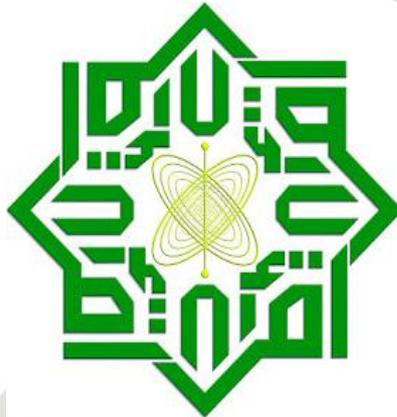


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

NOMOR SKRIPSI
4012/KOM-D/SD-S1/2020

**STRATEGI PT. KUNANGO JANTAN PEKANBARU DALAM
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI
GOVERNMENT RELATIONS**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

RIFAL HARMI DIFOUR**NIM. 11643101404**

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

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.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
J. H.R. Soekarno No. 155 KM. 18 Senayang Baru Pekanbaru 28193 PO Box 1094 Telp. 0761 562223
Fax 0761 562052 Web: www.uin-suska.ac.id E-mail: iain@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui *Government Relations*" yang ditulis oleh:

Nama : Rifal Harmi Difour
NIM : 11643101404
Jurusan : Ilmu Komunikasi

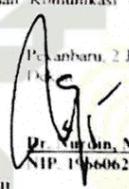
Telah dimunaqasabkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 19 Mei 2020

Dengan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

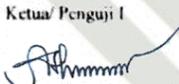
Pekanbaru, 2 Juni 2020

Dek.

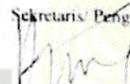

Dr. Mardin, MA
NIP. 196606202006041015

Tim Penguji

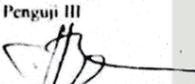
Ketua/ Penguji I


Dr. Atjih Sukarsh, M.Si
NIP. 196911181996032001

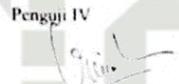
Sekretaris/ Penguji II


Dr. Kodarni, S.Si, M.Pd
NIK. 130311014

Penguji III


Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 198103132011011004

Penguji IV


Mardiah Rubani, M.Si
NIP. 197903022007012023

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulisan skripsi saudara:

Nama : **Rifal Harmi Difour**
NIM : **1164310404**
Judul : **Strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Government Relations**

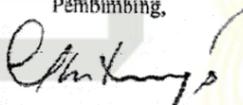
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam Sidang Ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

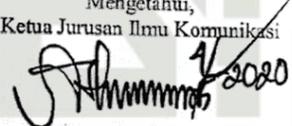
Demikian lembar persetujuan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 10 April 2020

Pembimbing,


Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumpulkan 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 : dpmptsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISSET/28632
T E N T A N G

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISSET/PRA RISSET
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.00.9/8791/2019 Tanggal 5 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

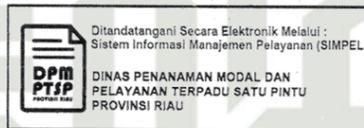
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : RIFAL HARMI DIFOUR |
| 2. NIM / KTP | : 11643101404 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI PT. KUNANGO JANTAN PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI GOVERNMENT RELATIONS |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. KUNANGO JANTAN PEKANBARU |

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 seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 10 Desember 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
 2. Pimpinan PT. Kunango Jantan di Pekanbaru
 3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ☎ Yang Bersangkutan

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.

PERNYATAAN KEASLIAN / ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifal Harmi Difour
NIM : 11643101404
Tempat / Tanggal lahir : Sei. Sarik , 15 September 1996
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : "Strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui *Government Relations*"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang – Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan darinpihak manapun.

Pekanbaru, 18 Juni 2020

Yang membuat Pernyataan



Rifal Harmi Difour
NIM. 11643101404

ABSTRAK

: Rifal Harmi Difour

: Ilmu Komunikasi

:Strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui *Government Relations*

Penelitian ini dilatar belakangi diberlakukannya perdagangan bebas yang dapat mengancam industri dalam negeri, sehingga akan mengakibatkan perusahaan lokal akan sulit berkembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis kualitatif. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian strategi *government relations* yang dilakukan PT. kunango Jantan Pekanbaru ditemukan bahwa *direct lobbying* (lobi secara langsung) yang dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan pemerintah telah dilakukan sejak awal perusahaan didirikan perihal perizinan. Audinesia dengan mengadakan pertemuan bersama *steakholder* dan pihak yang terlibat dalam menyelesaikan permasalahan yang dianggap perlu, Selanjutnya yaitu dengan mengadakan *special events* (menyelenggarakan kegiatan khusus) dalam rangka mempererat kerja sama antara perusahaan dan pemerintah dalam upaya meningkatkan citra perusahaan.

Kata Kunci : Strategi, Citra , *Government Relations*.

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.

ABSTRACT

Name : Rifal Harmi Difour

Department : Communication

Title : The Strategy of PT. Kunango Jantan Pekanbaru in Improving the Company Image through *Government Relations*

This research is motivated by the implementation of free trade which can threaten the domestic industry. It will cause local companies difficult to develop. The method used in this study is qualitative analysis. Data are collected from observation, interview and documentation. This thesis finds that the government relations strategy conducted by PT. kunango Male Pekanbaru is direct lobbying carried out by holding meetings with the government. It has been carried out since the beginning of the company established. It also conducts audience meeting with stakeholders and the parties involved in solving problems that are deemed necessary. It also conducts special events in order to strengthen cooperation between the company and the government in an effort to improve the company's image.

Keywords: Strategy, Image, Government Relations.

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 materi
 - 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.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta karunia-Nya serta sholawat kepada baginda Nabi Muhammad SAW atas perjuangan dan pengorbanannya dapat memberikan pelajaran dan teladan bagi umat Islam sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **Strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui *Government Relations***". Penulis ucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini baik moral maupun materi, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Ahmad Mujahidin, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Dr. Nurdin, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Dr. Masduki, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Toni Hartono, M.Si, selaku Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Azni, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Yantos, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Nurdin, MA, selaku Dosen Penasehat Akademik
5. Dr. Toni, Hartono, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia membimbing dan telah banyak memberi masukan serta saran selama penulisan skripsi, semoga ilmu yang telah Bapak berikan menuai banyak keberkahan.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih telah mengajari dan memberikan ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang telah Bapak/Ibu berikan menuai banyak keberkahan.

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.

6. Pimpinan dan Staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas kepada penulis dalam mencari dan mengumpulkan literature yang diperlukan terkait dengan skripsi yang dikaji.
7. Dedi muliadi selaku Manager HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru yang telah memberi izin penelitian serta bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung terkait penelitian ini.
8. Siti Afsah selaku Public Officer PT. Kunango Jantan Pekanbaru yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
9. Kedua orang tua, Ayahanda Johardi dan Ibunda Nurli yang telah menyemangati, memberi dukungan, serta selalu mendo'akan penulis agar mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Berry Harmi Dika, Rizqi Saputra dan Handre Aldi sebagai Kakak dan Adik yang selalu menyemangati, memberi bantuan, serta dukungan kepada penulis.
11. Teman-teman kelas PR D 2017 yang telah menemani selama proses perkuliahan.
12. Teman-teman UIN SUSKA Mengajar yang telah menjadikan saya bagian dari keluarga dan membuat saya merasa lebih baik.
13. Terimakasih untuk wanita yang pernah menolak cinta saya dimasa lalu
13. Teman-teman KKN Desa Pantai yang telah memberi banyak kenangan dan pelajaran serta terimakasih atas kebersamaan yang telah kita lalui.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan kelapangan hati, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para akademisi terkait keilmuan yang sama, serta bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Pekanbaru, 20 Juni 2020

Penulis

Rifal Harmi Difour
NIM. 1164310140

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Permasalahan.....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR	8
A. Kajian teori.....	8
1. <i>Public Relations</i>	8
2. <i>Government Relations</i>	11
a. <i>Konsep Government Relations</i>	11
b. <i>Fungsi Government Relations</i>	13
3. Citra.....	16
B. Kajian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Berfikir.....	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Sumber Data	26
D. Informan Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Data	27

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim
 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.

