harus bisa menjadi *Producer* dan *publisher content*.⁶² Humas sebagai *producer* yakni seorang humas harus mampu membuat berita, cerita, artikel, dan konten-konten yang menarik. Humas dituntut untuk dapat membuat konten informasi yang menarik. Konten tersebut harus

⁶¹ M.Untung Manara, "Hard Skills Dan Soft Skills Pada Bagian Sumber Daya Manusia Di Organisasi Industri", Jurnal Psikologi Tabularasa, Volume 9, No. 1, (April:2014), 38, Diakses 25 Desember 2019, <http://media.neliti.com>.

⁶² Perhumas, "Era Industri 4.0 Apa Tantangan Hubungan Masyarakat Dimasa Depan?", <http://www.perhumas.or.id/era-industri-4-0-apa-tantangan-hubungan-masyarakat-di-masa-depan/>, diakses pada 25 juni 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat menyentuh hati masyarakat, menjadi *top of mind* (puncak pikiran) masyarakat.⁶³

Dengan adanya konten yang menarik tersebut akan menjadi ikatan dalam daya ingat masyarakat akan kualitas dari sebuah organisasi. Selain itu, humas juga harus mampu menjadi seorang *publisher*. Humas saat ini tentu tidak hanya bergelut dalam media *mainstream* saja, akan tetapi sudah merambah ke dunia maya yang tidak memiliki batas teritori. Praktisi humas juga dituntut untuk kreatif dan inovatif agar dapat menciptakan konten yang berkualitas dan menarik.⁶⁴

Cahyono menyebutkan bahwa dalam pengembangan kompetensi humas, utamanya peningkatan keahliannya (*skills*) mengenai media online, dapat terus dibudidayakan kebiasaan baru yang kondusif dalam mendukung perubahan paradigma komunikasi, antara lain secara sederhana dapat dimulai dengan melembagakan budaya blogging, membuat blog pribadi, untuk melatih keterampilan menulis di media online.⁶⁵

Sebagai *producer* dan *publisher content*, humas harus memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

a. Konten

Istilah *content* merujuk pada media online atau media internet. Menurut KBBI, konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti internet, televisi, media sosial, bahkan acara langsung seperti konferensi pers.⁶⁶

Adapun beberapa jenis konten yang terdapat di dalam media online yakni, teks, gambar, dan suara.⁶⁷

⁶³ Eri Heriyanto dan Desak Ketut Juniari, 2019, *Komunikasi Publik Di Era 4.0: Memetik Pelajaran Dari Strategi Komunikasi Utang Pemerintah*, julianbukumu, diakses 18 Mei 19, <https://books.google.co.id>

⁶⁴ *Ibid*, <https://books.google.co.id>.

⁶⁵ *Ibid*, <https://books.google.co.id>

⁶⁶ Konten, "KomunikasiPraktis", <https://www.komunikasipraktis.com/2019/05/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya.html>, dikases pada tanggal 29 Desember 2019.

⁶⁷ *Ibid*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1) Teks

Teks yaitu konten yang berupa tulisan berisi ulasan, kajian, analisis, deskripsi, defenisi, dan pengertian.

2) Gambar

Selain tulisan, konten juga memuat sebuah gambar yang menjadi daya tarik sendiri bagi visual.ada ungkapan yang mengatakan satu gambar bernilai 1000 kata (a picture is worth a thousand words). Instagram populer karena mewajibkan sebuah status update berupa foto, video. konten gambar merupakan konten yang paling banyak disukai oleh pengguna media sosial.

3) Video (suara)

Di dalam sebuah media sosial, konten juga dapat berupa video yang memuat adanya suara atau dikenal dengan audio. Sebuah video cenderung berdurasi beberapa menit, yang memungkinkan penjelasan singkat tentang apapun yang ingin dijelaskan oleh videografer.

b. Media

Media berasal dari bahasa Latin “medium” yang berarti “perantara” atau “pengantar”. *Association for Education and Communication Technology* (AECT), mengartikan kata media sebagai segala bentuk saluran yang dipergunakan untuk proses informasi.⁶⁸

Waktu (*timing*)

Dalam dunia sosial media, *timing* adalah faktor yang sangat penting. Anda ingin bisa mengirim pesan atau memposting sesuatu pada saat banyak orang yang sedang online sehingga bisa melihat konten yang dipublikasikan tersebut. Semakin banyak orang yang tersedia saat kita mengupload sesuatu, maka semakin besar pula kesempatan kita untuk bisa melibatkan mereka dalam perkembangan bisnis atau organisasi.⁶⁹

⁶⁸ Tejo Nurseto, “Membuat Media Pembelajaran yang Menarik”, *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, Vol.8, No.1 (2011): 20, diakses 30 Des. 19, <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/706>.

⁶⁹ Waktu terbaik untuk posting dimedia sosial, <https://www.progresstech.co.id/blog/waktu-posting-sosial-media/>, diakses pada 29 Des. 19.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Video Editing

Praktisi humas di era industri 4.0 juga wajib memiliki keahlian memproduksi dan mengedit video. Untuk melakukan pekerjaan tersebut, sebuah perusahaan harus memiliki akun youtube⁷⁰ yang berguna untuk promosi online lewat video yang diproduksi oleh humas. *Link* video tersebut, kemudian dipublikasikan di website perusahaan.⁷¹

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan *editing* video yakni:

a. Software/Aplikasi

Menurut Hasan Abdurahman dan Asep Ririh Riswaya, aplikasi adalah program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna aplikasi tersebut dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih akurat sesuai dengan tujuan pembuatan aplikasi tersebut.⁷²

Aplikasi Editing Video merupakan sebuah software yang digunakan untuk membantu mengerjakan atau mengedit video mulai dari menambahkan transisi, effect, audio, title, gambar, memotong atau menyambungkan video yang dihasilkan dari perekaman menggunakan kamera video, sehingga menghasilkan sebuah produk yang tidak monoton dan enak untuk ditonton. Banyak sekali aplikasi editing video yang bisa digunakan, akan tetapi beberapa aplikasi mempunyai fitur – fitur yang sangat lengkap, sehingga kita dapat menghasilkan hasil yang sangat memuaskan.⁷³

⁷⁰YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. (lihat di: <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>).

⁷¹Komunikasipraktis, “10 Keahlian Yang Wajib Dimiliki Humas Profesional”, diakses pada 25 Juni 2019, <https://www.komunikasi-praktis.com/2014/09/10-keahlian-skill-yang-wajib-dimiliki.html?m=1>,

⁷²Adi Widarma, “Perancangan Aplikasi Gaji Karyawan pada PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk. Malayu Estate”, JurTi, diakses 29 Des. 19, <https://files.osf.io>.

⁷³Software Program Aplikasi Editing Video Terbaik Untuk PC, diakses 29 Des. 19, <https://www.utopicomputers.com/software-program-aplikasi-editing-video-terbaik-untuk-pc/>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Kreativitas

Kreativitas merupakan suatu kemampuan berpikir atau melakukan tindakan yang berusaha untuk mencari suatu kemudahan atau kesulitan, berbeda, tidak umum, orisinal, serta membawa hasil yang tepat dan bermanfaat. Kreatif sangat menentukan kualitas diri individu. Dengan jiwa yang kreatif dapat menentukan bagaimana hasil dari suatu usaha yang kita lakukan. Dalam melakukan *editing* video, kreativitas berkaitan dengan beberapa hal seperti penggunaan sudut kamera, efek suara atau musik, serta pengambilan gambar dalam jarak dekat menarik perhatian audiens.

Konten

Subjek dalam video biasanya diperkenalkan atau dijelaskan sehingga audiens dapat dengan mudah mengikuti materi yang disampaikan.

3. Media Baru

Istilah media baru (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup berbagai teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Kehadiran *new media* mengabaikan batasan-batasan yang ada.⁷⁴ Media baru didefinisikan sebagai produk teknologi komunikasi yang dimediasi dengan komputer digital. Media baru merupakan tahapan lanjutan dari media sebelumnya, Creeber dan Martin menyebutkan beberapa contoh teknologi yang merupakan bagian dari media baru, antara lain, internet dan *world wide web*, *televi digital*, *personal computer (PC)*, *telepon seluler*, *virtual reality (VR)*, *Artificial Intellingence (AI)*, dan lain sebagainya.⁷⁵

Humas adalah corongnya suatu organisasi untuk mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Di era teknologi digital saat ini, Humas tidak perlu keliling untuk menyampaikan informasi

⁷⁴ Denis McQuail, *Teori komunikasi massa McQuail edisi 6*, (Jakarta: salemba Humanika, 2011), 42.

⁷⁵ Moch.Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 9.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu kegiatan atau pelayanan suatu organisasi. Melalui media sosial, sekali kirim jutaan orang akan menerima pesan tersebut dalam hitungan detik.⁷⁶

Selain itu kegiatan humas ini juga dikatakan sebagai sebuah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. Apabila ada suatu kegiatan, masyarakat tidak akan tahu bila tidak ada informasi dari humas perusahaan terkait. Untuk itu humas memiliki tugas yang sangat penting dalam sebuah organisasi.⁷⁷

Dalam hal ini, seorang humas harus mampu mengaplikasikan media baru atau *new media* pada proses kerja dengan memanfaatkan kemudahan teknologi sebagai sarana penunjang penyebaran informasi secara cepat dan tepat sasaran dengan memanfaatkan jaringan internet. Adanya jaringan internet memungkinkan komunikasi baik secara langsung, maupun tidak langsung seperti aplikasi *e-mail*.

Selain itu juga tersedia aplikasi *Web* dan *blog*. Dalam aplikasi *web*, perusahaan dapat memuat informasi mengenai profil, sapaan, pesan, dan penjelasan serta respon sosial dari pihak perusahaan kepada publiknya.⁷⁸ Sementara adanya *blog* yang dibuat oleh praktisi humas maka akan mempermudah publik dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Pengelolaan *blogs* membutuhkan tenaga humas yang benar-benar memahami tentang media baru.

Disamping itu, melalui aplikasi *e-mail*, humas perusahaan dapat memanfaatkannya untuk memberikan perhatian berupa ucapan selamat hari raya, undangan, agenda kegiatan, menginformasikan berbagai kegiatan (*special events*) aktivitas relasi publik, serta menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan, dan usulan atau saran dari publik dengan cepat.⁷⁹

⁷⁶Nana Noviada, "Public Relations di Era Revolusi Industri 4.0", 5 Apr. 19, diakses 17 April 2019, <http://jateng.tribunnews.com/2019/04/05/public-relation-di-era-revolusi-industri-4-0>.

⁷⁷Ropingi El Ishaq, *Public Relations Teori dan Praktik*, 43.

⁷⁸John P. Simandjuntak, *Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), 190.

⁷⁹*Ibid*, 192.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu, yang tidak kalah penting yakni, humas juga harus mampu menggunakan media sosial yang meliputi *facebook*, *twitter*, *whats-ups*, *line* dan sebagainya, karena kehadiran jejaring sosial ini dapat mempermudah humas dalam membangun yang lebih kuat dengan khalayak. Dengan menggunakan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* dapat membantu selebaran informasi sebuah perusahaan atau organisasi. Dalam media sosial ini, praktisi humas bisa lebih mudah menyampaikan informasi tentang *event* yang dilakukan perusahaan, berkomunikasi secara langsung dengan khalayak, dan mengetahui tanggapan khalayak mengenai perusahaan tersebut.⁸⁰

Sosial media menjadi salah satu yang penting dipahami oleh praktisi humas. Kita dapat melihat *landscape* peta sosial media kita saat ini. Hasilnya informasi apapun bisa menjadi viral karena aplikasi-aplikasi tersebut. Jumlah pengguna media sosial yang begitu banyak sekaligus mempunyai kebiasaan baru, yaitu berbagi dan bersosialisasi. Informasi yang unik hingga kontroversi, semuanya bisa menjadi viral. Lantas, esensinya adalah humas dan sosial media sudah menjadi *tools* terkait dan punya peran yang besar.⁸¹

Adapun karakteristik yang dimiliki media baru ini, sebagai berikut:⁸²

a. Jaringan (*network*)

Karakter utama dari media baru ialah sifatnya yang mensyaratkan adanya *network* (jaringan). Ketika berbicara *network*, maka kita tidak bisa lepas dengan adanya internet dan media baru. Internet telah menciptakan tempat pertemuan baru yang melahirkan peluang pekerjaan sebagaimana realitas yang ada begitu banyak para pengangguran yang kemudian mendapatkan pekerjaan karena menjadi *driver* ojek *online*, atau hanya memanfaatkan jaringan internet, mereka dapat membuka toko yang manual komoditas secara *online*.

⁸⁰ Dasrun Hidayat, *op.cit*, 60.

⁸¹ Rio pambudi dalimunte, dkk, *op.cit*, 791.

⁸² Moch.Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017),



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Informasi

Konsep kedua untuk memahami karakter media baru ialah informasi. Sebagaimana kita ketahui, bahwa informasi menjadi salah satu isu sentral dalam kajian media baru. Dengan kata lain, media baru melihat informasi tidak hanya sebagai sebuah pesan sebagaimana adanya, tetapi melihat informasi itu sebagai sesuatu yang *in-formation*, sesuatu yang selalu dibentuk dengan sejumlah tujuan tertentu.

Sejumlah layanan, fitur, dan *platform* merupakan solusi yang diberika media baru untuk menjawab persoalan probabilitas dan pengodean sebuah informasi. Misalnya dengan menggunakan ponsel, kita dapat menyampaikan informasi sejenis dengan menggunakan fitur, seperti melakukan sambungan telepon, SMS, MMS dan serangkaian fitur-fitur lain.⁸³

c. Interaktif

Interaktivitas menjadi salah satu konsep kunci untuk menjelaskan media baru karena merupakan salah satu ciri khas dari media baru. Melalui fitur interaktif, media baru menyuguhkan cara baru dalam berkomunikasi, dimana ia dianggap lebih membebaskan, memberdayakan, dan memperluas gerak manusia dalam aktivitas komunikasi.⁸⁴

Interaktivitas dari media baru bersifat instan dan cenderung bekerja secara “*real-time*”. Secara teoretis, interaktivitas juga menawarkan janji untuk menjadi lebih demokratis. Interaktivitas adalah konsep yang luas yang dapat diaplikasikan untuk menganalisis konektivitas antara manusia-manusia, manusia-mesin, dan mesin-mesin. Sifat interaktif ini mengantarkan manusia pada jantung teknologi yang secara umum bertujuan untuk membuat segala sesuatu lebih mudah.⁸⁵

⁸³ *Ibid*, 64.

⁸⁴ *Ibid*. 70.

⁸⁵ *Ibid*. 71.