F. Validitas Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV GAMBARAN LOKASI PENELITIAN.....	30
A. Sejarah PT. Kunango Jantan Pekanbaru	30
B. Visi dan Misi	32
C. Jenis Produk PT. Kunango Jantan Pekanbaru.....	33
D. Costomer	34
E. Keterangan Jabatan	37
F. Struktur Organisasi Perusahaan	45
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. <i>Direct lobbying</i> (Membuat Kesepakatan).....	48
2. Audiensi (Mengadakan Pertemuan)	52
3. <i>Special Events</i> (Menyelenggarakan kegiatan Khusus).....	56
B. Pembahasan	62
1. Membuat Kesepakatan.....	63
2. Mengadakan Pertemuan.....	66
3. Menyelenggarakan Kegiatan Khusus	69
BAB VI PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	

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

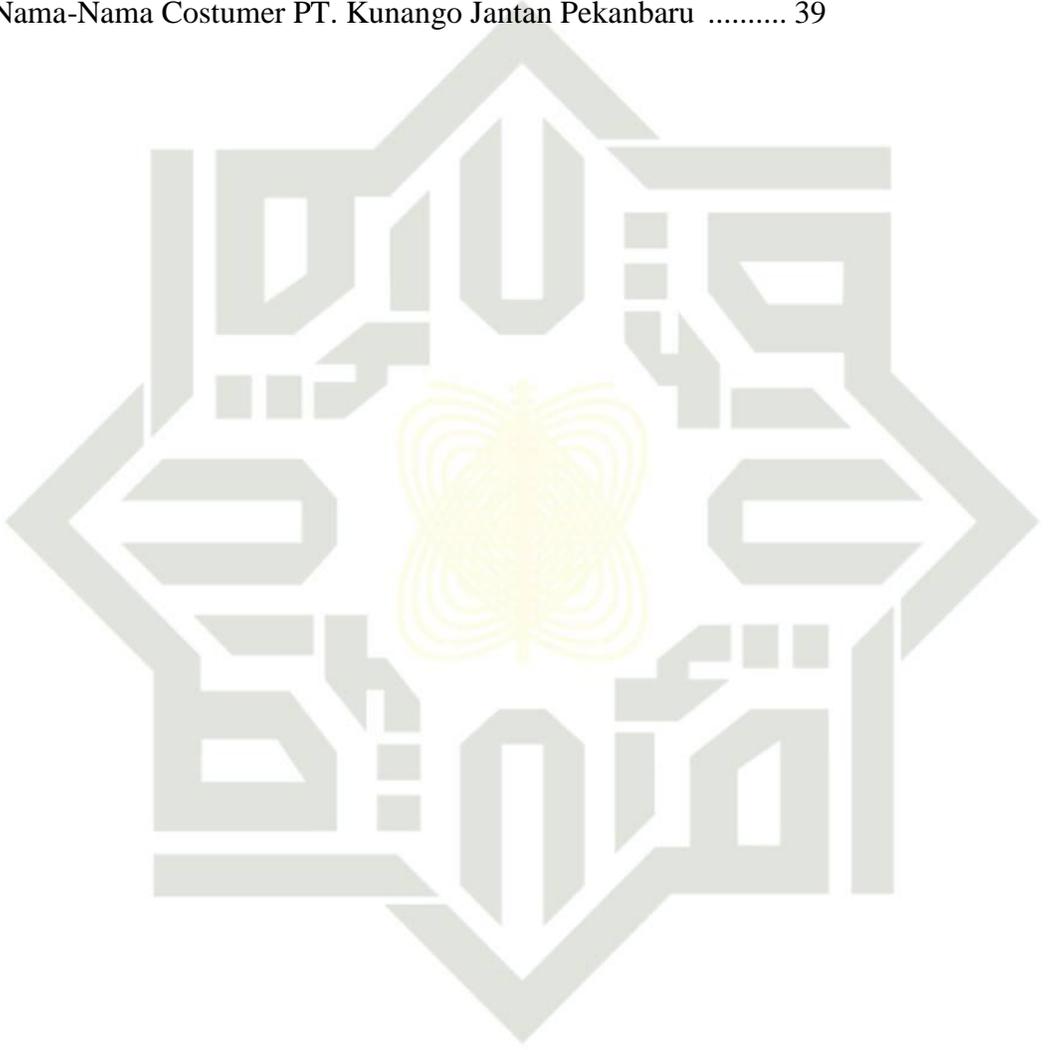
Gambar 5.1	Kunjungan Wali Kota Padang ke PT. Kunango Jantan.....	53
Gambar 5.2	Kunjungan Menteri ESDM Arcandra Tahar	54
Gambar 5.3	Rapat Bersama Manageman PT Kunango Jantan	57
Gambar 5.4	Direktur PT. Kunango Jantan Pekanbaru Bersama Direktur PT PLN Wilayah Sumatera.....	59
Gambar 5.5	Kuliah Umum Bersama Direktur PT. Kunango Jantan	62
Gambar 5.6	PT Kunango Jantan Pekanbaru Merayakan HUT RI	64

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	Daftar Nama-Nama Costumer PT. Kunango Jantan Pekanbaru	37
Tabel 4.2	Daftar Nama-Nama Costumer PT. Kunango Jantan Pekanbaru	39



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.

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 I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini kebutuhan manusia tidak lagi hanya untuk mempertahankan hidup, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup. Dalam memenuhi kebutuhan manusia tersebut mendorong adanya dunia usaha yang menciptakan barang dan jasa serta membuka lapangan tenaga kerja bagi masyarakat sekitar. Selain itu, juga menuntut akan ketersediaan SDA dan SDM dalam memenuhi kebutuhan. Dengan demikian, dunia usaha dapat diartikan sebagai suatu lingkup yang di dalamnya terdapat kegiatan produksi, distribusi dan upaya-upaya lain yang diarahkan pada pemuas keinginan dan kebutuhan manusia. Hal ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan dunia usaha terdapat kegiatan yang dinamis dan jenis usaha yang majemuk serta saling berinteraksi. Misalkan, usaha pertanian, pertambangan, konstruksi, transportasi dan sebagainya.¹

Sebagai salah satu negara berkembang Indonesia diharuskan untuk menciptakan inovasi dan strategi dalam meningkatkan nilai jual produk agar dapat bersaing dengan negara-negara lainnya, strategi yang berhasil biasanya bukanlah keputusan tunggal, tetapi suatu kebijakan dan taktis yang saling berkaitan. Oleh karenanya dalam mengoperasikan suatu perusahaan diperlukan adanya koordinasi dan komunikasi yang sangat baik agar visi misi perusahaan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan dan dapat memenuhi permintaan pasar dengan kualitas pelayanan yang maksimal.

Dalam sejumlah perusahaan yang sedang tumbuh, terutama perusahaan besar, kerangka untuk merencanakan strategi adalah proses perencanaan jangka panjang yang formal. Hal ini sangat bervariasi di masing-masing perusahaan, tetapi juga dapat dikatakan telah semakin berkaitan sehingga tidak mungkin dapat terlepas dari keseluruhan proses manajemen strategi.² Akibatnya, dalam perencanaan strategi menghasilkan sesuatu yang baru dalam hal organisasi

¹Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Perusahaan* (PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 1996), 11.

²Stainer George A, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Erlangga: Jakarta, 1997), 6.

pengelolaan perusahaan dan mendapatkan penyegaran dalam rantai dari produsen ke konsumen yang memudahkan serta mengefisienkan kinerja perusahaan tersebut

Mencermati fenomena di atas, tidak semua perusahaan dapat memenuhi harapan publik. Karena banyaknya keinginan dan kebutuhan seseorang yang harus dipenuhi, kerena pada dasarnya manusia adalah makhluk konsumtif di mana mereka selalu mencari jalan agar dimana kebutuhan mereka dapat tercukupi dengan adanya perusahaan-perusahaan yang saling berlomba dalam menyediakan barang maupun jasa untuk mencari keuntungan serta juga untuk memenuhi kebutuhan khalayak banyak mereka berharap hal tersebut dapat meningkatkan produktivitas mereka dalam kegiatan serta aktivitas sehari-hari.³

Organisasi atau perusahaan tidak akan mendapatkan sesuatu yang lebih baik jika relasi dengan publiknya terganggu, jika hal semacam ini terus dibiarkan tentu pasti sebuah perusahaan akan mengalami kerugian dari berbagai aspek. Sebaliknya, jika perusahaan tersebut dapat menempatkan diri di hadapan publik sebagaimana yang diharapkan, maka banyak kesempatan yang dapat diambil untuk kelangsungan dan kemajuan perusahaan tersebut. Dengan demikian bahwa relasi itu sangatlah penting terhadap sebuah perusahaan dalam membangun hubungan baik secara internal maupun eksternal perusahaan termasuk di dalamnya menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah setempat.

Selain itu perusahaan harus aktif dalam menjalim kerjasama dengan berbagai kalangan termasuk di dalamnya menjalin hubungan baik yang harmonis dengan pemerintah karena pada dasarnya pemerintah yang mengeluarkan peraturan yang harus dipatuhi oleh sebuah perusahaan. Berbagai peraturan yang dikeluarkan pemerintah merupakan salah satu bentuk kebijakan publik dan tentu saja dengan kebijakan publik tersebut diharapkan tidak akan merugikan perusahaan tersebut secara keseluruhan, sebagaimana yang dikemukakan dalam definisi *public affairs* yang bertugas untuk mempengaruhi dan mempengaruhi kebijakan publik yang dapat mendukung tujuan perusahaan.⁴

³Yantos, *Dasar-Dasar Governmen Relations* (PT Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2016), 2.

⁴ *Ibid*, 5.

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.

Pada dasarnya perusahaan memiliki bagian khusus yang bertugas untuk mengendalikan kualitas input maupun output sebuah perusahaan, biasanya bagian ini bersifat independen pada bagian-bagian lainnya yang mana mereka memiliki tanggung jawab dalam memastikan bahwa apa yang dihasilkan sebuah perusahaan baik itu produk maupun reputasi mereka dapat mengangkat dan menaikkan kualitas perusahaan tersebut di mata publik.

Agar sebuah perusahaan dapat bertahan dan dipercaya disaat maraknya perusahaan sejenis di tengah-tengah masyarakat, maka dari itu diperlukan adanya upaya khusus dalam menangani semacam hal tersebut seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan membentuk citra agar dapat membentuk opini di tengah-tengah masyarakat serta menambah kepercayaan publik terhadap produk yang dihasilkan maupun perusahaan itu sendiri. Apalagi pada saat ini perusahaan sangat menghindari isu-isu yang dapat merugikan perusahaan karena publik sekarang ini semakin kritis dalam menghadapi perubahan iklim global, maka dari itu banyak perusahaan yang serius dan menganggap perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan yang negatif terhadap anggapan publik.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra sebuah perusahaan atau lembaga di penilaian publik dibutuhkan adanya penelitian sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap sebuah perusahaan. Melalui penelitian, perusahaan dapat mengetahui sikap publik terhadap lembaganya, serta mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya sehingga informasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik perusahaan di benak publik.⁵ Selain itu citra juga akan mudah dikenal oleh masyarakat jika diiringi dengan sebuah *brand* oleh perusahaan tersebut yang mana secara otomatis tak hanya menjadi sebuah merek tapi juga identitas yang ditanamkan kepada khalayak ramai akan dengan mudah diingat dan akan menjadi bagian dari

⁵Sholeh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2015), 116.

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

nama produk yang mereka kenali, sehingga memudahkan mereka dalam memilih kebutuhan yang mereka cari tanpa harus menghiraukan produk sejenis dari produksi yang lainnya.

Public Relations juga harus mampu melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, aktivitas promosi yang dilakukan secara besar-besaran harus juga didukung oleh kegiatan *public relations* yang tepat sasaran dan berkelanjutan. Hal ini karena peran dominan *public relations* dalam membentuk citra dan reputasi suatu organisasi ataupun perusahaan.⁶

Tidak semua *public relations* menyadari tentang pentingnya peranan *government relations* dalam dunia usaha saat ini. Akibatnya, banyak *public relations* yang tidak dapat memanfaatkan *government relations* secara maksimal, bahkan *government relations* tidak dijadikan sebagai pedoman utama perusahaan dalam tolak ukur keberhasilan karna pada dasarnya perusahaan hanya mencari keuntungan semata. Oleh sebab itu seorang *public relation* harus teliti dan penuh perhitungan dalam melihat peluang demi keberlangsungan sebuah perusahaan.

Pada saat ini, perusahaan juga dituntut harus mampu menjaga nama baik dan citra perusahaan terutama bagi pemerintah dan *stakeholder* yang menjadi sasaran dunia bisnis agar mudah dikenal khalayak ramai. Dengan strategi *government relation* yang tepat diharapkan mampu mengangkat serta memberi nilai lebih terhadap perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, selain itu *government relations* juga akan menjadi senjata alternatif untuk membentuk citra positif bagi perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik meneliti tentang strategi perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pemerintah maupun *stakeholder* sehingga kinerja dan produktivitas perusahaan dapat berjalan dengan maksimal. Maka penulis melakukan penelitian dengan judul : “**Strategi PT.**

⁶ Kadek Dwi Cahaya Putra, “Strategi Public Relations Parawisata Bali” ,Jurnal *Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, No. 1, 2008, 44 .

Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui *Government Relations*”.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya keraguan dalam penafsiran istilah atau kata-kata pada judul penelitian ini, maka penulis perlu menjelaskan istilah-istilah tersebut agar dapat menjadi pedoman dalam penulisan selanjutnya.

1. Strategi

Strategi merupakan penetapan sasaran sebuah organisasi atau perusahaan dengan mengingat kekuatan internal dan eksternal serta merumuskan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat agar tujuan suatu organisasi dapat tercapai.⁷

2. *Government Relations*

Government Relations adalah komunikasi dua arah secara timbal balik yang dilakukan suatu organisasi dengan instansi pemerintah dalam rangka membina kerja sama yang akrab demi kepentingan yang di landasi asas saling pengertian dan saling mempercayai.⁸

3. Citra

Serangkaian kepercayaan yang diperoleh dari hasil perencanaan dan strategi tertentu yang dihubungkan dengan sebuah gambaran dan penilaian khalayak yang dimiliki atau yang diperoleh dari pengalaman(Huddleston).⁹

4. Perusahaan PT Kunango Jantan Pekanbaru

Kunango Jantan Beton (KJ Beton) berlokasi dan alamat pabrik di Jl. Raya Pekanbaru–Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, RIAU - Indonesia.¹⁰ merupakan industri beton precast yang memproduksi berbagai macam produk precast. Produk dari PT Kunango Jantan beton sudah menyebar seluruh Penjuru. Dari tiang Listrik sampai Proyek

⁷ Stainer George A dan Miner Jhon B, *Kebijakan strategi manajemen* (Erlangga: Jakarta, 1997), 18

⁸ Yantos, *Dasar-Dasar government relations*, 29.