D. Revolusi Industri 4.0. (*Industrial Revolutions 4.0*)

1. Definisi Revolusi Industri 4.0.

Merujuk dari literatur Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Revolusi industri terdiri dari dua kata yaitu revolusi dan industri. Revolusi berarti perubahan yang bersifat sangat cepat, sedangkan pengertian industri adalah usaha pelaksanaan proses produksi.⁸⁶ Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa revolusi industri merupakan suatu perubahan yang berlangsung cepat dalam pelaksanaan proses produksi dimana yang semula pekerjaan proses produksi itu dikerjakan oleh manusia digantikan oleh mesin, sedangkan barang yang diproduksi mempunyai nilai tambah (*value added*) yang komersial. Revolusi Industri telah mengubah cara kerja manusia dari penggunaan *manual* menjadi *otomatisasi* atau *digitalisasi*.⁸⁷

Istilah "Revolusi Industri" diperkenalkan oleh Friedrich Engels dan Louis-Auguste Blanqui di pertengahan abad ke-19. Saat ini revolusi industri telah memasuki fase keempat yang disebut dengan revolusi industri 4.0. Istilah Industri 4.0 pertama kali muncul di Jerman saat diadakannya *Hannover Fair* 2011.⁸⁸ Industri 4.0 diprediksi memiliki potensi manfaat yang besar diantaranya mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara individu, proses rekayasa dan bisnis menjadi dinamis, pengambilan keputusan menjadi lebih optimal, melahirkan model bisnis baru dan cara baru dalam mengkreasikan nilai tambah.

Revolusi Industri 4.0 merupakan pintu masuknya era digitalisasi yang merujuk pada gambaran situasi perubahan gaya hidup dan perilaku individu maupun organisasi saat ini. Kondisi ini disebabkan oleh revolusi teknologi sehingga memberikan dampak yang besar terhadap masyarakat. Revolusi industri 4.0 dimanifestasikan ke dalam dinamika kehidupan saat ini, seperti halnya dalam perubahan cara data-data digunakan, teknologi

⁸⁶ Frista Artmanda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Lintas Media Jombang, 2004), 958.

⁸⁷ Hendra Suwardana, *op.cit*, 103.

⁸⁸ Rio Pambudi Dalimunte, *dkk, op.cit*, 791.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang semakin terotomatisasi dan terdigitalisasi, dan berbagai hal yang seringkali kita kenal saat ini dengan istilah “*Internet of Things*” (IoT).⁸⁹

Sebelum munculnya industri 4.0 telah terjadi tiga revolusi industri. Sejak ditemukannya mesin uap di abad ke-18, kemudian mengubah cara produksi barang ke dalam bentuk sistem manufaktur di masa revolusi industri 1.0, lalu muncul listrik yang mengubah industri secara massal di era industri 2.0 dan dilanjutkan dengan era 3.0 yang mulai menggunakan sistem komputerisasi di tahun 1970-an sehingga memungkinkan kita bekerja dengan mesin program dan jaringan.⁹⁰

Memasuki era industri 4.0, transformasi mulai dirasakan secara praktis dan kompleks dalam berbagai sektor. Seperti halnya dari pola interaksi/ berkomunikasi yang terjadi tidak hanya antar manusia, manusia antar mesin, dan mesin antar mesin itu sendiri sehingga interaksi ini berdampak pada terciptanya manajemen pengetahuan. Dalam era ini juga kita disajikan dengan berbagai teknologi dari *Internet of Things (IoT)*⁹¹, *Big Data*⁹², *Artificial Intelligence*, *human-machine interface*⁹³, *Cloud Computing*⁹⁴, *Computer Quantum*⁹⁵, *robotic*⁹⁶, *3D printing*⁹⁷, *Augmented Reality*⁹⁸ and *Virtual Reality*⁹⁹ (AR/VR).

⁸⁹ Meranti dan Irwansyah, *op.cit*, 28.

⁹⁰ *Ibid*, 28.

⁹¹ *Internet of Things*, atau dikenal juga dengan singkatan IoT merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk memperluas manfaat dari konektivitas internet yang tersambung secara terus-menerus. Adapun kemampuan seperti berbagi data, remote control, dan sebagainya, termasuk juga pada benda di dunia nyata. Contohnya bahan pangan, elektronik, koleksi, peralatan apa saja, termasuk benda hidup yang semuanya tersambung ke jaringan lokal dan global melalui sensor yang tertanam dan selalu aktif. Istilah *Internet of Things* awalnya disarankan oleh Kevin Ashton pada tahun 1999. (Lihat di: https://id.wikipedia.org/wiki/Internet_untuk_Segala).

⁹² Mahadata, lebih dikenal dengan istilah bahasa Inggris *big data*, adalah istilah umum untuk segala himpunan data (*data set*) dalam jumlah yang sangat besar, rumit dan tak terstruktur sehingga menjadikannya sukar ditangani apabila hanya menggunakan perkakas manajemen basis data biasa atau aplikasi pemroses data tradisional belaka. (Lihat di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Mahadata>).

⁹³ Kecerdasan buatan adalah kecerdasan yang ditambahkan kepada suatu sistem yang bisa diatur dalam konteks ilmiah atau bisa disebut juga intelegensi artifisial (*Artificial Intelligence*) atau hanya disingkat AI, didefinisikan sebagai kecerdasan *entitas* ilmiah. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan kecerdasan buatan sebagai “kemampuan sistem untuk menafsirkan data eksternal dengan benar, untuk belajar dari data tersebut, dan menggunakan pembelajaran tersebut guna mencapai tujuan dan tugas tertentu melalui adaptasi yang fleksibel”. (Lihat di: https://id.wikipedia.org/wiki/Kecerdasan_buatan).

⁹⁴ Komputasi awan (bahasa Inggris: *cloud computing*) adalah gabungan pemanfaatan teknologi komputer ('komputasi') dan pengembangan berbasis Internet ('awan'). Awan (*cloud*)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di era revolusi industri 4.0 kemajuan teknologi semakin memudahkan hidup manusia, salah satunya dengan munculnya internet dan teknologi digital yang semakin memudahkan konektivitas manusia dan juga penyebaran informasi. Revolusi industri mengalami puncaknya saat ini dengan lahirnya teknologi digital yang berdampak kuat terhadap kehidupan manusia. Revolusi industri terkini atau generasi keempat mendorong sistem otomatisasi di dalam semua proses aktivitas. Industri 4.0 melalui konektivitas dan digitalisasinya mampu meningkatkan efisiensi rantai manufaktur dan kualitas dari sebuah produk.¹⁰⁰

Revolusi industri 4.0 membuka peluang yang luas bagi siapapun untuk maju. Teknologi informasi yang semakin mudah diakses menyebabkan semua orang dapat terhubung di dalam sebuah jejaring

adalah metafora dari internet, sebagaimana awan yang sering digambarkan di diagram jaringan komputer. Sebagaimana awan dalam diagram jaringan komputer tersebut, awan (*cloud*) dalam *Cloud Computing* juga merupakan abstraksi dari infrastruktur kompleks yang disembunyikannya. (Lihat di: https://id.wikipedia.org/wiki/Komputasi_awan).

⁹⁵ Komputer kuantum adalah alat hitung yang menggunakan sebuah fenomena mekanika kuantum, misalnya superposisi dan keterkaitan, untuk melakukan operasi data. Dalam komputasi klasik, jumlah data dihitung dengan bit; dalam komputer kuantum, hal ini dilakukan dengan qubit. Prinsip dasar komputer kuantum adalah bahwa sifat kuantum dari partikel dapat digunakan untuk mewakili data dan struktur data, dan bahwa mekanika kuantum dapat digunakan untuk melakukan operasi dengan data ini. (Lihat di: https://id.wikipedia.org/wiki/Komputer_kuantum).

⁹⁶ Robot adalah seperangkat alat mekanik yang bisa melakukan tugas fisik, baik dengan pengawasan dan kontrol manusia, ataupun menggunakan program yang telah didefinisikan terlebih dahulu (kecerdasan buatan). Istilah robot berawal bahasa Ceko “*robota*” yang berarti pekerja atau kuli yang tidak mengenal lelah atau bosan. Robot biasanya digunakan untuk tugas yang berat, berbahaya, pekerjaan yang berulang dan kotor. Biasanya kebanyakan robot industri digunakan dalam bidang produksi. (Lihat di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Robot>).

⁹⁷ 3D printing adalah teknologi printer terbaru yang mampu mencetak objek tiga dimensi (3D) yang bisa dipegang dan dipakai tubuh. Munculnya teknologi terbaru terkadang diawali dari fantasi, termasuk munculnya teknologi 3D printing. Kabarnya teknologi ini muncul dari film fantasi berjudul *Mission Impossible ke 4*. Di dalam satu adegan terdapat *gadget* canggih yang bisa mencetak topeng 3D. Akibat fantasi inilah perusahaan Jepang bernama REAL-F berusaha mengembangkan teknologi serupa. (Lihat di: <https://www.digital.ortizaku.com/2019/03/03/mengenal-teknologi-3d-printing/>).

⁹⁸ AR (*augmented reality*), adalah teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata. (Lihat di: https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_tertambah).

⁹⁹ Virtual reality (VR) atau realitas maya adalah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer (*computer-simulated environment*), suatu lingkungan sebenarnya yang ditiru atau benar-benar suatu lingkungan yang hanya ada dalam imajinasi. (Lihat di: https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_virtual).

¹⁰⁰ Rio Pambudi Dalimunte, *op.cit*, 792.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengukuhkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

social. Banjir informasi seperti yang diprediksikan Futurolog Alvin Tofler (1970) menjadi realitas yang ditemukan di era revolusi industri saat ini. Setidaknya terdapat lima teknologi utama yang menopang pembangunan sistem Industri 4.0, yaitu *Internet of Things*, *Artificial Intelligence*, *Human-Machine Interface*, teknologi *robotic* dan sensor, serta teknologi *3D Printing*. Secara obyektif revolusi industri menyimpan beragam keuntungan dan tantangan besar yang harus dihadapi bagi setiap individu yang terlibat di dalamnya. Salah satu keuntungan yang diperoleh adalah menemukan peluang baru namun juga diikuti tantangan baru.

Revolusi Industri 4.0 merupakan tantangan besar bagi negara Indonesia. Kemajuan teknologi yang bergerak dengan sangat cepat melalui kecepatan dalam mengakses *internet* memiliki pengaruh besar dalam mengakses informasi terbaru dengan lebih cepat. Pengaruh revolusi industri dijelaskan pada *The World Economic Forum (WEF)* yang menyatakan bahwa revolusi industri 4.0 ditandai dengan pembauran teknologi yang mampu menggantikan faktor sumber daya manusia, alat-alat produksi, dan metode operasional untuk mencapai suatu tujuan, yang pada saat ini dikenal dengan era disrupsi.¹⁰¹

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Salah satu dampak utama dari adanya revolusi industri 4.0 yakni peningkatan produktivitas manusia. Dengan teknologi seperti AI dan otomatisasi yang membuat kehidupan menjadi lebih mudah kita dapat melakukan sesuatu secara lebih cerdas dan efisien dari sebelumnya. Pada saat yang bersamaan, sisi lain bermunculan, dampak dari revolusi industri tidak selalu kearah yang lebih hebat, akan tetapi akan ada tantangan yang harus dihadapi.¹⁰²

Tantangan besar yang harus dihadapi di era revolusi industri 4.0 ini adalah tersaringnya sumber daya manusia yang secara perlahan digantikan

¹⁰¹Setiyo, "Perkembangan Revolusi Industri 4.0 (*Industrial Revolution 4.0*) dan Tantangan Ke Depan", 8 Mei 2018, diakses 26 Apr. 19, <https://www.ajarekonomi.com/2018/05/Perkembangan-Revolusi-Industri-40.html?m=1>.

¹⁰²Astrid Savitri, *Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Di Era Disrupsi 4.0*. (Yogyakarta: Genesis, 2019), 141.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan perkembangan teknologi. Hal ini disebabkan pekerjaan yang diperankan oleh manusia secara perlahan digantikan dengan teknologi digitalisasi program. Dampaknya, proses produksi menjadi lebih cepat dikerjakan dan lebih mudah didistribusikan secara masif dengan keterlibatan manusia yang minim.¹⁰³

Dengan masuknya Era Revolusi Industri 4.0, sangat perlu dipikirkan tentang *future skill*, agar mampu berkompetisi. Salah satu *future skill* yang harus dimiliki di era ini ialah *skill set* mengenai *producer* dan *publisher content*, *video editing*, dan media baru (*new media*).

2. Pengaruh Revolusi Industri 4.0 Pada Masyarakat dan Individu

Revolusi industri keempat mengubah cara manusia hidup bekerja dan berkomunikasi. Revolusi industri keempat juga membentuk ulang sistem pemerintahan, sistem pelayanan kesehatan, sistem pendidikan, dan sistem perdagangan, serta hampir semua aspek kehidupan. Dimasa depan, revolusi industri keempat juga mungkin akan mengubah hal-hal yang saat ini kita hargai dan mengubah cara kita menghargainya. Selain itu, hubungan antar manusia, peluang-peluang dan identitas kita mungkin juga akan berubah karena revolusi industri keempat mengubah dunia fisik dan dunia virtual yang kita huni saat ini.¹⁰⁴

a) Perubahan Positif

Teknologi baru dapat menjadi agen perubahan yang kuat untuk selamanya. Pendidikan dan akses ke informasi dapat meningkatkan kehidupan miliaran orang didunia. Perangkat dan jaringan komputasi semakin kuat, layanan digital, serta perangkat seluler dapat menjadi kenyataan bagi orang-orang diseluruh dunia.¹⁰⁵

Revolusi media sosial, contohnya diwujudkan oleh facebook, twitter, dan tencent dan memberikan pengaruh kepada semua orang. Selain itu cara manusia berkomunikasi secara langsung diseluruh planet ini berubah. Saat ini, lebih dari 30% penduduk dunia

¹⁰³ Rio Pambudi Dalimunte, dkk. *Op.cit*, 792.

¹⁰⁴ Astrid Savitri, *op.cit*, 124.

¹⁰⁵ *Ibid*, 125.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan layanan media sosial untuk berkomunikasi dan agar tetap *update* dengan berbagai peristiwa dunia.¹⁰⁶

Inovasi-inovasi tersebut dapat menciptakan lingkungan global yang sebenarnya dan membawa miliaran orang masuk ke dalam ekonomi global. Media sosial dapat membawa kita mengakses produk dan layanan ke model pasar yang benar-benar terbaru. Kita memiliki kesempatan untuk belajar dan menghasilkan uang dengan cara yang baru.

Layanan berbelanja dan pengiriman secara online, termasuk yang dilakukan menggunakan drone, membentuk ulang pemahaman akan kenyamanan dan pengalaman ritel. Kemudahan pengiriman mengubah masyarakat, bahkan yang tinggal di desa terpencil dan memacu memacu ekonomi pedesaan atau daerah terpencil.¹⁰⁷

Bagi para pekerja, teknologi digital dapat mengurangi tugas-tugas yang dapat diotomatisasi, sehingga mereka dapat lebih berkonsentrasi menangani masalah bisnis yang lebih kompleks serta memberi mereka lebih banyak kebebasan. Hal ini juga dapat memberikan peralatan dan wawasan yang benar-benar baru pada pekerja. Dengan demikian, mereka dapat merancang solusi yang lebih kreatif bagi masalah-masalah yang tidak dapat diatasi sebelumnya.¹⁰⁸

b) Perubahan Negatif

Revolusi industri keempat memiliki kekuatan untuk mengubah dunia secara positif. Meskipun demikian kita harus tetap menyadari bahwa teknologi juga memiliki sisi negatif apabila kita mengabaikan caranya mengubah kita. Manusia memiliki hubungan mendalam dengan teknologi. Teknologi membantu menciptakan keadaan dunia saat ini, dan kita harus mengembangkannya secara hati-hati. Di atas segalanya, sangat penting bagi kita untuk menggunakan teknologi yang ada dengan benar.¹⁰⁹

¹⁰⁶ *Ibid*, 125.

¹⁰⁷ *Ibid*, 127.

¹⁰⁸ *Ibid*, 127.

¹⁰⁹ *Ibid*, 129.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bioteknologi dapat menyebabkan kemajuan kontroversial seperti modifikasi genetik embrio manusia, modifikasi sifat turunan dari seluruh spesies atau impian untuk menciptakan calon manusia yang kompetitif dalam belajar maupun bekerja. Inovasi dalam bidang robotik dan otomatisasi dapat mengarah pada hilangnya jenis pekerjaan manusia. Kecerdasan buatan (AI), robotik, bioteknologi, alat pemrograman, dan teknologi yang lainnya dapat digunakan untuk membuat persenjataan.¹¹⁰

Disisi lain, media sosial dapat menghapus batas dan menyatukan setiap orang, akan tetapi pada waktu yang bersamaan juga adapat mengintensifkan kesenjangan sosial. Kita harus bisa memutuskan aturan media sosial seperti apa yang ingin diciptakan, juga pada saat yang sama menerima bahwa media sosial membentuk ulang *value* dan bagaimana kita membuat serta menyebarkan aturan-aturan tersebut. Selain itu, selalu terhubung dapat berubah menjadi kewajiban tanpa jeda dan akibat kelebihan data dan koneksi terus menerus.¹¹¹

c) Perubahan dalam Ketenagakerjaan

Kecerdasan buatan (AI) menciptakan tingkat produktivitas baru dan meningkatkan kehidupan melalui banyak cara. Seperti dalam revolusi industri masa lalu, hal tersebut juga dapat menjadi kekuatan yang mengganggu, menggusur manusia dari pekerjaan, dan memunculkan pertanyaan mengenai hubungan anatara manusia dan mesin.¹¹²

Tidak dapat dipungkiri bahwa pekerjaan manusia akan terpengaruh karena kecerdasan buatan mengotomatiskan berbagai tugas. Namun, seperti yang dilakukan internet sekitar 20 tahun lalu, revolusi kecerdasan buatan akan mengubah banyak pekerjaan, dan pada saat bersamaan menelurkan jenis pekerjaan baru yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Para pekerja dapat menghabiskan lebih banyak

¹⁰ *Ibid*, 129.

¹¹ *Ibid*, 129.

¹² *Ibid*, 129.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktu untuk tugas pemecahan masalah yang kreatif, kolaborasi, dan rumit yang tidak bisa ditangani oleh mesin.¹¹³

Namun, para pekerja yang berpendidikan rendah dan memiliki sedikit keterampilan berada dalam posisi yang kurang menguntungkan sejalan dengan berlangsungnya revolusi industri keempat. Sektor bisnis dan pemerintah perlu beradaptasi dengan sifat pekerjaan yang berubah dengan berfokus pada pelatihan untuk jenis-jenis pekerjaan masa depan.¹¹⁴

E. Kajian Terdahulu

Sebagai pedoman maupun petunjuk dalam melakukan penelitian ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang jika dilihat dari segi isi maupun judul memang tidak begitu ada persamaan tetapi penulis melihat bahwa ada suatu keterkaitan antara permasalahan terdahulu seperti:

1. Jurnal penelitian yang ditulis oleh M.Untung Manara dengan judul *Hard skills* dan *soft skills* pada bagian Sumber Daya Manusia di Organisasi Industri. Penelitian ini menggunakan metode survey kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah 100 perusahaan yang mencari lulusan-lulusan perguruan tinggi untuk posisi HRD yang mana salah satunya adalah lulusan Psikologi. Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 13 kategori *hard skills* yang dibutuhkan perusahaan pada posisi HRD. Dari 100 perusahaan yang menjadi sampel penelitian, tiga belas kategori tersebut disebutkan secara keseluruhan sebanyak 262 kali.¹¹⁵ Persamaan dari penelitian ini yaitu terletak pada pembahasan mengenai *hard skill* apa saja yang dibutuhkan oleh karyawan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis ialah terletak pada pendekatan yang digunakan, penelitian ini menggunakan pendekatan survey kualitatif deskriptif, sedangkan penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

¹¹³ *Ibid*, 130.

¹¹⁴ *Ibid*, 130.

¹¹⁵ M.Untung Manara, “*Hard skills* dan *soft skills* pada Bagian Sumber Daya Manusia di Organisasi Industri”, *Jurnal Psikologi Tabularasa*, Vol. 9, No.1, (2014): 38.



2. Skripsi yang ditulis oleh Binti Qoni'ah Program studi Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul Model Pengembangan Pendidikan *Hard Skills* siswa dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan *hard skills* aspek akademik yaitu dengan metode diskusi dan observasi dilapangan karena siswa lebih aktif. Sedangkan dalam aspek vokasional pengembangannya dengan metode praktek dan proyek. Adapun pengembangan dalam media pendidikan *hard skills* aspek akademik yaitu dengan penggunaan fasilitas LCD proyektor dan jaringan internet.¹¹⁶ Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada metodologi yang digunakan yaitu metodologi kualitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian terletak pada pembahasan, dimana kajian ini membahas mengenai pengembangan *hard skill* pada siswa dalam menghadapi revolusi industri 4.0, sedangkan penulis membahas *hard skill* yang harus dimiliki praktisi humas di era revolusi industri 4.0.
3. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Anastasia Marza, dkk dengan judul Peran Organisasi dalam Mengembangkan Kompetensi *Hard Skills* dan *Soft Skills* Anggota Perhumas Muda Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *indepth interview* dan menggabungkan buku-buku yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi *soft skills* lebih signifikan dibandingkan dengan *hard skills*.¹¹⁷ Persamaan jurnal penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada metodologi dan

¹¹⁶ Binti Qoni'ah, "Model Pengembangan Pendidikan *Hard Skills* Siswa dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0", Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

¹¹⁷ Anastasia Marza, dkk, "Peran Organisasi dalam Mengembangkan Kompetensi *Hard Skills* dan *Soft Skills* Anggota Perhumas Muda Yogyakarta", Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.8, No.3: 273.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendekatan yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terletak pada pembahasan, dimana kajian dalam penelitian ini membahas mengenai peran organisasi dalam mengembangkan kompetensi *hard skill & soft skill* secara umum, sementara penelitian yang penulis lakukan membahas mengenai *hard skill* praktisi humas secara khusus yakni dalam menghadapi revolusi industri 4.0

F. Kerangka Pikir

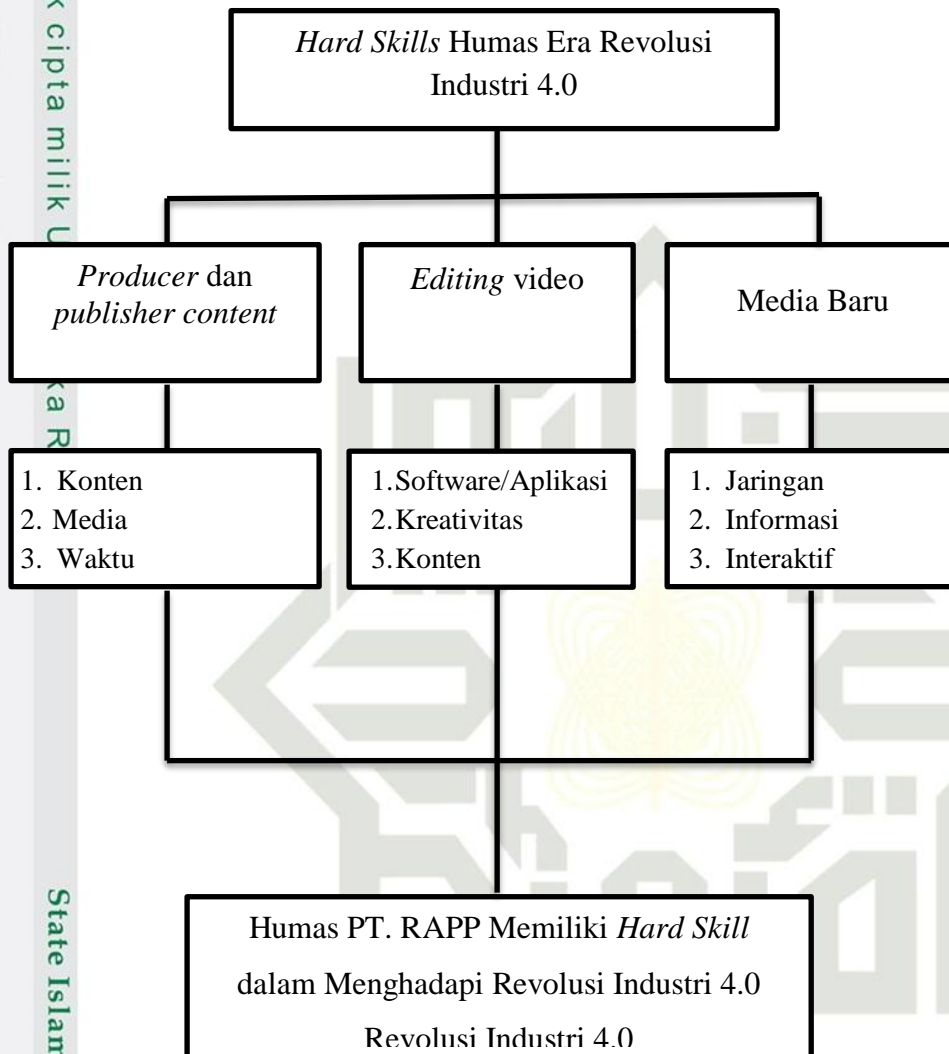
Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Kerangka pikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka pikir bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori atau dari beberapa pernyataan-pernyataan logis. Di dalam kerangka pikir inilah akan dikaji masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoretis yang relevan dan mampu mengungkap serta menerangkan mengenai masalah penelitian.

Dalam penelitian ini penulis mengkaji permasalahan mengenai *Hard Skills Praktisi Humas PT.Riau Andalan Pulp & Paper (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Jika dilihat indikator dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja *Hard skills Praktisi Humas PT.Riau Andalan Pulp & Paper (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0.*, yaitu:

UIN SUSKA RIAU

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Sumber: Olahan Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi dan menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah yang terjadi dalam kehidupan manusia. Jenis penelitian yang digunakan ialah pendekatan deskriptif, atau lebih sering disebut deskriptif kualitatif.

Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan mendeskripsikan kenyataan yang terjadi secara benar berkenaan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini tidak sekedar mendeskripsikan data, akan tetapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yang valid dan telah dipersyaratkan dalam penelitian yakni wawancara mendalam, observasi, studi dokumen, dan dengan melakukan triangulasi.¹¹⁸

Penelitian kualitatif tidak menggunakan sampel dari populasi. Sampel yang digunakan sangat terbatas.¹¹⁹ Jika data yang diperlukan sudah terkumpul secara mendalam dan sudah dapat menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Artinya, data yang sebenarnya sesuai dengan fakta bukan data yang hanya terlihat, terucap, akan tetapi data tersebut memiliki makna dari yang terlihat dan yang terucap tersebut.¹²⁰

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) yang berada di Jalan Lintas Timur Pangkalan Kerinci, Kecamatan Langgam, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Alasan penulis menjadikan PT. Riau

¹¹⁸ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 249.

¹¹⁹ Ardial, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 249.

¹²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) sebagai tempat penelitian karena PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) merupakan salah satu perusahaan terbesar di Riau yang bergerak dalam bidang industri dengan menggunkan teknologi moderen dan terefisien didunia dan pada saat ini humas PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) berada dalam tahap menuju revolusi industri 4.0 dengan semakin gencarnya terhadap penggunaan teknologi digital dalam penyebarluasan informasi kepada publik.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh penulis terhitung Oktober-November 2019.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ialah subjek dari mana data dapat diperoleh. Berdasarkan sumbernya jenis data dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer (*primary data*), adalah data yang yang diperoleh atau dihimpun secara langsung dari sumber yang diolah sendiri. Sumber data primer ini bisa responden atau subjek penelitian, dari hasil pengisian kuisisioner, wawancara, observasi,¹²¹ opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil suatu pengujian tertentu.

Ada dua metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer, yaitu melalui survei dan observasi.¹²² Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai “Kompetensi Paktisi Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0.”

2. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data*), adalah data penelitian yang di peroleh secara tidak langsung melalui media perantara atau digunakan oleh

¹²¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 42.

¹²² Rosady Ruslan, *op.cit*, 138.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

l lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berupa catatan atau laporan, dokumen, surat kabar, artikel, dan klipring berita¹²³ yang berkenaan dengan “*Kompetensi Praktisi Humas PT.Riau Andalan Pulp & Paper (RAPP) dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0.*”

D. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang dapat diwawancarai, dimintai informasi maupun keterangan oleh pewawancara mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian.¹²⁴ Adapun informan dalam penelitian ini adalah Budhi Firmansyah (*Communications Manager*), Disra Allderick (*Assistant Manager*), Neshayani Harahap (*Digital Media Coordinator*), Fitri Jayanti (*Internal Communications & Data Coordinator*), Sari Rezki Antika (*Digital Media Officer*), Fredrick (*Eksternal Communications Officer*) dan Jefri (*Event Officer*). Adapun sebagai informan kunci yakni Budhi Firmansyah, Disra Allderick, dan Neshayani Harahap yang penulis anggap berkompeten dalam penelitian yang dilakukan.

E. Metode Pengumpulan Data

Data diperoleh dari proses yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan data tertentu.¹²⁵

Penelitian ini menggunakan metode dalam mengumpulkan data penelitian yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Field research adalah penelitian yang dilakukan secara langsung guna memperoleh data yang erat kaitannya dengan penelitian ini. dari data dilapangan dapat diperoleh dari:

¹²³ Ibid, 43.

¹²⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Kencana, 2010), 108.

¹²⁵ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung:Refika Aditama, 2012), 291.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifudin Kasim Riau

a) Wawancara atau interview

Wawancara atau interview merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data secara langsung melalui percakapan tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara jelas dari informan.¹²⁶

b) Observasi

Observasi merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku.¹²⁷

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa jurnal, artikel, majalah, foto, atau benda-benda lainnya yang bersangkutan dengan PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP).¹²⁸

F. Validitas Data

Validitas membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrument yang digunakan akurat dan dapat dipercaya.¹²⁹

Untuk mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan, salah satunya dengan triangulasi. Menurut Moleong, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk membandingkannya, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.¹³⁰ Artinya, teknik triangulasi merupakan suatu upaya untuk menghilangkan perbedaan-

¹²⁶ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *op.cit*, 130.

¹²⁷ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), 52.