⁹ Gassing Syarifuddin S, *Public Relations* (C.V Andi Offset: Yogyakarta, 2016),156.

¹⁰ <https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html>

Diakses pada 20 Januari 2020

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.

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

Konstruksi. Mitra kerja PT Kunango Jantan beton selain dengan PT. PLN Juga telah mensuplai kebutuhan berbagai proyek konstruksi PT milik BUMN. PT. HKI misalnya, sebagai pelaksana jalan Tol Pekanbaru Dumai. Adapun produk yang disuplai adalah tiang spun pile, box culvert, u-ditch, RCP dan lain sebagainya.¹¹

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang diteliti, yaitu bagaimana strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru dalam meningkatkan citra perusahaan melalui *government relations* ?

D. Tujuan dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi PT Kunango Jantan Pekanbaru dalam meningkatkan citra perusahaan melalui *government relations*.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang *public relations* dalam konsep *government relations* dalam meningkatkan citra perusahaan.
2. Bagi peneliti lain juga dapat bermanfaat sebagai referensi dalam meleakukan penelitian di bidang ilmu komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai informasi bagi pimpinan dan Manager PT Kunango Jantan Pekanbaru. Dan juga khususnya bagi pihak-pihak dalam dunia *government relations* yang ada di beberapa perusahaan komersial.
2. Dapat memberikan hasil atau kontribusi dalam aplikasi praktisi dari pemahaman teoritis serta untuk meningkatkan dan mengembangkan

¹¹<https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html>

kwalitas juga menghasilkan strategi *government relations* yang lebih baik dan dapat meningkatkan citra perusahaan.

3. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E.Sistematika Penulisan

Agar mengetahui secara jelas keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat ditulis susunan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang Latar Belakang, Alasan Pemilihan Judul, Penegasan istilah, Rumusan masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Berisikan tentang Kajian Teori, Kajian Terdahulu, Kerangka Pikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini berupa Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Penelitian, Validitas Data, Teknik Analisa Data

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Berisikan tentang gambaran umum PT. Kunango Jantan Pekanbaru, meliputi Sejarah, Produk, Struktur Organisasi, Visi dan Misi dan Wilayah Jangkauan Citra Government Relations PT. kunango Jantan Pekanbaru.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang hasil penelitian yang ditemukan dilapangan lalu kemudian dibahas untuk dirumuskan

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah diteliti, dalam hal tersebut peneliti juga memberikan saran dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DOKUMENTASI

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori

1. *Public Relations* (PR)

Banyak definisi *public relations* yang dingkapkan oleh para pakar karena pada dasarnya mereka mehamami hal tersebut berdasarkan sudut pandang masing-masing dan pengetahuan yang mereka ketahui, namun pada dasarnya semuanya sepakat akan input dasar pehaman terhadap apa yang kita maksudkan tersebut. Menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR), *publik relations* diartikan sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan niat baik atau (*goodwill*) dan sikap-sikap saling pengertian secara timbal balik antara suatu organosasi dan perusahaan dengan segenap khalayak.¹²

Karena dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan seorang PR mengambil peran penting dalam disiplin ilmu komunikasi. Praktik PR pada dasarnya merupakan disiplin ilmu yang memelihara reputasi dan citra dengan memperikan pehaman kepada public, pendukung dan memengaruhi perilaku serta opini publik. Sementara itu , makna *public relations* dalam kata *public relations* memiliki banyak makna yang homogen dan lebih cenderung spesifik.PR sendiri dapat diartikan sebagai bagian kelompok mesyarakat yang memiliki minat, perhatian dan kepentingan yang sama terhadap suatu objek, institusi, organisasi atau lembaga tertentu sehingga memiliki kepentingan khusus. Keterkaitan antara institusi dengan yang terlibat dan elemen-elemen tertentu, maik secara individual maupun kolektif menjadi perhatian dalam *public relations*. Keterkaitan antara organisasi dengan publik dapat menyangkut hubungan kedekatan psikologis, emosional dan hubungan kedekatan tempa, kepentingan ekonomi, bisnis dan sebagainya.¹³

¹² Frank Jefkins, *Public Relations*(Jakarta : Erlangga,2004), 9.

¹³ Syarifuddin S dan Suryanto, *Public relations*, (CV Andi Offset: Yogyakarta, 2016). 4.

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.

Strategi *public relations* adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan dalam kerangka suatu rencana *public relations*. Tujuan *public relations* untuk menegakan dan mengembangkan citra menguntungkan (*favorable image*) bagi suatu organisasi / lembaga. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan *public relations* diarahkan pada upaya menggarap persepsi para stakeholders, tempat berakarnya sikap mereka. Jika penggarapannya berhasil, akan diperoleh sikap menguntungkan. Jika sikap ini ditunjukkan, ia menjadi opini yang menguntungkan. Opini yang menguntungkan pada gilirannya akan membentuk citra yang menguntungkan.¹⁴

Selain itu, seorang *public relations* juga harus mampu membuat perencanaan kedepannya serta mengevaluasi program kerja yang telah dijalankan perusahaan agar dalam mengambil sebuah keputusan bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karenanya sangat dibutuhkan seorang PR yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada semua pihak agar dapat menjaga hubungan baik dan berkelanjutan kedepannya.

Untuk mencapai *objective* dengan melakukan strategi *government relations*, beberapa ahli mengemukakan terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan, yakni melalui *direct lobbying*, *grassroot lobbying*, *electoral activities*, *litigation communication*, dan juga melalui aktivitas protokol. Bahwa dalam melakukan strategi *government relations* terhadap KKIP dalam penunjukan *lead integrator* alutsista matralaut, pada tahun 2012 PT PAL Indonesia (Persero) melakukan tiga taktik berikut : (1) *directlobbying* (2) audiensi dan (3) *special events*.¹⁵ Selain ketiga hal tersebut, yang harus diperhatikan adalah keterlibatan media mempublikasikan kegiatan dalam rangka promosi atau menyebarkan informasi untuk meningkatkan nilai jual dan meningkatkan citra yang positif terhadap kedua belah pihak.

¹⁴Pudji Utomo, "Strategi *Public Relations* Dalam Pelayanan Informasi", Jurnal Komunikologi, Vol. 2 No. 1, 2005, 40.

¹⁵ Arni Prabawati, "Strategi *Government Relations* PT PAL Indonesia (Persero) Untuk Mempengaruhi Komite Kebijakan Industri Pertahanan Dalam Penunjukan *LEAD Integrator* Alutsista Matra Laut Pada Tahun 2012"

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.

Seorang PR juga harus piawai dalam mengendalikan diri dalam berbagai situasi, bersikap tenang dan tidak gegabah dalam mengambil tindakan yang dibutuhkan. Aktivitas *public relations* sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two ways communications*) antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan tertentu. Peranan pokok *public relations* atau humas jika dibandingkan dengan bidang profesi kewartawanan mempunyai perbedaan dalam menjalankan fungsi dan tugasnya.¹⁶

Komunikasi yang efektif merupakan aspek yang penting dimiliki oleh seorang PR. Dengan begitu hubungan dengan masyarakat internal dan eksternal hanya dapat dibina melalui komunikasi yang baik oleh kedua belah pihak, jika komunikasi tidak berjalan dengan lancar, maka kesalahan persepsi akan terjadi. Agar strategi komunikasi berjalan dengan lancar, maka pada praktiknya dibutuhkan seseorang yang dinamakan *public relation*. PR tidak memiliki tujuan lain kecuali mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.¹⁷

Komunikasi nonverbal berlangsung bukan hanya melalui kata dan kalimat secara lisan (verbal). Hubungan manusia ini juga mengenal komunikasi nonverbal, misalnya melalui tindakan, ekspresi wajah, tulisan dan gambar. Bentuk-bentuk ini dikenal sebagai lambing yang memiliki makna. Bentuk lambing ini juga menekankan makna yang tersirat dari komunikasi secara verbal.¹⁸

Secara structural, *public relations* merupakan bagian bagian integral dari suatu organisasi/lembaga. Artinya PR merupakan salah satu fungsi manajemen modern yang bersifat melekat pada manajemen perusahaan. Yang memiliki arti bahwa bagaimana *public relations* dapat berperan dalam melakukan peran komunikasi timbal balik (*two way communication*) dengan tujuan timbulnya saling pengertian, saling menghargai, saling mempercayai menciptakan *good will*,

¹⁶Redianto Sinaga, Suwardi Lubis, Dayana, "Media Rerations Strategi Government Of North Tapanuli Regency To Improve Positive Image Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara Untuk Meningkatkan Citra Positif", Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan Government, Vol. 4 No. 3 , 2018, 7.

¹⁷Rosady Ruslan, Kiat dan Kampanye Public Relations, 54.

¹⁸Syarifuddin S dan Suryanto, *Public relations*, 126.

memperoleh dukungan public dan sebagainya demi terciptanya citra yang positif bagi suatu lembaga/perusahaan.¹⁹

Maka dari beberapa uraian diatas sudah jelas bahwa seorang praktisi PR memiliki pekerjaan yang sangat kompleks dan mempunyai tanggung jawab ekstra, dikarenakan posisi yang sangat sentral dalam sebuah perusahaan dalam menjalankan tugasnya serta roda yang saling besinergi untuk menyeimbang informasi yang masuk maupun informasi keluar. *public relations officer* (PRO) merupakan suatu kepala atau pemimpin dalam bidang hubungan masyarakat, oleh karena *publik relations officer* merupakan suatu pemimpin dalam bidang hubungan masyarakat, maka harus memenuhi syarat sebagai berikut yakni mempunyai kemampuan untuk kepemimpinan dan mempunyai kemampuan untuk memimpin, PRO sebagai pemimpin mempunyai kelebihan dalam rohaniah dan batiniah.²⁰

Dalam menyusun sebuah strategi selalu dimulai dengan tujuan visi dan misi sebuah organisasi, karena pada dasarnya strategi memiliki cakupan arti yang cukup luas namun pada dasarnya strategi pada sebuah perusahaan hanya digunakan sesuai situasi dan kondisi tertentu. Selain itu dalam membuat sebuah rancangan strategi melibatkan banyak komponen dalam sebuah organisasi mulai dari pimpinan hingga bawahan agar dapat berjalan dengan maksimal.

2. *Government Relations*

a. *Konsep Government Relations*

Kebijaksanaan mengharuskan adanya usaha mendengarkan masyarakat organisasi secara sistematis melalui penelitian ilmiah. Namun banyak organisasi yang gagal dalam memakai alat hubungan masyarakat ini secara penuh, pada beberapa organisasi komunikasi dua arah dipandang sebagai bantahan terorganisasi dan ancaman potensial ketimbang sebagai alat yang perlu ada dalam manajemen modern. Mungkin juga mendengar secara sistematis untuk memperoleh umpan balik yang dapat dipercaya bersifat terbatas karena untuk itu

¹⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunika*s, 37.

²⁰ Agnes Datuela, "Strategi *Public Relations* PT. Telkomsel Branch Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan", Jurnal "Acta Diurna" Vol. II No. I, 2013, 4.

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

dibutuhkan usaha dan keahlian. Tetapi jumlah masukan informasi menentukan taraf organisasi untuk beroperasi sebagai sistem terbuka ketimbang ssitem tertutup dalam menghadapi masalah.²¹

Dalam ruang lingkup *government relations* sendiri tidak terlepas yang namanya peran dari seorang PR (*public relations*), karena seorang PR yang handal sangat dibutuhkan dalam proses lobby dan negosiasi dalam hal menyangkut kepentingan internal perusahaan maupun kepentingan eksternal perusahaan. Setidaknya ada empat tantangan dalam praktik *government public relations* (Humas Pemerintah) sebagai akibat dari implementasi otonomi daerah, yaitu sumber daya manusia (SDM), kelembagaan humas, infrastruktur pendukung kinerja dan sinergitas antar pemerintah serta satuan kerja.

Pertama berkaitan dengan SDM, otonomi daerah mengancam kualitas dan kuantitas SDM Humas. Paska likuidasi Departemen Penerangan, otomatis tidak ada lagi petugas sebagai corong pemerintah di seluruh daerah di Indonesia.²² Dengan demikian, pembangunan pada dasarnya mengubah masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern dalam hal pengolahan kebutuhan sehari-hari, pembangunan juga bertujuan untuk bagaimana mengubah masyarakat dengan cara mengubah konsep ekonomi mereka. Pada umumnya teori pembangunan disebut dengan developmentalis yang biasa dikenal dengan ekonomi klasik.²³ Dalam kegiatan *government relation* sangat diperlukan orang yang pandai berkomunikasi dengan baik, kerana melalui komunikasi dapat membuat dirinya untuk tidak terasing atau terisolasi dengan lingkungan disekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengetahui dan mempelajari mengenai dirinya senddiri, orang lain dan lingkungannya, dengan melakukan kumunikasi yang baik seseorang

²¹ Cutlip Scott M, Center Allen H, Broom Glen M. *Effective Public relations*. (PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005,)

²² Aizirman Djuan, "Praktek Government Public Relations Paska Otonomi Daerah (Sebuah Tinjauan dengan Kasus Penyuluh KB Sebagai Government Public Relations Bidang KB)", *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* Vol. 16 No. 1, 2012, 66.

²³ Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*, (PT RajaGrafindo Persada: Jakarta), 2011. 4.

dapat menjalin kerjasama dengan baik dan mengatasi permasalahan yang dihadapinya.²⁴

Government relations adalah suatu hubungan yang dibangun perusahaan dengan pemerintah untuk tujuan agar terjalannya kerjasama yang erat, hubungannya dengan pemerintah yang erat hubungannya dengan lembaga legislative untuk mencapai kesepakatan dalam hal kemaslahatan dan keuntungan untuk kedua belah pihak yang sesuai dengan peraturan pemerintah. Dimana dalam hal ini, PR memerlukan keahlian khusus untuk mencapai hasil positif yang dapat diterima oleh publik melalui perencanaan pemerintah. Adapun hal yang sangat mempengaruhi bagi perusahaan dalam dunia usaha adalah seperti 1) izin mendirikan perusahaan, 2) Perluasan perusahaan, 3) Soal import, 4) Soal Ekspor, 5) Kredit, 6) Buruh, 7) Mendatangkan/mengirim ahli-ahli keluar negeri, 8) Distribusi, 9) Harga, 10) Pengangkutan.²⁵

Dalam pelaksanaannya PR yang mendukung tujuan pemasaran disebut MPR terdiri dari publikasi, *events*, berita, dan kegiatan sosial. Sebaik apapun pihak perusahaan berusaha untuk menciptakan citra yang baik kepada pelanggannya, bila tidak didukung oleh keramahtamahan dan kepedulian karyawan terhadap pelanggan tidak akan mengubah persepsi pelanggan terhadap perusahaan tersebut.²⁶ hal lain yang harus diperhatikan adalah seorang praktisi PR harus mampu beradaptasi dengan lingkungan internal dan eksternal perusahaan dan bisa mengatasi perubahan tersebut.

b. Fungsi *Government Relations*

Selain membangun hubungan dengan pemerintah tugas seorang PR harus mampu membangun hubungan stakeholders baik internal maupun eksternal. Hal ini bertujuan agar perusahaan bisa tetap bekerja secara efisien dan terjaga produktifitasnya, karena pada dasarnya keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan tergantung pada bagaimana mereka menjalin relasi dan hubungan dengan suatu sistem yang terlibat didalam perusahaan tersebut. Dalam istilah

²⁴ *Ibid*, 20.