¹²⁸ Widodo, *Metode Penelitian Populer & Praktis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 75.

¹²⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2013), 218.

¹³⁰ Rosady Ruslan, *Op.cit*, 219.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa pihak peneliti melakukan ‘*check and recheck*’ temuan-temuannya dengan cara membandingkan.¹³¹

Triangulasi menjadi sangat penting dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, harus diakui bahwa triangulasi dapat meningkatkan kedalaman pemahaman peneliti baik mengenai fenomena yang diteliti maupun konteks dimana fenomena itu muncul.¹³²

Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil triangulasi data dengan narasumber, yaitu dengan membandingkan antara hasil wawancara dengan informan yang satu dengan yang lainnya, membandingkan wawancara dengan dokumen yang ada, dan membandingkan antara dokumen yang ada dengan dokumen hasil pengamatan yang dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu tahap penelitian kualitatif yang sangat penting karena dengan tahap inilah peneliti dapat memperoleh hasil dari penelitian yang dilakukannya.¹³³ Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan penelitian dideskripsikan secara menyeluruh. Data wawancara dalam penelitian adalah sumber data utama yang menjadi bahan analisis untuk menjawab masalah penelitian. Analisis data dimulai dengan melakukan wawancara dengan informan. Setelah melakukan wawancara, peneliti melakukan pengamatan. Selanjutnya peneliti membuat reduksi data dengan cara abstraksi, yaitu mengambil data yang sesuai dengan konteks penelitian dan mengabaikan data yang tidak diperlukan.

¹³¹ Imam Gunawan, *op.cit*, 222.

¹³² *Ibid*, 222.

¹³³ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2015), 97.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Sejarah PT. Riau Andalan *Pulp* dan *Paper* (RAPP)

PT. Riau Andalan *Pulp* dan *Paper* (RAPP) merupakan salah satu perusahaan terbesar di Asia Pasifik yang bergerak di bidang industri *pulp* dan kertas. Perusahaan seluas 1750 ha ini berlokasi di Jalan Lintas Timur, Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. PT. RAPP dikenal sebagai *integrated mill* yang memproduksi *pulp* sebanyak 2.000.000 ton/tahun dengan kapasitas produksi 2.500.000 ton/tahun dan kertas sebesar 800.000 ton/tahun dengan kapasitas produksi 800.000 ton/tahun. Selain itu, PT. RAPP merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang *pulp* dan kertas yang berada di bawah naungan PT. Raja Garuda Mas (RGM). Saat ini RGM berubah nama menjadi PT. *Royal Golden Eagle* (RGE). PT. RGE yang berpusat di Jakarta merupakan merupakan suatu grup industri yang unggul di Asia Pasifik dan asetnya melebihi USD 4,6 Milyar.¹³⁴

CEO dan juga pendiri perusahaan ini adalah Sukanto Tanoto, beliau yang lahir pada 29 Desember 1949 merupakan anak tertua dari tujuh bersaudara. Beliau telah banyak berkiprah di dunia bisnis. Pada Tahun 1967 beliau bergabung dalam perusahaan milik keluarga sebagai penyuplai suku cadang kendaraan bermotor dari Jepang. Pada tahun 1973 beliau mendirikan industri kayu lapis yang diberi nama RGM (saat ini menjadi RGE) pada saat itu menjadi era keemasan kayu lapis Indonesia. Beliau mendirikan perusahaan minyak kelapa sawit yang diberi nama Asian Agri pada tahun 1979. Pada tahun 1983 dibangun pabrik *dissolving pulp* di daerah Porsea, Sumatra Utara yang diberi nama Indorayon (saat ini menjadi Toba *Pulp* Lestari) yang mulai dioperasikan tahun 1988.¹³⁵

Royal Golden Eagle (RGE) Group mengelola perusahaan *manufacture* yang bergerak di bidang sumber daya alam seperti industri minyak kelapa

¹³⁴ Dokumentasi PT.Riau Andalan *Pulp* & *Paper*.

¹³⁵ *Ibid*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sawit, industri kertas, dan industri konstruksi dan energi yang bersumber dari bahan alam. RGE *Group* didirikan oleh Sukanto Tanoto pada tahun 1967 yang menaungi perusahaan di berbagai negara. Salah satu anak perusahaan dari RGE *Group* ini adalah *Asia Pasific Resources International Holding Limited* (APRIL) yang bergerak dibidang industri kertas.¹³⁶

APRIL *Group* merupakan anggota dari RGE *Group* yang didirikan oleh Sukanto Tanoto pada tahun 1973. Perusahaan ini bergerak dibidang produksi pulp dan kertas dengan bahan kayu, sehingga diwajibkan bagi setiap pabrik untuk menanami hutan guna memenuhi bahan bakunya dan tidak mengganggu hutan-hutan milik negara yang sebagian besar merupakan kayu dari pohon alam.¹³⁷

PT.RAPP merupakan anak perusahaan dari APRIL *Group*. RAPP adalah singkatan dari Riau Andalan *Pulp and Paper* yang merupakan perusahaan penghasil bubur kertas (*pulp*) dan kertas terkemuka di dunia dengan produksi *Bleached Hardwood Kraft Wood* (BHKP) dengan teknologi *Elemental Chlorine Free* (ECF) dan kertas *Uncoated Wood Free* (UWF). APRIL *Group* mulai mengembangkan perkebunan di Provinsi Riau, Sumatera dan membangun pabrik di Pelalawan Kerinci dari 1993.

Pabrik APRIL menerapkan teknologi terkini, menghasilkan energi pembangkit listrik secara mandiri, dan telah memiliki sistem manajemen yang telah tersertifikasi dari segi kualitas, lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja baik secara nasional maupun internasional seperti ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001. APRIL *Group* juga memperoleh sertifikasi dari Lembaga Ekolabel Indonesia (LEI) untuk pengelolaan hutan tanaman lestari, serta sertifikat PROPER dalam menilai kinerja pengelolaan lingkungan. APRIL *Group* juga menerapkan kebijakan pengelolaan hutan berkelanjutan (SFMP 2,0). Produk kertasnya memperoleh sertifikasi dari *Singapore Green Label*. PT. Riau Andalan *Pulp and Paper* melakukan distribusi pemasaran pulp ke luar negeri sekitar 85% dan sisanya 15 % dijual pada perusahaan di dalam

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ Ibid.

negeri.¹³⁸ Hasil produksi diekspor ke berbagai negara seperti Amerika, China, Korea, India, Taiwan, Japan, Australia, negara-negara di Eropa, dan Asia Tenggara.

Tabel 4.1

1973	Didirikan industri kayu lapis (RGMI/RGE)
1991	Dimulai pembangunan pabrik PT. RAPP
1993	- Pabrik PT. RAPP selesai dibangun - Pengembangan perkebunan skala besar dimulai
1994	- <i>Running test</i> pabrik PT. RAPP - Produksi <i>pulp</i> pertama kali - APRIL dibentuk
1995	- Pembangunan pabrik secara komersial mulai didirikan - Produksi <i>pulp</i> secara komersial dimulai
1996	Survei pabrik kertas
1997	Pabrik kertas mulai beroperasi
1998	- Produksi kertas secara komersial dimulai - Kapasitas produksi kertas mencapai 350 ribu ton pertahun
1999	- Penyelesaian <i>pulp line 2</i> , fasa I & III - Ekspansi kapasitas produksi <i>pulp</i> mencapai 850 ribu ton
2000	- Beralih ke sistem tanam terbang - Meraih sertifikat ISO 9001 untuk sistem manajemen mutu
2001	Semua fiber perkebunan milik APRIL telah memperoleh ISO 14001 dari <i>SGS Yarsely International Certification Services</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹³⁸ Ibid.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2002	Meraih sertifikat ISO 14001 untuk sistem manajemen Lingkungan
2005	<i>Launching PAPEROne™</i>
2006	<ul style="list-style-type: none"> - Meraih sertifikat OHSAS 18001 untuk K3 operasi pabrik - Mendapat penghargaan sertifikasi dari Lembaga Ekolabel Indonesia (LEI) untuk pemenuhan standar Pengelolaan Hutan Tanaman Lestari (PHTL)
2007	Kerjasama pabrik Asia pertama dengan <i>ColorLok Technology</i>
2008	Pengenalan improvisasi pada <i>packaging PAPEROne™</i>
2009	Menerima CSR Recognition Award dari <i>Singapore Compost and United Nations Global</i>
2011	Produksi <i>pulp</i> mencapai 2,45 juta ton
2013	Meraih sertifikat SNI Marking untuk percetakan kertas dari PAPICs
2016	Tidak menggunakan MHW lagi, <i>running full acacia</i> .

B. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Riau Andalan *Pulp and Paper* (RAPP) terletak di Pangkalan Kerinci, Kecamatan Langgam, Kabupaten Pelalawan yang berjarak sekitar 75 km dari Pekanbaru, ibukota Propinsi Riau, sedangkan kantor pusat dan urusan administrasi serta kerjasama terletak di Jl. Teluk Betung No. 31 Jakarta Pusat 10230. PT. RAPP merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri *pulp* (bubur kertas) dan kertas.¹³⁹

¹³⁹ Dokumentasi PT.Riau Andalan *Pulp & Paper*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lokasi produksi PT. RAPP yang terletak di Pangkalan Kerinci merupakan lokasi yang strategis karena dekat dengan sumber bahan baku (kawasan HTI) dengan iklim yang sesuai untuk pertumbuhan pohon yang menjadi bahan baku pulp dan kertas. Bahan baku pendukung produksi berupa air juga mudah diperoleh karena kawasan ini dekat dengan Sungai Kampar.

Bahan baku diperoleh dari lahan konsesi pabrik seluas 280.500 ha, dimana rencana tata ruang HTI (Hutan Tanaman Industri) diperkirakan seluas 189.000 ha dan areal efektif tanam seluas 136.000 ha.

Areal kehutanan tersebut terdiri dari 8 sektor : Logas (Utara dan Selatan), Teso Barat, Teso Timur, Langgam, Baserah, Cerenti, Ukui, dan Mandau.

Pada tahun 2000 bahan baku yang berasal dari kayu alam Mix Hard Wood (MHW) mulai digantikan dengan kayu hasil tanam yaitu jenis Akasia. Akasia yang ditanam yaitu Akasia Mangium, Akasia Crassicarpa dan Eucaliptus.

PT. RAPP memiliki beberapa unit bisnis, yaitu :¹⁴⁰

1. PT. Riau Andalan *Pulp* atau Riau *Pulp*, merupakan *unit* bisnis yang bergerak di bidang produksi *pulp*, yang lebih dikenal dengan *unit fiber line*.
2. PT. Riau Andalan Kertas atau Riau Paper, merupakan unit bisnis yang memproduksi kertas.
3. PT. Riau Prima Energi atau Riau Energi, unit bisnis yang bergerak di bagian penyuplai energi. Berfungsi sebagai penghasil energi yang digunakan untuk proses produksi, termasuk didalamnya mengelola unit Evaporator dan *Recovery Boiler*.
4. *Forestry* atau Riau *Fiber*, unit bisnis yang bergerak di bagian *forestry* untuk *supply* bahan baku kayu.
5. *Recaust and Kiln* (RK), unit yang berfungsi untuk memproduksi bahan kimia pemasak *white liquor* yang digunakan untuk proses cooking di digester dan memproduksi CaO.

Disamping itu terdapat juga *Pec-Tech* yang bergerak dibidang konstruktor pembangunan perusahaan, jalan, dan prasarana lainnya, serta PT. Kawasan

¹⁴⁰ *Ibid.*

Industri Kampar (KIK) sebagai pemilik dan pengelola seluruh kawasan industri di PT. RAPP.

PT. Riau Andalan kertas (PT. RAK) atau yang lebih dikenal dengan Riau Paper merupakan pabrik pembuatan kertas, yang memproduksi kertas photocopy dan uncoated wood free bergramatur 50 gsm sampai 120 gsm dengan menggunakan 2 unit mesin kertas berteknologi terkini dan berkecepatan tinggi. Kertas yang dihasilkan oleh Riau paper dipasarkan dalam bentuk *Cut Size*, Folio Sheeter maupun gulungan (*Roll*), dengan merek dagang yang telah dikeluarkan seperti: *PaperOne*, *Copy Paper* dan *Dunia Mas*. Adapun wilayah pemasaran produk Riau paper adalah Eropa, Asia, dan pasar dalam negeri. Disamping memproduksi kertas untuk dipasarkan dengan merek dagang sendiri, Riau Paper juga memproduksi kertas untuk merek dagang pelanggan diluar negeri seperti Xerox business, Imperial dan Galaxy.¹⁴¹

C. Visi dan Misi Perusahaan

PT. RAPP memiliki visi dan misi yang selama ini selalu dipegang teguh dan dijalankan.¹⁴²

1. Visi Perusahaan

Visi perusahaan adalah menjadi salah satu perusahaan *pulp* dan kertas terbesar di dunia dengan manajemen terbaik, paling menguntungkan, berkesinambungan serta merupakan perusahaan pilihan bagi para pelanggan dan karyawan. Selain visi diatas terdapat juga visi yang lain yaitu sebagai berikut:

- a) Mengimplementasikan dan mempertahankan sistem manajemen mutu yang berdasarkan standar internasional.
- b) Menyusun dan menentukan tujuan mutu yang realistis dengan uraian sasaran dan tanggungjawab memantau pelaksanaan guna menjamin peningkatan mutu yang berkesinambungan.

¹⁴¹ Dokumentasi PT.Riau Andalan *Pulp & Paper*.

¹⁴² *Ibid*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Secara aktif mencari dan menampung informasi baik dari pelanggan kita tentang produk dan pelayanan yang kita berikan.
- d) Memastikan kebijakan ini dimengerti dan dilaksanakan oleh setiap karyawan dalam ruang lingkup pekerjaannya masing-masing.
- e) Selalu melakukan sesuatu dengan benar pada awal dan seterusnya.

2. Misi Perusahaan

Misi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Membangun dan mengembangkan suatu kelompok usaha regional yang dikelola suatu usaha internasional yang terdiri dari profesional yang bermotivasi tinggi dan memiliki komitmen.
2. Pertumbuhan yang berkesinambungan dan selalu menjadi yang terbaik di bidang industri maupun segmen pasar yang dimasuki.
3. Memaksimalkan hasil perusahaan yang membawa manfaat bagi pihak terkait, dengan ikut berpartisipasi dan berkontribusi pada pembangunan sosial ekonomi nasional regional.

D. Daerah Pemasaran

Pulp yang dihasilkan adalah jenis *Fully Bleached Kraft Pulp* dan serat pendek (*hard wood*). Hasil produksi berupa *pulp* kering dalam bentuk lembaran-lembaran dengan kualitas tinggi. Hasil akhir *pulp* 63 % digunakan untuk kertas *printer*, 21 % untuk kemasan kertas (*coated paper*), 8% untuk kertas *tissue*, dan 5% untuk kertas buku.¹⁴³

Produksi kertas dimulai sejak April tahun 1998 dan peluncuran pertamanya dilakukan pada bulan Mei di Singapura. Tahun 2001, produksi kertas mencapai 0.3 juta ton/tahun. Produk kertas yang diproduksi ada tiga jenis, yaitu *customer roll*, *cut size*, dan folio. Produk kertas yang berupa gulungan (*customer rolls*) lebarnya 480-2200 mm dengan berat 60,70,75,80,90,100,120 gr/m². Lembaran-lembaran kertas yang berbentuk folio sesuai ukuran standar dan *cut size* memiliki berat 60,70,80,90,100,dan 120 gr/m.

¹⁴³ Dokumentasi PT.Riau Andalan *Pulp & Paper*.

E. Struktur Organisasi Perusahaan

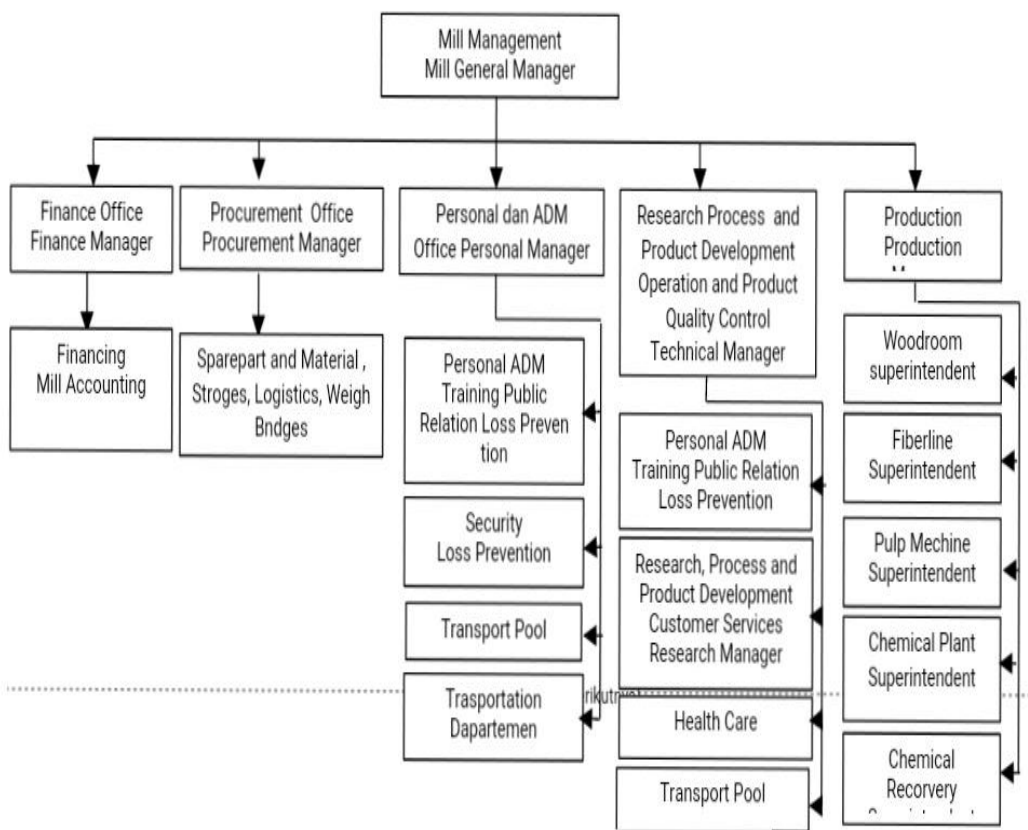
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PT. Riau Andalan *Pulp & Paper* merupakan sebuah perusahaan *pulp* dan *paper* swasta yang bernaung dibawah PT. RGE dan tergabung dalam APRIL *Group*. APRIL merupakan anak perusahaan dari Raja Garuda Emas/*Royal Golden Eagle (RGE Group)*. RGE adalah sebuah kelompok bisnis milik Bapak Sukanto Tanoto selaku pendiri dan pemegang kekuasaan tertinggi.

Struktur organisasi seperti pada gambar 4.1 dibawah, merupakan bentuk kerangka manajemen sumber daya manusia, yang menunjukkan jenjang dan tanggung jawab serta wewenang masing- masing perusahaan dalam usaha bersama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁴⁴

Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI PT RIAU ANDALAN PULP AND PAPER



¹⁴⁴ Dokumentasi PT.Riau Andalan *Pulp & Paper*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun tugas dan tanggung jawab pada masing-masing struktur organisasi PT Riau Andalan *Pulp and Paper* yang terdapat pada gambar 4.1 diatas, yaitu sebagai berikut:¹⁴⁵

1. *General Manager*

Tugas dan tanggung jawabnya adalah mengorganisir kelangsungan operasi dan administrasi serta menjadi orang nomor satu di pabrik dalam mengambil kebijaksanaan operasi, yang terdiri dari enam orang manager.

2. *Finance Manager*

Tugas dan tanggung jawabnya adalah mengadakan semua pembukuan keuangan, baik itu pada unit produksi maupun non produksi serta melayani keuangan seluruh departemen dan karyawan.

3. *Procurement Manager*

Tugas dan tanggung jawabnya adalah membantu kelancaran aktivitas produksi pabrik dalam hal penyediaan spare part dan penyiapan material.

4. *Personal dan ADM Manager*

Tugas dan tanggungjawabnya adalah mengkoordinir :

- a. *Personal ADM*
- b. *Training*
- c. *Security*
- d. *Transportasi*
- e. *Health Care Clinic*
- f. *General service*

5. *Technical Manager*

Tugas dan tanggungjawabnya adalah mengkoordinir :

- a. *Research proses dan product development, serta customer service.*
- b. *Operasi dan quality control product.*

6. *Production Manager*

Tugas dan tanggungjawabnya adalah mengkoordinir :

- a. *Woodyard*
- b. *Fiberline*

¹⁴⁵ Dokumentasi PT.Riau Andalan *Pulp & Paper*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. *Chemical plant*
- d. *Chemical recovery*
- e. *Pulp Dryer*
- f. *Paper Machine*
7. *Maintenance Manager*

Tugas dan tanggungjawabnya adalah mengkoordinir :

- a. *Mechanical maintenance*
- b. *Engineering department*
- c. *Electrical maintenance*
- d. *Instrumentation maintenance*
- e. *Civil co construction maintenance*

PT. RAPP terdapat departemen-departemen yang dipimpin oleh seorang *Department Head* dan dibantu seorang deputy *Department Head*, yang berkewajiban menangani semua kegiatan manajerial diareanya, seperti mengatur semua operasional baik produksi, kualitas, dan pengembangan sumber daya manusia untuk pencapaian target dari perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya department head dibantu juga dengan area head dan spesialis area yang berkewajiban mengawasi dan mengatur serta merencanakan pekerjaan yang akan dilaksanakan oleh para teknisi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini penulis mengkaji tentang apa saja *hard skills* yang dimiliki praktisi humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* dalam menghadapi revolusi industri 4.0.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga *hard skill* praktisi humas dalam menghadapi revolusi industri 4.0, yaitu *producer* dan *publisher content, editing video*, dan media baru.

1. *Producer* dan *publisher content*

Dalam membuat konten-konten yang akan dipublikasikan di media sosial, *corporate communications* mendapatkan informasi tersebut dari internal dan eksternal perusahaan. Setiap konten yang dibuat, berpedoman dari konten-konten ditahun sebelumnya yang memiliki jumlah tingkat baca yang tinggi. Sebagai *producer, corporate communications* yang ada di RAPP semua memiliki keahlian dalam membuat konten-konten yang menarik bagi publik, begitu juga sebagai *publisher content* dimana *corporate communication* lah yang menyebarluaskan konten-konten yang dibuat tersebut ke media sosial yang dimiliki.

2. *Editing Video*

Dari lima belas orang jumlah SDM *corporate communications*, yang memahami dasar-dasar dalam editing berjumlah delapan orang sementara yang melakukan *editing video* berjumlah enam orang. Dalam melakukan *editing video, corporate communications* menggunakan dua aplikasi khusus *editing* yaitu seperti adobe premiere dan final cut pro yang digunakan ketika melakukan *editing* dikomputer atau laptop. Sedangkan aplikasi *editing* yang digunakan di android yakni KineMaster dan Snapseed. Penggunaan aplikasi tersebut tergantung kebutuhan dari yang memproduksi video.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Media baru

Media baru yang digunakan oleh *corporate communications* yaitu website, email dan media sosial seperti instagram, facebook, youtube, twitter, linkedin, dan whatsapp. Media baru tersebut digunakan untuk mempublikasikan informasi mengenai perusahaan, baik berupa program maupun kegiatan dari karyawan. Jaringan dari skala media baru khususnya media sosial yang digunakan berskala nasional dan internasional yang dinamakan dengan *targeted audience*.

Skala nasional merupakan skala yang target audiensnya berada di wilayah lokal dan Riau, sementara skala internasional yaitu skala yang jangkauannya lebih luas diluar Indonesia. Semua media baru diatas digunakan untuk untuk menyebarkan informasi skala nasional. Sementara untuk skala internasional *corporate communication* RAPP baru menggunakan dua media sosial yakni facebook dan twitter.

B. Saran

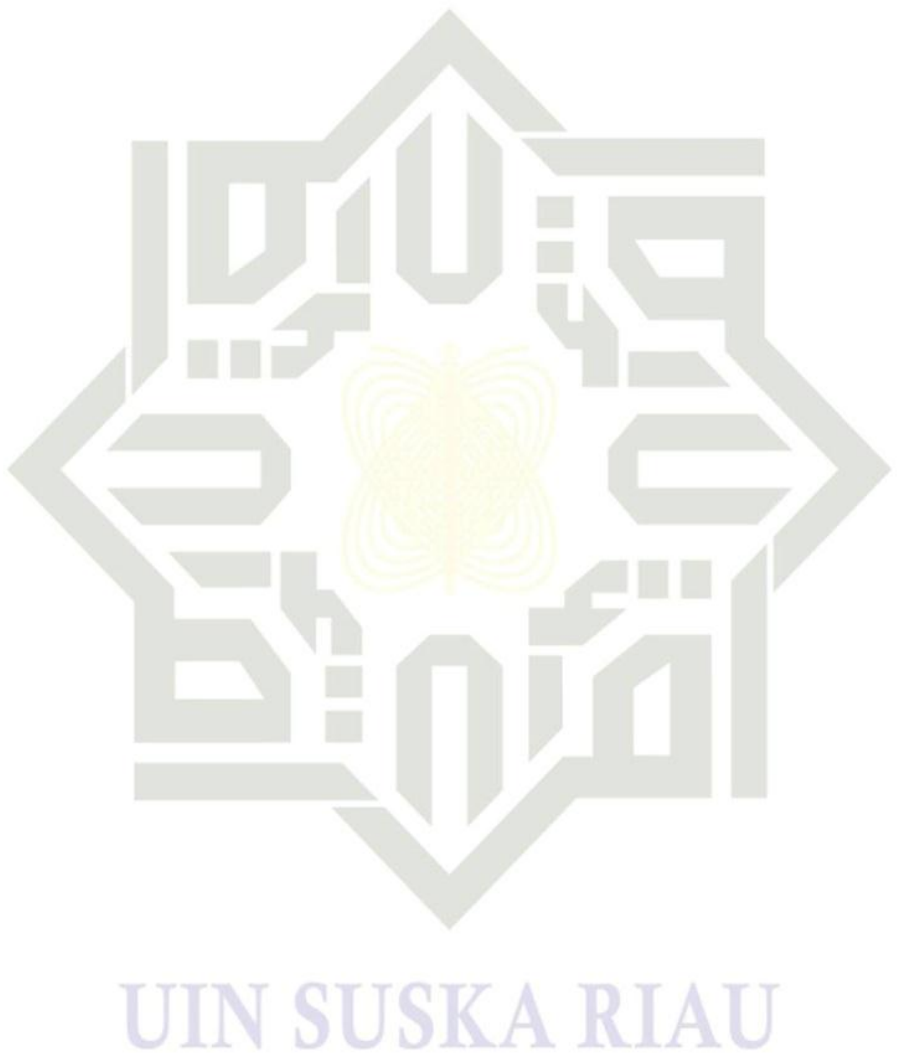
Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Penyampaian informasi melalui media konvensional, online dan media sosial yang dipublikasikan oleh praktisi humas (*corporate communications*) PT.RAPP sudah sangat baik dan efektif. Namun, sebaiknya konten informasi yang disuguhkan lebih kreatif lagi sehingga semakin menarik perhatian publik.
2. Terkait dengan *hard skill* dalam menghadapi revolusi industri 4.0, praktisi humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* diharapkan dapat meningkatkan *hard skill* yang dimiliki seperti keterampilan dalam melakukan penelitian/riset, kemampuan menganalisis data dan lain sebagainya.
3. Perlu adanya penelitian lebih lanjut akan *hard skill* praktisi humas dalam menghadapi revolusi industri 4.0, sebagai salah satu cara untuk memaksimalkan kemampuan generasi dalam menghadapi tantangan yang akan terjadi kedepannya.

4. Peneliti menyadari bahwa pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan belum bisa menggali lebih banyak informasi. Oleh karena itu, untuk penelitian dengan tema yang sama bisa menggunakan metode penelitian yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

1. Dirizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
2. Anggoro, M.Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
3. Adial. 2015. *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
4. Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
5. Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Kencana.
6. Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
7. Denis McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail edisi 6*. Jakarta:Salemba Humanika.
8. El Ishaq, Ropingi. 2017. *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
9. Fakhruroji, Muhammad. 2017. *Dakwah di Era Media Baru. Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
10. Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
11. Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
12. Jebarus, Felix Dan Basya Muslim. 2013. *Standar Kompetensi Menuju Humas Professional*. Jakarta: Lembaga Sertifikasi Profesi.
13. Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
14. Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
15. Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
16. Morrison. 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Simandjuntak, John. 2003. *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rislan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

_____. 2013. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Sanapiah, Faisal. 2010. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

S. Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.

Savitri, Astrid. 2019. *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Genesis.

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Soewardji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Widodo. 2017. *Metode Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.

W. Littlejohn, Stephen, dan A. Foss Karen. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 1*. Jakarta: Kencana.

Yazid, Yasril, dkk. 2009. *Metodologi Penelitian*. Pekanbaru: Unri Press.

Referensi Jurnal

Dalimonte, R. Pambudi, H. Paramita, dan S. Adilla. 2018. Tantangan Komunikasi Baru Digital dan Revolusi Industri 4.0. Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi. 2(1). Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia: 789-794.

Islami, Faiz Alam. 2012. Analisis Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan PT. Bumi Putera Wilayah Semarang). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.



Manara, M.Untung. 2014. *Hard skills dan soft skills* pada Bagian Sumber Daya Manusia di Organisasi Industri. *Jurnal Psikologi Tabularasa*. 9 (1): 37-47.

Marza, Anastasia, dkk. 2018. Peran Organisasi dalam Mengembangkan Kompetensi *Hard Skills* dan *Soft Skills* Anggota Perhumas Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 8 (3): 272-285.

Meranti dan Irwansyah. 2018. Kajian Humas Digital: Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Stratejik Kehumasan. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. 7 (1): 27-36.