²⁵ Bonar.S.K, *Hubungan Masyarakat Modern* (PT Rineka Cipta: Jakarta,1993), 65.

²⁶ M. Agus Prayudi, "Peranan Public Relations Dalam Bisnis Hospitality", *Jurnal Psiohumaniora* vol.3 No. 3,2012, 4.

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.

komunikasi bagaimana mereka berkomunikasi menmendapatkan umpat balik atau tanggapan atas apa yang mereka wacanakan dapat berjalan sebagaimana yang mereka inginkan dan selalu mengevaluasi kinerja anggota agar perusahaan tersebut dapat berjalan dengan maksimal dalam rangka untuk kemajuan kedepannya, oleh sebab itu perusahaan diharapkan harus mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk mendapatkan hasil yang terbaik demi kelangsungan kinerja perusahaan tersebut.²⁷

Proses negosiasi bukanlah proses sesaat kemudian dapat dengan segera diperoleh hasilnya dan Penyelenggaraan pemerintah menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi dikenal sebagai *electronic government* atau *E-government*.²⁸ Oleh karena itu negosiasi merupakan suatu proses yang berlangsung secara continua tau terus-menerus hingga tercapai suatu kesepakatan bagi kedua belah pihak. Persiapan yang baik sebelum bernegosiasi merupakan salah satu kunci sukses bernegosiasi. Menurut casse, proses bernegosiasi ada tiga tahapan penting yaitu:²⁹

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan negosiasi membutuhkan tiga tugas utama, yaitu merencanakan sasaran negosiasi dan memperjelas proses negosiasi. Sasaran negosiasi adalah hasil yang diharapkan dalam negosiasi

2. Tahap implementasi

Tahap implementasi merupakan tahapan peranan atau tindakan yang diperlukan agar tercapainya kesuksesan dalam bernegosias.negosiasi memiliki beberapa komponen penting, antara lain :

- a. Taktik acara anda
- b. Taktik bekerja sama
- c. Taktik tidak bertindak apa-apa
- d. Taktik melangkah ketujuan lain

3. Tahap Peninjauan Negosiasi

²⁷ <http://pakarkomunikasi.com/hambatan-hambatan-kumunikasi> diakses 26 mei 2020

²⁸ Rino Adibowo, Sylvia Octa Putri, "Penerapan E-Govermant Dalam Paradiplomasi Pemerintah Kota Bandung", *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* Vol 6 No. 2, 2016, 91.

²⁹ Yantos, *Dasar-Dasar Governmen*, 67.

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

Tahapan ini merupakan tahapan setelah berlangsungnya suatu proses negosiasi, ada beberapa alasan penting mengapa tahap peninjauan negosiasi perlu dilakukan, tujuannya adalah untuk memeriksa apakah dalam negosiasi yang telah dilaksanakan anda telah mencapai tujuan anda.

Corporate Communicatioans melalui praktisi PR dalam hal ini bertugas untuk menjadi konsultan, memecahkan, menasehati pemerintah dalam masalah-masalah tertentu. *Government relation* mendukung klien sebelum mengambil keputusan utama dalam perintah sehari-hari. Agar tujuannya berhasil diperlukan 2 strategi utama :³⁰

Offens

Dalam hal ini, *public relations* memiliki tugas untuk *move the decimal point* dimana seorang PR harus membagi bagian fraksional dari suatu kegiatan pemerintah. Ini mungkin melibatkan penyusutan jadwal yang lebih pendek dalam kode pajak atau memperluas definisi untuk menyertakan teknologi baru yang akan memenuhi syarat untuk memenuhi dana pemerintah.

2. Defense

Bekerja dengan koalisi di sector swasta dan pejabat pemerintah untuk memblokir peraturan pemerintah yang berdampak negative terhadap korporasi. Hal ini mungkin termasuk ketentuan –ketentuan dalam kesehatan, reformasi peraturan atau undang-undang iklim yang mempunyai efek negative atau berdampak ketidak seimbangan pada korporasi.

Dari penjelasan diatas maka kita dapat mengambil poin-poin penting dalam kegiatan *government relation* yang mana didalamnya mengandung unsur-unsur penting yang patut kita perhatikan dalam kegiatan korporasi, Pengembangan *e-government* untuk sarana penyelenggaraan fungsi pemerintahan dan layanan publik artinya menyelenggarakan roda pemerintahan dengan bantuan (memanfaatkan) teknologi informasi dan komunikasi.³¹

³⁰ *Ibid* . 79.

³¹ Fitri Wahyuni, Angraini, “ Evaluasi Penerapan E-Goverment Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Propinsi Riau Menggunakan Pendekatan Metode PEGI”, Jurnal *Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 1, No. 1, 2015, 31.

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.

Walaupun dalam penerapannya tak semudah yang dibayangkan namun keberhasilan dalam proses penerapan kebijakan perusahaan dibutuhkan kerja sama yang sangat kompak dari berbagai elemen perusahaan agar perusahaan tersebut dapat bersaing secara kompetitif. *Government relations* juga dibutuhkan oleh masyarakat karena sebagian masyarakat menggantungkan hidupnya disekitaran perusahaan dalam mencari peruntungan, karena pada dasarnya perusahaan yang sehat secara tidak langsung akan berdampak pada sejahteranya masyarakat disekitarnya.

Terdapat suatu peningkatan pengenalan atas begian eksekutif bisnis mengenai pentingnya pengembangan suatu kerja sama yang efektif dengan pemerintah. Pendekatan ini menyaran agar sebagai mitra pemerintah dan bisnis mempunyai tujuan dasar yang sama, dan agar masing-masing berusaha membentuk suatu penengertian yang jelas mengenai peranannya. Dengan keberanian menghadapi peranan itu tetapi tetap mempertahankan pandangan yang konstruktif, baik baik pemerintah mauoun bisnis menjadi bagian dari pemecahan permasalahan yang muncul ditengah-tengah masyrakat³²

Pada dasarnya, organisasi atau perusahaan juga harus peduli terhadap ide-ide peraturan perundang-undangan di kemudian hari dan berusaha untuk mempengaruhi undang undang tersebut sekaligus merencanakan strategi masa depannya sendiri.³³ Karena pada dasarnya sebuah undang-undang atau peraturan pemerintah yang dikeluarkan akan mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut baik menyangkut jumlah produksi, ekspor dan impor maupun regulasi lainnya akan dirasakan oleh perusahaan itu sendiri baik secara langsung maupun dikemudian hari.

3. Citra

Citra adalah buah hasil yang telah dicapai untuk digunakan dalam peningkatan nama baik sebuah perusahaan. Dalam kegiannya sebuah organisasi atau perusahaan sangat membutuhkan yang namanya citra agar dapat memacu

³² Frazier Moore. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. (PT Rosdakarya : Bandung, 2005), 470.