Nurseto, Tejo. 2011. Membuat Media Pembelajaran yang Menarik”, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 8 (1): 20. 30 Des. 19.

Sihite, M. 2018. Peran Kompetensi dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia yang Berdaya Saing Tinggi di Era Revolusi Industri 4.0: Suatu Tinjauan Konseptual. *Jurnal Ilmiah Methonomi*. 4(2):145-159.

Suwardana, H. 2017. Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. *Jurnal JATI UNIK*. 1 (2): 102-110.

Widarma, Adi. Perancangan Aplikasi Gaji Karyawan pada PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk. *Malayu Estate*. JurTi. 29 Des. 19.

Qoni'ah, Binti. 2019. Model Pengembangan Pendidikan *Hard Skills* Siswa dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Sumber Dalam Jaringan (Daring)

April. 2015. Tentang April. www.aprilasia.com/id/tentang-april. 23 Apr. 19. (19:29).

_____. 2015. Sejarah April. diakses dari: <https://www.aprilasia.com/id/tentang-april/sejarah>. 21 Apr. 19. (10:20).

Heriyanto, Eri dan Desak Ketut Juniari. 2019. Komunikasi Publik Di Era 4.0: Memetik Pelajaran dari Strategi Komunikasi Utang Pemerintah, Julianbukumu, diakses 18 Mei 19, <https://books.google.co.id>.

Daily Social. Kinemaster. <https://dailysocial.id/post/review-kinemaster-pro-video-editor>. 07 Desember 2019.

Komunikasi praktis. 10 Keahlian Yang Wajib Dimiliki Humas Profesional. <https://www.komunikasipraktis.com/2014/09/10-keahlian-skill-yang-wajib-dimiliki.html?m=1>. 25 Juni 2019.

_____.Konten.<https://www.komunikasipraktis.com/2019/05/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya.html>. 29 Desember 2019.



- Laksmana, A. 2018. OPINI:Peran Strategis Humas di Era Industri 4.0. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181026/257/853552/opini-peran-strategis-humas-di-era-08industri-4.0>. 17 April 2019.
- Manyika J. dkk. 2017. <http://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>. diakses pada 26 Apr.2019.
- Noviada, N. 2019. Public Relations di Era Revolusi Industri 4.0. <http://jateng.tribunnews.com/2019/04/05/public-relation-di-era-revolusi-industri-4.0>. 17 April 2019.
- Perhumas. Era Industri 4.0 Apa Tantangan Hubungan Masyarakat Dimasa Depan?. <http://www.perhumas.or.id/era-industri-4-0-apa-tantangan-hubungan-masyarakat-di-masa-depan/>. 25 juni 2019.
- Yunita, A. 2017. Kompetensi Dasar Mahasiswa Public Relations. <https://www.academia.edu/17157752/Kompetensi-Dasar-Mahasiswa-Public-Relations>. 24 Apr. 19.
- Waktu terbaik untuk posting dimedia sosial. <https://www.progresstech.co.id/blog/waktu-posting-sosial-media/>. 29 Des. 19.
- Wikipedia. Youtube. <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>. 07 Desember 2019.
- Wikipedia. Internet untuk segala. https://id.wikipedia.org/wiki/Internet_untuk_Segala. 07 Desember 2019.
- Wikipedia. Mahadata. dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Mahadata>. 07 Desember 2019.
- Wikipedia. Kecerdasan buatan. https://id.wikipedia.org/wiki/Kecerdasan_buatan. 07 Desember 2019.
- Wikipedia. Komputasi awan. https://id.wikipedia.org/wiki/Komputasi_awan. 07 Desember 2019.
- Wikipedia. Komputer kuantum. https://id.wikipedia.org/wiki/Komputer_kuantum). 07 Desember 2019.
- Wikipedia. Robot. <https://id.wikipedia.org/wiki/Robot>. 07 Desember 2019.
- Digital ortizaku. 3D Printing. <https://www.digital.ortizaku.com/2019/03/03/mengenal-teknologi-3d-printing/>
- Wikipedia. Realitas bertambah. Dikutip dari https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_tertambah. 07 Desember 2019.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wikipedia. Realitas virtual. https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_virtual. 07 Desember 2019.

Wikipedia. Final cut pro. https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Final_Cut_Pro&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp. 07 Desember 2019.

Wikipedia. Snapseed. <https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Snapseed&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp>. 07 Desember 2019.

Wakhida Nur Istianah. Filmora. <https://www.kompasiana.com/wakhidanuristianah/5864e652567b611a062f4dd4/mencoba-editor-video-kekinian-wondershare-filmora>). 07 Desember 2019.

Ilmunesia. Sony vegas pro. <https://ilmunesia.com/pengertian-dan-sejarah-sony-vegas-pro/>. 07 Desember 2019.

<https://www.rgei.com/id/tentang-kami/perusahaan-kami>. 07 Desember 2019.

Software Program Aplikasi Editing Video Terbaik Untuk PC. <https://www.utopicomputers.com/software-program-aplikasi-editing-video-terbaik-untuk-pc/>. 29 Des. 19.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Berapa jumlah sumber daya manusia *corporate communications* yang memahami dan mampu membuat konten sosial dan menyebarkan ke media sosial?
 2. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?
 3. Apa standar kompetensi dalam membuat sebuah konten?
 4. Bagaimana cara *corporate communications* agar konten yang dipublish menarik perhatian publik?
 5. Berapa jumlah sumber daya manusia *corporate communications* yang memahami dan melakukan *editing video*?
 6. Apa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan *editing video*?
 7. Aplikasi apa saja yang digunakan dalam proses *editing video*?
 8. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan video tersebut?
 9. Media baru apa saja yang digunakan oleh *corporate communications* dalam mempublikasikan informasi?
 10. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?
 11. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?
 12. Apakah penggunaan media baru jenis media sosial efektif dalam menyebarkan informasi?
- Hak Cipta: Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKIP WAWANCARA

NAMA : Budhi Firmansyah
JABATAN : Communications Manager
TANGGAL : 28-10-2019
TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci

a. Producer dan publisher content

13. Penulis mengajukan pertanyaan kepada informan, Berapa jumlah sumber daya manusia corporate communications yang mampu membuat konten sosial dan menyebarluaskan ke media sosial?

“Tim corporate communications yang ada di RAPP semua mampu membuat konten sosial yang akan di share ke publik. Dalam penulisan konten tersebut tujuh dari lima belas orang jumlah corporate communications yang melakukannya, karena yang lain memiliki tugas dan tanggungjawab masing-masing, akan tetapi apabila kita membutuhkan bantuan dari yang lain, maka mereka siap membantu karena semua dari kita bisa melakukannya.”

14. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?

“Konten tersebut biasanya berisi berupa program perusahaan, program community development, acara sosial dari komunitas paguyuban, kegiatan sosial karyawan, karier karyawan, prestasi anak karyawan, dan lain sebagainya.”

15. Apa standar dalam membuat sebuah konten?

“Standar dalam membuat konten sosial yaitu harus memiliki skill dasar dalam menulis, baik berita, artikel, advertorial, caption, dan release. Sejauh ini, semua corporate communications telah berkompeten dalam membuat konten-konten sosial, berita maupun release, meskipun kita dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, namun ketika kita terjun sebagai seorang praktisi corporate communications (humas) kita dituntut memiliki keahlian tersebut.”

16. Bagaimana cara yang dilakukan corporate communications agar konten yang dipublish menarik untuk dibaca oleh publik?

“Agar konten yang kita buat menarik perhatian publik, maka dalam konten tersebut kita tidak hanya menampilkan teks, akan tetapi konten tersebut juga berisi foto maupun video, kemudian menggunakan diksi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kata yang menarik sehingga konten yang kita share menarik untuk dibaca oleh publik.”

b. Editing video

1. Berapa jumlah sumber daya manusia Corporate communications yang memahami dan melakukan editing video?

“Semua SDM corporate communications memahami dasar-dasar dalam editing video dan mampu melakukan editing tersebut menggunakan aplikasi khusus editing di android seperti viva video, KineMaster dan snapseed. Sedangkan untuk editing yang dilakukan dikomputer yang bisa melakukannya berjumlah delapan orang.”

2. Apa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan editing video?

“Standarnya yaitu menguasai satu sampai dua aplikasi khusus editing baik di android maupun komputer, mampu melakukan proses produksi video mulai dari mampu mengoperasikan kamera, mampu melakukan shoot foto dan video, mampu memilah video mana yang layak atau tidak untuk dipublikasikan, mampu membuat bahan-bahan yang ada menjadi video singkat, sehingga video tersebut bisa dijadikan bahan presentasi dan kebutuhan internal perusahaan.”

3. Aplikasi apa saja yang digunakan dalam proses editing video?

“Dalam melakukan editing biasanya kita menggunakan beberapa aplikasi seperti adobe premiere, filmora, paintshop pro, viva video kinemaster, dan sebagainya.”

4. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan video tersebut?

“Video yang kita produksi akan kita share di media sosial yang kita miliki, seperti pada platform instagram, youtube, facebook, twitter dan linkedin, serta TV chanel perusahaan.”

c. Media Baru

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

“Ada beberapa media baru yang kita gunakan dalam mempublikasikan informasi yaitu website, e-mail dan media sosial. Namun, dalam kegiatan kita sehari-hari mempublikasikan informasi kita lebih sering menggunakan media sosial seperti Instagram, youtube, facebook, twitter, linkedin, dan whatsapp, karena media sosial ini memiliki jangkauan audiens yang sangat luas yang tidak bisa kita batasi.”

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Informasi yang disebarluaskan berasal dari kegiatan-kegiatan perusahaan, kegiatan sosial karyawan, karier karyawan, program perusahaan, acara kerjasama perusahaan dengan stakeholder. Bisa dikatakan dari internal maupun eksternal perusahaan. Pada dasarnya, corporate communications yang mencari informasi tersebut namun terkadang kita juga meminta bantuan pihak ketiga yang disebut dengan vendor. Jadi informasinya tetap dari kegiatan perusahaan, namun kita meminta bantuan jasa dengan vendor.”

2. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?
 “Skala dari media sosial yang kita gunakan yakni nasional dan internasional. Untuk skala nasional kita gunakan semua media sosial tersebut. Sementara skala internasional saat ini kita baru menggunakan dua akun media sosial yaitu facebook dan twitter. Media tersebut sangat efektif dalam menyebarkan informasi, karena setiap orang, yang berada dimanapun dapat melihat apa yang di share melalui androidnya dalam hitungan menit bahkan detik.”

4. Apakah penggunaan media baru bersifat interaktif?

“Pada dasarnya sangat interaktif, karena kita bisa komunikasi langsung melalui media sosial, seperti membalas komentar dari publik.”

2. NAMA : Disra Alldrick
 JABATAN : Assistant Manager
 TANGGAL : 28-10-2019
 TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci

a. Producer dan Publisher content

1. Berapa jumlah sumber daya manusia corporate communications yang mampu membuat konten sosial dan menyebarkan ke media sosial?

“Semua corporate communications mampu membuat konten sosial, terutama konten yang akan kita publikasikan di dalam media sosial seperti instagram, facebook, twitter, linkedin, dan grup whatsapp internal perusahaan. Namun, yang bertanggungjawab dalam penulisan konten di media sosial berjumlah tujuh orang, karena masing-masing memiliki tugas dan tanggungjawab di sub divisi masing-masing.”

2. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?

“Konten yang kita publikasikan biasanya berisi berupa program-program perusahaan, kegiatan sosial karyawan, karier karyawan, dan lain sebagainya.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Apa standar dalam membuat sebuah konten?

“Standarnya semua corporate communications harus memiliki skill dasar dalam menulis, baik itu menulis berita, artikel, advertorial, caption, dll. Kemampuan dasar menulis ini yang akan mendorong tim untuk menulis dengan lebih baik agar menarik ketika dibaca oleh publik.”

4. Bagaimana cara corporate communications agar konten yang dipublish menarik minat untuk dibaca oleh publik?

“Untuk menarik publik dalam membaca maupun melihat konten yang kita publikasikan, kita memiliki beberapa strategi salah satunya yaitu konten-konten yang kita share tidak hanya berupa visual saja, tetapi juga audiovisual, jadi konten tersebut tidak hanya bisa kita lihat seperti halnya teks atau tulisan saja, tetapi juga bisa kita dengarkan dari apa yang disajikan.”

b. Editing video

1. Berapa jumlah sumber daya manusia Corporate communications yang memahami dan melakukan editing video?

“Delapan orang dari lima belas jumlah corporate communications mampu melakukan editing video, sementara untuk pemahaman dasar semua memahaminya.”

9. Apa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan editing video?

“Ada beberapa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan editing video, yakni menguasai satu sampai dua aplikasi khusus editing yang ada di android dan komputer, memahami cara pengambilan foto dan video, mampu mengetahui video mana yang bagus untuk dipublikasikan.”

9. Aplikasi apa saja yang digunakan dalam proses editing video?

“Aplikasi yang biasa digunakan dikomputer untuk editing seperti Adobe Premiere, filmora, Sony Vegas Pro, Final Cut Pro dan PaintShop Pro. Sedangkan di android aplikasi yang digunakan seperti Viva Video, Kine Master, Snapseed, dan lain-lain tergantung kebutuhan dari video yang dibuat. Biasanya, untuk memproduksi video dengan tingkat kerumitan yang tinggi kita melakukan editing tetap dengan aplikasi yang ada dikomputer.”

c. Media Baru

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

“Saat ini kita menggunakan beberapa media baru mulai dari email, website yang termasuk dalam media online dan media sosial seperti Instagram, facebook, youtube, twitter, grup whatsapp, dan linkedin. Setiap media baru yang digunakan berguna untuk menyebarluaskan informasi seputar perusahaan.”

2. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Informasi tersebut berasal dari kegiatan perusahaan baik dari internal maupun eksternal. Informasi dari internal perusahaan sangat banyak sekali, misalnya tentang program perusahaan, aktivitas-aktivitas paguyuban, kegiatan karyawan, prestasi karyawan maupun anak karyawan. Sementara, dari eksternal, misalnya kita mendapat apresiasi atau pengakuan dari pihak yang kompeten seperti pemerintah yang memberikan penghargaan kepada perusahaan atas program yang dilakukan. Setiap informasi yang akan diterbitkan dimedia massa atau media sosial wajib melalui pihak corpcom. Jadi informasi yang kita sebarluaskan itu dari kita dan untuk kita.”

3. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?

“Skala media sosial yang kita gunakan yaitu skala nasional dan internasional. Beberapa akun media sosial yang kita miliki seperti di facebook, bernama Sahabat PT.RAPP, kemudian di Instagram @Sahabatrapp, dan di twitter @rapp_official. Media sosial ini digunakan untuk mempromosikan dan menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada publik. Untuk media yang skala nasional, kita gunakan informasi yang disampaikan berbahasa Indonesia, karena target kita juga untuk wilayah Indonesia. Sedangkan untuk skala internasional, yang jangkauannya diluar Indonesia, kita menggunakan akun twitter dan facebook April pulp and paper yang berbahasa Inggris. Jadi, skala tersebut tergantung audiens. Namun, audiens kita lebih banyak dari skala nasional dibanding internasional. Media sosial yang kita gunakan sangat efektif untuk menjangkau audiensnya, karena informasi yang baru beberapa menit kita share langsung bisa dilihat oleh banyak orang.”