³³ Make Beard, *Manajemen Departemen Public Relations*, (Erlangga: Jakarta), 2001. 12.

kerja perusahaan tersebut. Citra yang terbentuk dari suatu kelompok masyarakat akan membuka peluang peningkatan loyalitas kelompok tersebut terhadap suatu merek. Penentuan strategi pemasaran yang tepat untuk target kelompok tujuan akan meningkatkan keberhasilan tercapainya tujuan perusahaan.³⁴

Citra perusahaan (*corporate image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap perusahaan dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap perusahaan (Pradipta, 2012). Kesan-kesan yang terkait perusahaan akan semakin meningkat dengan semakin banyaknya pengalaman nasabah dalam bekerjasama disuatu perusahaan atau dengan semakin seringnya mendengar perusahaan tersebut dalam strategi komunikasi.³⁵

Dengan citra yang baik perusahaan dapat dengan mudah memperoleh perhatian dan simpati dari masyarakat dan hal tersebut tentu sangat menguntungkan terhadap perusahaan secara keseluruhan, Citra tidak dapat diciptakan layaknya sebuah barang atau jasa, namun melalui proses dalam mempertahankan dan meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasa.³⁶ Dalam membentuk citra banyak hal yang dilakukan serta cara tertentu oleh perusahaan, salah satunya ialah dengan melalui iklan, kegiatan sosial, bekerjasama dengan pihak lain dan sebagainya hal ini bertujuan agar public mendapatkan pemahaman dan pengertian terhadap perusahaan ataupun produk yang dihasilkan. Tentunya sisi lain dalam membentuk citra bukanlah hal mudah sebab dibutuhkan biaya dan waktu dalam pelaksanaan selain itu membutuhkan kesabaran juga.

Dalam kegiatan sehari-hari banyak kita temukan baik itu individu maupun kelompok sibuk dengan pembentukan citra mereka masing-masing. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima

³⁴ Abdillah ,”Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi”, Jurnal *Epidemica*, Vol. 1 No. 1 2017, 7.

³⁵ Luh Ayu Mulyaningsih, I Gst Agung Ketut Gede Suasana, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1, 2016, 9.

³⁶ Garnis Anggi Saktiani, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mount”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 4, No. 2 2015, 343.

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

seorang komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.³⁷

Oleh karena itu, pada saat sekarang ini para personelnnya kini jauh lebih menuntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami suatu pesan yang disampaikan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga yang mewakilinya sehingga mencerminkan nilai jual perusahaan kepada khalayak ramai yang mendatangkan keuntungan dan memikat perhatian konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam putaran ekonomi. Ada beberapa jenis citra menurut Frank Jenkins, antara lain yaitu :³⁸

a. Citra bayangan (*mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi yang mana biasanya melekat pada pimpinan organisasi terkait pandangan orang lain tentang organisasinya.

b. Citra yang berlaku (*current image*)

Citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai organisasi. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang berlaku tidak selamanya sesuai kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengetahuan atau pengetahuan orang-orang luar hal bersangkutan biasanya tidak memadai.

c. Citra diharapkan (*wish image*)

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini pada dasarnya tidak sesuai dengan citra yang sebenarnya, biasanya citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan dari citra yang ada walaupun dalam kondisi tertentu citra yang terlalu baik dapat merepotkan.

d. Citra perusahaan (*corporate image*)

³⁷ MD. Rahadhini, "Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 10, No. 1, 2010, 13.

³⁸ Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*, (Bumi Aksar: Jakarta, 2001), 59.

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.

Yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra yang terbentuk dari keseluruhan organisasi atau perusahaan secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja.

c. Citra majemuk (*multiplate image*)

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banya unit dan pegawai. Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki pengarai dan karakter tersendiri sehingga secara sengaja atau tidak ssengaja tentu pasti memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

d. Citra penampilan (*performance image*)

Citra penampilan ini lebih ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana penampilan dari para professional dalm bekerja dan menampilkan keahlian dibidang masing-masing.

Pada dasarnya citra yang terbentuk akibat dari rangsangan bagaimana kapasitas sebuah perusahaan yang diberikan oleh perusahaan kepada publik merupakan proses yang sengaja dibentuk demi kepentingan perusahaan dan tujuan perusahaan dari awal agar mereka mereka mudah diterima oleh masyarakat, dan oleh sebab itu maka sering sekali citra didefinisikan sebagai kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan. Yaitu kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi dengan denikian maka citra itu sengaja diciptakan agar bernilai positif.³⁹

Pada dasarnya dalam pembentukan citra sanagatlah berkaitan erat dengan tujuan perusahaan. Citra yang dibentuk harus sesuai dengan visi dan misi perusahaan dikarenakan dalam membentuk citra juga sarasi dengan ciri khas yang ditampilkan oleh perusahaan karena pada dasarnya setiap perusahaan memiliki ciri khas yang berbeda walaupun prodok dan jasa yang dihasilkan sama.

Dengan citra yang kuat dan image yang mudah tertanam dibenak masyarakat tentu produ yang mereka hasilkan medah laris dipasara, citra merek dapat diukur melalui kekuatan asosiasi merek, keuntungan asosiasi merek,

³⁹ Gita Aprilia, "Strategi Ciber Public Relations Dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi swasta", *jurnal The Massenger*, vol. 6 no. 1 ,2014, 3-4 .

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.

keunikan asosiasi merek.⁴⁰ Suatu merek yang memiliki asosiasi yang saling berhubungan akan menimbulkan suatu rangkaian yang disebut citra merek bagaimana mereka dalam mengolah pesan dan tujuan perusahaan tersebut bisa sampai kepublik, karena jika public sudah paham dan timbulnya penertian terhadap produk yang di produksi oleh perusahaan maka mereka cenderung lebih loyal terhadap produk tersebut.

Dalam beberapa kasus banyak perusahaan berlomba-lomba dalam menaikkan citra dan reputasi perusahaan demi mencapai target yang di inginkan sehingga tak sedikit dana yang mereka gelontorkan demi menarik perhatian konsumen, mulai dari bermacam iklan di berbagai media baik itu masa maupun cetak juga bekerja sama dengan bintang iklan ambassador demi medongkrak popularitas mereka di dunia bisnis.

Dikarenakan maraknya persaingan dunia bisnis dalam membentuk citra berikut factor pembentuk citra :⁴¹

a. Identitas Fisik

Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenalan visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenalan visual misalnya nama yang melekat, logo, gedung dan lobi sebuah kantor. Pengenalan audio misalnya sebuah organisasi misalnya sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang mencerminkan corak organisasi. Pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnuya berupa company profile, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Beragam pengenalan tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi dan misi.

b. Identitas nonvisik

Identitas nonvisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak bisa dilihat dengan mata telanjang. Misalnya, sejarah, filosofi, budaya didalam organisasi sistem punish and reward, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai-nilai kemanusiaan yang ditanamkan dan sebagainya.

⁴⁰ Indra Wijayanto, Sri Setyo Iriani, "Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 1 No. 32013, 913.

⁴¹ Syarifuddin S dan Suryanto, *Public relations*, 157.

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.

A Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Selain identitas, citra sebuah organisasi juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang, baik barang atau jasa, mencerminkan kualitas manajemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi tentu semakin baik pula. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi tentuharus memaksimalkan pelayanannya, bentuk “pelayanan bintang lima” tentunya akan sangat terkesan dimata konsumen. Dengan mmemaksimalkan pelayanan merupakan salah satu bentuk PR yang ideal.

B Aktivitas dan Pola Hubungan

Jika sebuah organisasi sudah memiliki produk dengan mutu yang terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentuharus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya diluar organisasi mencerminkan citra organisasi secara horizontal, dan memberikan respons jujur dan memperlihatkan tanggung jawab adalah pola dasar yang diterapkan organisasi dalam membentuk persepsi.