4. Apakah penggunaan media baru bersifat interaktif?

“Pada dasarnya sangat interaktif, karena kita bisa komunikasi langsung melalui media sosial, seperti membalas komentar dari publik.”

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NAMA : Neshayani Harahap
JABATAN : Digital Media Coordinator
TANGGAL : 28-10-2019
TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci

a. Producer dan Publisher content

1. Berapa jumlah sumber daya manusia corporate communications yang mampu membuat konten sosial dan menyebarluaskan ke media sosial?

“Semua corporate communications mampu membuat konten sosial terutama konten-konten yang kita share di media sosial.”

2. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?

“Setiap konten yang dibuat berdasarkan dari calender plan/content plan yang dimiliki oleh corporate communications. Calender plan berfungsi sebagai perencana konten dengan tema yang telah ditentukan. Tema kegiatan yang ada pada calender plan dibuat berdasarkan hasil salah satunya dari sharing session (berbagi informasi mengenai tata cara yang digunakan untuk meningkatkan interaksi di media sosial perusahaan, weekly meeting (menjelaskan engagement dan interaksi yang terjadi di platform social media perusahaan), atau searching di internet mengenai hal apa yang sedang viral di social media.”

3. Apa standar dalam membuat sebuah konten?

“Standar dalam memahami dan membuat konten sosial yaitu harus memiliki skill dalam menulis berita, artikel, advertorial, dan captions, kemudian konten yang dibuat harus ada keyword atau Key message. Key message yang terdapat di dalam konten harus mengandung unsur 5C, yaitu Good for the community (baik untuk masyarakat), good for the country (baik untuk negara), good for the climate (baik untuk iklim lingkungan), good for the customer (mengutamakan kepuasan pelanggan), dan good for the company (baik untuk perusahaan).”

4. Bagaimana cara corporate communications agar konten yang dipublish menarik minat untuk dibaca oleh publik?

“Supaya konten yang kita publish menarik perhatian publik maka kita tidak hanya membuat sebuah konten dengan tema atau topik tertentu, akan tetapi kita buat kedalam konten tersebut berupa sebuah kuis, yang tujuannya untuk memancing publik menanggapi konten yang kita publikasikan tersebut.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Editing video

1. Berapa jumlah sumber daya manusia Corporate communications yang memahami dan melakukan editing video?

“Ada delapan orang yang mampu melakukan editing video. Saya sendiri salah satunya. Nah, untuk bagian proses editingnya ini, kita dibantu dengan tim yang ada. Jadi sesuai kebutuhan, apabila untuk membuat video sederhana yang tidak rumit proses mengeditnya, biasanya itu bisa dilakukan per individu, dan untuk editing untuk tingkat kesulitan yang tinggi kita dibantu dengan tim yang khusus meng-handle editing.”

2. Apa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan editing video?

“Standar dalam melakukan editing mampu melakukan proses editing mulai dari mampu mengoperasikan kamera, mampu melakukan shoot foto dan video, menguasai satu sampai dua aplikasi khusus editing dikomputer dan android, dan memahami cara pengambilan foto dan video.”

3. Aplikasi apa saja yang digunakan dalam proses editing video?

“Aplikasi yang biasanya kita gunakan yaitu Adobe Premiere, Final Cut Pro, Filmora, Viva Video, Kine Master, Snapseed, dan lain-lain.”

4. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan video tersebut?

“Setiap video yang kita produksi itu akan dishare dimedia sosial instagram, facebook, twitter, linkedin, dan tv chanel internal perusahaan, dan kita juga mempublikasikan video ke youtube namun video tersebut yang mengelola tim news room yang berada di Jakarta. Hal itu dilakukan karena memang sudah dari pihak perusahaan yang menetapkan aturan tersebut.”

c. Media Baru

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

“E-mail, website, Instagram, twitter, facebook, linkedin, grup whatsapp internal.”

2. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Setiap informasi yang dishare dimedia yang kita miliki kontennya berasal dari corporate communications, khususnya tim yang handle pembuatan konten-konten sosial. Informasi tersebut bisa kita temukan di media-media baru yang kita gunakan seperti di halaman website, instagram, twitter, facebook, linkedin, maupun whatsapp grup yang informasinya hanya bisa dilihat oleh internal. informasinya tersebut ada dari internal dan eksternal perusahaan. Jadi, dari informasi yang kita share dimedia sosial biasanya kita juga melakukan copy paste alamat link tersebut untuk dishare kembali ke grup whatsapp internal perusahaan. Hal ini bertujuan agar informasi tersebut tidak hanya diketahui oleh publik luar saja, akan tetapi juga diketahui oleh internal perusahaan, seperti karyawan-karyawan yang berada di departemen lainnya.”

Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?

“Skala dari media yang kita gunakan itu ada dua, yaitu skala nasional dan internasional, yang dinamakan dengan targeted audience. Targeted audience yaitu kita menargetkan siapa yang menjadi audience kita kemudian bagaimana jangkauan dari yang kita targetkan. Jadi, untuk targeted audience ini, untuk skala nasional kita menggunakan facebook, twitter, dan instagram yang berbahasa Indonesia. Sementara target audiensnya skala internasional yang jangkauannya lebih luas, kita menggunakan twitter dan instagram yang berbahasa Inggris. Pada dasarnya konten yang terdapat di media sosial berbahasa Inggris dan Indonesia sama, yang membedakan hanya target audiens. Jadi ketika kita menulis konten dimedia sosial itu untuk dua sasaran sekaligus. Kita membuat subtitle, berbahasa Indonesia dan Inggris agar audience mendapat informasi tersebut. Penggunaan media sosial ini sangat efektif dalam menjangkau target audiens yang menjadi sasaran kita, terutama untuk skala nasional.”

4. Apakah penggunaan media baru bersifat interaktif?

“Pada dasarnya sangat interaktif, karena kita bisa komunikasi langsung melalui media sosial, seperti membalas komentar dari publik.”

4. NAMA : Fitri Jayanti
JABATAN : Internal Communications & Data Coordinator
TANGGAL : 28-10-2019
TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci

a. Producer dan publisher content

1. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?

“Kita memiliki 3 aset media yakni media konvensional seperti koran dan majalah kemudian media online seperti website dan media sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengukir kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti instagram, twitter, facebook, linkedin, dan grup whatsapp internal perusahaan. Untuk media konvensional perusahaan yang saya handle seperti majalah April Digest, kita terbitkan sebanyak 3 kali dalam setahun, dalam satu buah majalah terdapat 52 halaman. Tema dari majalah yang diterbitkan sesuai dengan season, event dan musim yang terjadi dalam kurun waktu satu tahun tersebut. Seperti, baru-baru ini terjadi bencana kebakaran hutan dan lahan, maka disitu kita menerbitkan majalah yang kontennya mengenai karhutla dengan cover yang menggambarkan musim yang terjadi pada waktu itu, yaitu musim asap.”

2. Apa standar dalam membuat sebuah konten?

“Memiliki skill set dalam menulis berita, artikel, advertorial, dan captions, kemudian konten yang dibuat harus ada keyword atau Key message. Key message yang terdapat di dalam konten harus mengandung unsur 5C, yaitu Good for the community (baik untuk masyarakat), good for the country (baik untuk negara), good for the climate (baik untuk iklim lingkungan), good for the customer (mengutamakan kepuasan pelanggan), dan good for the company (baik untuk perusahaan).”

3. Bagaimana cara corporate communications agar konten yang dipublish menarik minat untuk dibaca oleh publik?

“Dalam membuat konten kita juga harus memiliki strategi agar orang banyak yang tertarik untuk melihat yang kita sajikan. Salah satu strateginya yaitu kita harus pandai dalam berkomunikasi melalui tulisan, bisa dengan membuat headline yang membuat orang lain penasaran dengan isi konten, tapi isi konten tersebut juga memang harus bagus dan bermanfaat bagi orang lain, kemudian jika konten tersebut dimajalah kita tidak hanya menyajikan full text akan tetapi juga ada foto-foto yang menarik untuk dilihat, dan biasanya kita juga membuat kuis didalam majalah atau pun media sosial tersebut. Standarnya yaitu harus memiliki skill dalam menulis berita, artikel, advertorial, release dan captions.”

b. Media Baru

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

“Instagram, facebook, youtube, twitter, linkedin, whatsapp, website dan email merupakan media-media baru yang kita gunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada publik. Akan tetapi, untuk di whatsapp, informasi hanya bisa diakses oleh internal perusahaan seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karyawan, karena whatsapp tersebut berupa wadah grup internal perusahaan.

2. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Informasi yang disebarluaskan berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Informasi dari internal seperti internal misalnya tentang program perusahaan, aktivitas-aktivitas paguyuban, kegiatan karyawan, prestasi karyawan maupun anak karyawan. Kegiatan sosial karyawan itu contohnya kegiatan employe volunteering. Pada kegiatan tersebut puluhan karyawan RAPP mengikuti bakti sosial yang diadakan di Desa Kuala Terusan. Adapun rangkaian kegiatan yang dilakukan seperti membersihkan lingkungan, gotong royong, penanaman bibit dilingkungan sekolah. Employe volunteering ini merupakan salah satu dari program Community Development (CD) Sementara, dari eksternal, misalnya kita mendapat apresiasi atau pengakuan dari pihak yang kompeten seperti pemerintah yang memberikan penghargaan kepada perusahaan atas program yang dilakukan.”

3. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?

“Skala yang kita gunakan nasional dan internasional tergantung sasaran kita.”

5. NAMA : Sari Rezki Antika
 JABATAN : Digital Media officer
 TANGGAL : 03-11-2019
 TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci
 a. Producer dan Publisher content

1. Apa saja isi konten yang dibuat oleh corporate communications?

“Konten sosial yang kita publikasikan dimedia konvensional dan media sosial biasanya berisi berupa program-program community development, acara sosial dari paguyuban, kegiatan sosial karyawan, karier karyawan.”

2. Apa standar dalam membuat sebuah konten?

“Standar dalam membuat sosial konten yaitu harus memahami dasar-dasar penulisan baik itu penulisan berita, release, dan caption.”

3. Bagaimana cara corporate communications agar konten yang dipublish menarik minat untuk dibaca oleh publik?

“Agar konten yang disajikan menarik maka ketika mempublikasikannya tidak hanya berupa teks, tetapi juga berupa foto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

maupun video, menggunakan bahasa yang menarik, dan juga membuat sebuah kuis didalam konten tersebut sehingga memancing orang lain untuk memberikan suatu respon. Tujuannya dari konten yang kita buat yaitu untuk menginsiprasi orang lain dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang dimiliki perusahaan sehingga memotivasi untuk orang lain agar melakukan seperti yang kita lakukan. Selain itu, tujuan utama yang tidak kalah penting yakni untuk memperkenalkan bagaimana perusahaan di mata publik.”

b. Editing Video

1. Berapa jumlah sumber daya manusia Corporate communications yang memahami dan melakukan editing video?

“Untuk melakukan proses editing video kita memiliki tim corporate communications yang berjumlah delapan orang. Mereka inilah yang melakukan proses produksi video dari tahap awal hingga akhir.”

2. Apa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan editing video?

“Memiliki kemampuan dalam menggunakan beberapa aplikasi khusus editing video, baik itu aplikasi yang berada di kompuetr, laptop maupun di android.”

3. Aplikasi apa saja yang digunakan dalam proses editing video?

“Untuk tingkat kerumitan yang berat dan tinggi kita menggunakan aplikasi editing yang berada dikomputer seperti final cut pro, adobe premier, sony vegas. Sementara untuk tingkat sederhana yang bisa dilakukan oleh individu sekalipun kita cukup menggunakan android dengan aplikasi snapseed, viva video, dan KineMaster.”

4. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan video tersebut?

“Untuk dipublikasikan ke media sosial Instagram, facebook, dan twitter. Sedangkan video yang ada di youtube, proses produksinya dilakukan oleh tim RGE news room yang berada di Jakarta, namun tetap kita corporate communications yang di RAPP yang mempublikasikannya. Namun, terkadang tim kita juga membantu memproduksi video untuk chanel youtube apabila keadaannya urgent.”

c. Media Baru

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Media baru yang kita gunakan saat ini tentunya media sosial mulai dari instagram, youtube, facebook, twitter, linkedin, grup whatsapp khusus internal perusahaan, email dan website.”

2. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Berbagai macam informasi yang kita sebarluaskan kontennya berasal dari kegiatan-kegiatan perusahaan, seperti program school improvement yang digelar oleh community development. Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas mutu pendidikan. Dari kegiatan-kegiatan sosial seperti inilah asal informasi tersebut.”

3. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?

“Kita memiliki akun twitter rapp_official yang berskala nasional. Akun ini mempunyai jumlah follower 4820 dan setiap hari follower terus bertambah karena banyak yang tertarik dengan konten yang dishare. Untuk skala Internasional kita menggunakan twitter dan facebook april pulp yang berbahasa inggris, sementara skala nasional kita tetap berbahasa Indonesia. Pada dasarnya media sosial ini sangat efektif dalam menyebarkan informasi, karena informasi yang dishare dalam hitungan menit bahkan detik dapat dilihat langsung oleh para pengguna media sosial.”

6. NAMA : Fredrick
JABATAN : Eksternal Communications Officer
TANGGAL : 03-11-2019
TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci

- a. Producer dan publisher content

1. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?

“Tiap media konvensional, online dan media sosial pasti ada konten yang kita buat. Biasanya konten tersebut kita berpatokan dari konten-konten yang sebelumnya yang memiliki jumlah tingkat baca yang tinggi. Misalnya pada tahun lalu, konten tersebut berisi tentang acara bono, riau expo, pelalawan expo, maka ditahun selanjutnya kegiatan seperti itu juga yang akan kita masukkan kedalam konten media sosial. Intinya konten tersebut berisi kegiatan-kegiatan perusahaan atau kegiatan yang dilakukan oleh stakeholder perusahaan.”

2. Bagaimana cara corporate communications agar konten yang dipublish menarik minat untuk dibaca oleh publik?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

“Dalam konten ini, kita harus bisa memilih frasa kata yang menarik sehingga publik tertarik untuk membaca konten yang kita publish. Standar dikatakan berkompotensi yaitu harus memiliki skill dalam menulis berita, artikel, advertorial, dan captions, karena tanpa keahlian menulis maka akan sulit dalam membuat konten yang menarik untuk dibaca orang lain.”

b. Media Baru

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

“Kita menggunakan media baru website, email dan media sosial. Selain media baru kita juga menggunakan media konvensional seperti koran dan majalah.”

2. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Informasi yang disebarluaskan berasal dari kegiatan perusahaan, kegiatan community development, sementara yang membuat kontennya yaitu corporate communications. Misalnya informasi tersebut mengenai program community development yang berupa program beasiswa untuk tingkat Sekolah Dasar (SD). Dari kegiatan beasiswa tersebut kita buat release-nya, kemudian disebarluaskan ke media-media lain melalui redaksi atau email mereka. Tujuannya yakni agar publik mengetahui program dan kegiatan apa yang dilakukan oleh perusahaan.”

3. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?

“Kedua skala kita gunakan, karena kita menargetkan audiens yang berbeda. Yakni audiens untuk area Riau dan lokal, dengan audiens yang berada diluar lokal seperti singapura, eropa, dan lainnya.”

7. NAMA : Jepri
JABATAN : Event Officer
TANGGAL : 03-11-2019
TEMPAT : Rukan PT.RAPP Kerinci

a. Producer dan publisher content

1. Berapa jumlah sumber daya manusia corporate communications yang mampu membuat konten sosial dan menyebarkan ke media sosial?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

“Semua corporate communications yang ada di RAPP mampu membuat konten sosial.”

2. Apa saja isi konten yang dibuat tersebut?

“Setiap konten yang di share kita berpedoman dari konten-konten sebelumnya, yang memiliki jumlah pembaca tinggi.”

3. Apa standar dalam membuat sebuah konten?

“Standarnya yakni harus memiliki skill dalam menulis berita, artikel, advertorial, dan captions. Untuk menarik minat publik agar membaca dan melihat konten yang kita sajikan cara kita yakni dengan membuat tulisan atau konten semenarik mungkin, seperti menggunakan kata-kata yang menarik, menampilkan foto dan video tidak hanya teks.”

4. Bagaimana cara corporate communications agar konten yang dipublish menarik minat untuk dibaca oleh publik?

“Kita dari corporate communications memiliki cara tersendiri untuk mengetahui orang lain melihat konten yang di share tersebut. Seperti di Instagram, kita memiliki sebuah aplikasi khusus untuk mengetahui berapa jumlah orang yang melihat instastory yang kita publish sampai akhir, dan kita juga bisa mengetahui berapa orang yang melihat namun dipercepat. Jadi, semua itu kita ketahui.”

b. Editing Video

1. Berapa jumlah sumber daya manusia Corporate communications yang memahami dan melakukan editing video?

“Delapan orang corporate communications yang melakukan editing video. Untuk membuat video dilakukan oleh lima orang, dan tiga orang yang melakukan proses editing.”

2. Apa standar dikatakan memahami dan mampu melakukan editing video?

“Standarnya harus memahami penggunaan aplikasi editing, menguasai satu sampai dua aplikasi khusus editing, memahami cara pengambilan foto dan video.”

3. Aplikasi apa saja yang digunakan dalam proses editing video?

“Aplikasi yang kita gunakan dalam melakukan editing yaitu aplikasi adobe premiere, final cut pro, snapseed, viva video dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kerumitan.”

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan video tersebut?

“Di RAPP kita memiliki beberapa media sosial yang menjadi wadah kita dalam mempublikasikan video yang kita produksi. Mulai dari media sosial Instagram, twitter, facebook, linkedin dan Tv chanel internal perusahaan. Jadi, video yang kita produksi itu kita share di semua media sosial tersebut.”

c. Media Baru

1. Media baru apa saja yang digunakan oleh corporate communications dalam mempublikasikan informasi?

“Untuk menyebarluaskan informasi seputar RAPP kita corporate communications menggunakan berbagai macam media baru terutama media sosial yang jangkauannya tidak terbatas, seperti instagram, youtube, twitter, facebook, dan sebagainya. Namun, untuk platform youtube kita hanya bertanggungjawab untuk mempublikasikan contentnya karena yang mengelola tim RGE news room yang berada di Jakarta. Akan tetapi apabila dalam keadaan urgent, maka kita bisa membuat content untuk youtube tersebut. Media sosial ini sangat efektif dalam menyebarluaskan informasi.”

2. Informasi yang disebarluaskan berasal dari mana?

“Setiap informasi yang kita sebarluaskan berasal dari kegiatan atau program-program perusahaan yang ada, bisa dari internal maupun eksternal perusahaan.”

3. Jaringan media baru yang digunakan skala nasional atau internasional?

“Skala jaringan media baru tersebut tentu nasional dan internasional, karena media sosial sendiri memiliki jangkauan penyebaran informasi yang tidak terbatas, dan itu memang kita manfaatkan sebaik mungkin untuk memperkenalkan perusahaan selain memberitahukan program-program yang ada di perusahaan, sehingga tercipta image positif perusahaan.”

4. Apakah penggunaan media baru bersifat interaktif?

“Sangat interaktif namun tergantung kita yang mengaturnya, karena bisa dikatakan tidak interaktif apabila kita menonaktifkan kolom komentar sehingga publik tidak bisa memberikan komentar. Akan tetapi sejauh ini kita selalu mengaktifkan kolom komentar tersebut.”

LAMPIRAN

© Hak



Wawancara dengan Budhi Firmansyah
Selaku communications manager



wawancara dengan Disra Alldrick
selaku Assistant Manager

- Hak Cipta D
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Mengikuti kunjungan ke RGE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



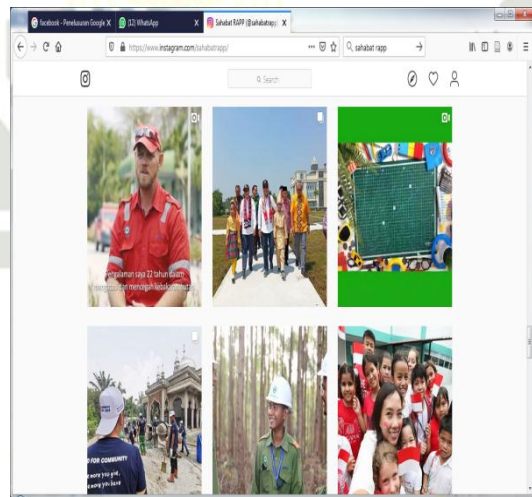
Event Pelalawan Expo 2019



Seminar Pelatihan Dasar Terpadu



Penyambutan kunjungan dari IPMK (Ikatan Pemuda Mahasiswa Kampar)



informasi yang dipublikasikan melalui instagram

Riau

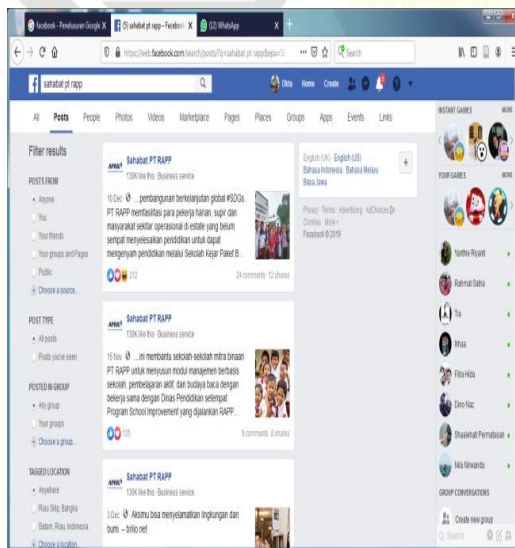
Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Informasi yang disebarluaskan melalui majalah

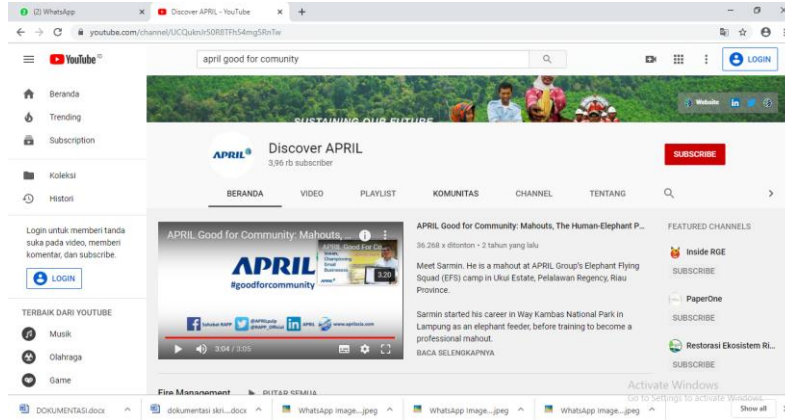
konten sosial majalah



Informasi yang dipublikasikan di Facebook

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Informasi yang dipublikasikan di youtube



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

KOMPETENSI PRAKTIKI HUMAS PT.RIAU ANDALAN *PULP & PAPER*
DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0

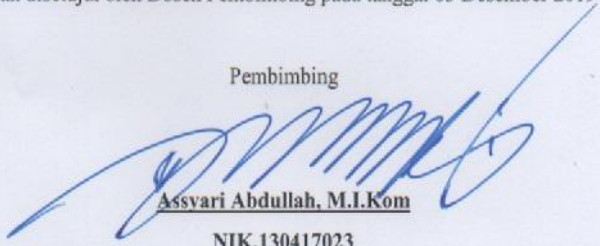
Disusun Oleh

Nama : Oktavianingsih

Nim : 11643202332

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 03 Desember 2019

Pembimbing



Assviri Abdullah, M.I.Kom

NIK.130417023



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3261/2019 Pekanbaru, 05 Sya'ban 1440 H
Sifat : Biasa 10 April 2019 M
Lampiran: 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Oktavianingsih**

Kepada Yth.
Assyari Abdullah, M.I.Kom
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Oktavianingsih** NIM. 11643202332 dengan judul "**Kompetensi Praktisi Humas PT. Riau Andalan Pulp & Paper (RAPP) Pangkalan Kerinci dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0.**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Nurjil, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4322/2019 Pekanbaru, 22 Ramadhan 1440 H
Sifat : Biasa 27 Mei 2019 M
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth.
Gubernur Riau
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,
Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Oktavianingsih
N I M : 11643202332
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

**"Kompetensi Praktisi Humas PT. Riau Andalan Pulp & Paper (RAPP)
Kerinci dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0"**

Adapun sumber data penelitian adalah :

"PT. Riau Andalan Pulp & Paper (RAPP) Kerinci"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmpstp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/23421
TENTANG



032010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4322/2019 Tanggal 27 Mei 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

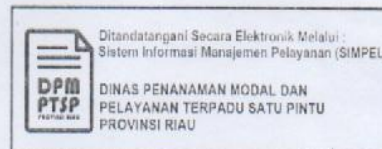
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : OKTAVIANINGSIH |
| 2. NIM / KTP | : 11643202332 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : KOMPETENSI PRAKTIKI HUMAS PT. RIAU ANDALAN PULP & PAPER (RAPP) KERINCI DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. RIAU ANDALAN PULP & PAPER (RAPP) KERINCI |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperiunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 18 Juni 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Pelalawan
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Pangkalankerinci
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



**PEMERINTAH KABUPATEN PELALAWAN
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Komplek Perkantoran Bhakti Praja Email : dpmptsp.pelalawan@gmail.com
Telp/Fax : 0761-95992. Telp : 0761-95991
PANGKALAN KERINCI

REKOMENDASI

Nomor : 504/DPMPTSP/2019/206

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET / PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN PENELITIAN**

Berdasarkan Peraturan Bupati Pelalawan Nomor 16 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Menandatangani Perizinan dan Non Perizinan serta Penyelenggaraan Pelayanan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pelalawan dan Surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Propinsi Riau Nomor : Nomor : 503/DPMPTSP/ NON IZIN-RISET/23421 dengan ini memberikan rekomendasi kepada :

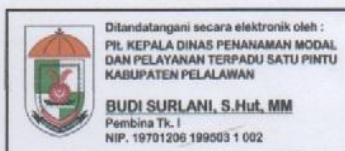
1. Nama : **OKTAVIANINGSIH**
2. NIM / KTP : 11643202332
3. Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang : S1
5. Alamat : Jl. SUNARYO KM 5 GANG CEMPEDAK RT.004/RW.003 KEL. TANJUNG BATU BARAT KEC. KUNDUR
6. Judul Penelitian : KOMPETENSI PRAKTISI HUMAS PT. RIAU ANDALAN PULP & PAPER (RAPP) KERINCI DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0
7. Lokasi Penelitian : PT. RIAU ANDALAN PULP & PAPER (RAPP) KERINCI

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan Riset / Pra Riset dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian rekomendasi ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan penelitian dan pengumpulan data ini dan terima kasih.

Dikeluarkan di Pangkalan Kerinci
Pada tanggal 5 November 2019



Tembusan :

1. Camat Pangkalan Kerinci
2. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Pelalawan
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PT. Riau Andalan Pulp and Paper
 Jakarta Office
 Jalan Teluk Betung No. 31
 Jakarta 10230, Indonesia
 Tel. : +62 21 3193 0134 Fax : +62 21 3144 604

Mill Office:
 Jalan Lintas Timur, Pangkalan Kerinci
 Kabupaten Pelalawan
 Riau 28300, Indonesia
 Tel. : +62 761 491 000 Fax : +62 761 491 846

Nomor : 112/ XII /CR/IP/RAPP/2019

Lamp. : -

Hal : Izin Melakukan Penelitian

Kepada Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 Universitas Islam Negeri Pekanbaru

Dengan hormat,

Sehubungan dengan Surat Bapak / Ibu terkait permohonan izin riset berikut :

Nama : Oktavianingsih

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Penelitian : Kompetensi Praktisi Humas PT RAPP Pangkalan Kerinci dalam menghadapi revolusi Industri 4.0

pada prinsipnya Kami tidak keberatan, penelitian ini dapat dilakukan dengan jadwal : 02 Oktober 2019 s/d 30 Desember 2019, lokasi Kantor Corporate Communication PT RAPP, dengan memperhatikan SOP yang berlaku di PT RAPP.

Demikianlah surat keterangan ini Kami perbuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkalan Kerinci, 2 Desember 2019

Campus Relation Manager


 PT Riau Andalan Pulp and Paper
 PT RIAU ANDALAN PULP AND PAPER
 Tengkus Kespandiar, ST, MM



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Oktavianingsih, lahir di Tanjungbatu sebuah desa kecil yang terletak di Kepulauan Riau pada 20 Oktober 1997 anak dari pasangan Bapak Narman dan Ibu Tugiyem. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara.

Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar di SD.Negeri 022 Tanjungbatu Barat, tahun 2010, pada tahun 2013 menyelesaikan tingkatan SLTP di MTs.Negeri Tanjungbatu Kundur, yang sekarang menjadi MTs.Negeri Karimun. Selanjutnya, tingkatan SLTA di SMA.Negeri 1 Kundur lulus pada tahun 2016. Kemudian, pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan Strata satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi tepatnya pada Konsentrasi *Public Relations* (PR). Selama menjadi mahasiswa penulis pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pongkai, Kecamatan Koto Kampar Hulu, Kabupaten Kampar. Penulis juga mengikuti Praktek Kerja Lapangan di PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan. Pada kegiatan kerja praktek penulis membuat sebuah karya tulis yang berjudul “Peran Humas PT.Riau Andalan *Pulp & Paper* (RAPP) dalam Program Desa Bebas Api (Free Fire Village).

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya karena telah menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) dan lulus serta dapat menyanjung gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dengan IPK 3.73 dengan predikat Cum laude pada tanggal 23 Desember 2019.

- Hak Cipta
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.