Citra perusahaan merupakan akumulasi dari berbagai dimensi citra, yaitu citra produk, Citra Sumber daya Manusia (SDM), *financial performance*, penguasaan pangsa pasar (*market share*) dan juga *corporate culture* (budaya perusahaan) yang ada dalam perusahaan.⁴² Maka dari itu tak hanya satu aspek saja yang mempengaruhi terbentuknya citra di sebuah perusahaan namun juga saling keterkaitannya antara yang satu dengan yang lainnya.

B. Kajian Terdahulu

Dalam penulisan ini, ada beberapa judul skripsi dan jurnal mahasiswa atau mahasiswi sebelumnya, yang dalam penulisan ini dijadikan kajian terdahulu, yaitu sebagai berikut :

1. Rifqi Muflih, Dany fakultas ilmu komunikasi, universitas budi luhur dengan judul strategi *government public relations* pusat penerangan TNI dalam mempertahankan reputasi lembaga TNI tahun 2018

⁴² Firzan Nova, *Crisis Public Relations* PT RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2011).300.

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.

Dengan hasil penelitian strategi *Government Public Relations* Pusat Penerangan Tentara Nasional Indonesia (Puspen TNI) dalam mempertahankan reputasi lembaga TNI. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan mewawancarai Kepala Puspen TNI, observasi non partisipan, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Puspen TNI dalam menjaga reputasi TNI, pertama, menjaga kredibilitas dengan cara mengukur objektivitas dan kualitas berita. Strategi kedua dengan memberitakan informasi mengenai internal TNI serta kiprah TNI untuk bangsa dan negara kepada masyarakat melalui media massa dan media sosial. Strategi ketiga, Puspen TNI dalam menyebarkan berita sesuai fakta. Strategi keempat, Puspen TNI memberitakan kinerja TNI kepada publik eksternal dan internal mengenai tanggung jawab kepada negara dan bangsa secara profesional dan proporsional dengan memberikan informasi yang disampaikan langsung melalui website TNI, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan TV humas TNI *Streaming* yang diproduksi oleh internal humas/Puspen TNI serta menjaga hubungan baik media eksternal dengan pemimpin redaksi dan wartawan media massa cetak, elektronik maupun online.⁴³

2. Nur Kholisoh program studi magister ilmu komunikasi universitas mercu buana dengan judul strategi komunikasi *public relations* dan citra positif organisasi (kasus *public relations* rumah sakit “x” di jakarta) tahun 2015

Penelitian ini berisi tentang upaya untuk meningkatkan citra Rumah Sakit, pendekatan hubungan yang harmonis diperlukan untuk membangun hubungan baik dengan publik internal dan eksternal. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif melalui kegiatan FGD. Penelitian ini menemukan bahwa strategi Humas untuk meningkatkan citra Rumah Sakit di depan publik yang diterapkan melalui serangkaian kegiatan internal, seperti acara pertemuan kelembagaan, pertemuan forum diskusi, manajemen intranet-media, bulletin internal serta serangkaian kegiatan eksternal, seperti sponsor, *media gathering*, kunjungan perusahaan, penampilan website perusahaan, pameran, dan seminar.

⁴³ Rifqi Muflih, Dany fakultas ilmu komunikasi, universitas budi luhur ” strategi *government public relations* pusat penerangan TNI dalam mempertahankan reputasi lembaga TNI tahun 2018” *Jurnal Komunikasi Global*, Volume 7, Nomor 2, 2018,2.

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.

Strategi yang dilakukan oleh Rumah Sakit “X” adalah strategi edukatif-informatif, yang ditunjukkan oleh kegiatan Humas Rumah Sakit “X” dalam menyampaikan berita dan informasi kepada masyarakat sesuai dengan fakta yang ada. Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit “X” adalah bentuk komunikasi dua arah dengan memegang prinsip keterbukaan serta memberikan pemahaman untuk meningkatkan citra Rumah Sakit “X” di depan publik internal dan eksternal.⁴⁴

3. Lina Sinatra dan Rini Darmastuti program studi *public relations* universitas Kristen satya wacana, salatiga kajian peran *public relations* dalam meningkatkan citra perguruan tinggi swasta di Jawa Tengah tahun 2008

Dengan hasil penelitian peran *public relations* di perguruan tinggi swasta dengan lebih jelas dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menggali data kualitatif dilakuka dengan fenomenologis yang mengasumsikan dunia sosial dan realitas sebagai proyeksi kesadaran individu, suatu tindakan (*act*) imajinasi kreatif dan intersubjektif yang meragukan. realitas yang dianggap sebagai fenomena objektif yang ada pada 9 perguruan tinggi swasta yang di jadikan objek penelitian diamati dan diukur secara cermat. dari hasil penelitian yang dilakukan dengan metode pengambilan data secara observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumen statistik deskriptif.⁴⁵

Dari ke (3) tiga penelitian yang telah di kemukakan dapat disimpulkan bahwa ke tiga penelitian tersebut cenderung mendalami pokok permasalahan berupa (1) Upaya yang dilakukan institusi TNI dalam mempertahankan reputasi dengan menggunakan beberapa strategi agar memaksimalkan peran TNI dalam masyarakat (2) Upaya untuk meningkatkan citra Rumah Sakit, pendekatan hubungan yang harmonis diperlukan untuk membangun hubungan baik dengan

⁴⁴ Nur Kholisoh program studi magister ilmu komunikasi universitas mercu buana dengan judul strategi ”komunikasi *public relations* dan citra positif organisasi (kasus *public relations* rumah sakit “x” di jakarta) “ *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 13, Nomor 3, September - Desember 2015, halaman 196-209.

⁴⁵ Lina Sinatra dan Rini Darmastuti program studi *public relations* universitas kristen satya wacana, salatiga kajian “peran *public relations* dalam meningkatkan citra perguruan tinggi swasta di Jawa Tengah” *jurnal ilmiah scriptura*, vol. 2, no. 2, juli 2008: 95 – 105.

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.

publik internal dan eksternal (3) Upaya dalam meningkatkan citra perguruan tinggi agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi swasta lainnya. Kesamaan penelitian penulis dengan ke tiga penelitian sebelumnya adalah membahas objek yang sama, yaitu tentang tugas dan ruang lingkup *public relations* dalam membangun hubungan dengan *stakeholder* baik itu secara internal maupun eksternal. Adapun perbedaan penelitian dengan ke enam penelitian sebelumnya adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada sisi strategi yang digunakan perusahaan dalam upaya meningkatkan citra perusahaan melalui *government relations*.

Tahapan Penelitian

Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu Strategi PT Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan melalui *Government Relations*.

Pada penelitian yang penulis lakukan menggunakan teori Larsen dan Willey (2011) yaitu dengan menggunakan 3 (tiga) indikator dalam meningkatkan citra perusahaan melalui *government relations* diantaranya *direct lobbying*, audiensi dan *special events* yang akan jadi focus penelitian kali ini.

Adapun kerangka berfikir penelitian ini dapat dilihat dari berbagai tahapan dibawah ini :

Pertama, menetapkan permasalahan dalam penelitian dengan menentukan judul penelitian yaitu Strategi *Government Relations* PT Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Membentuk Citra Perusahaan.

Kedua, melakukan identifikasi masalah terhadap permasalahan yang muncul berkaitan dengan penelitian ini. Untuk melihat fenomena tersebut, dilakukan survey awal ke lokasi penelitian sekaligus untuk mendapatkan gambaran umum lokasi penelitian.

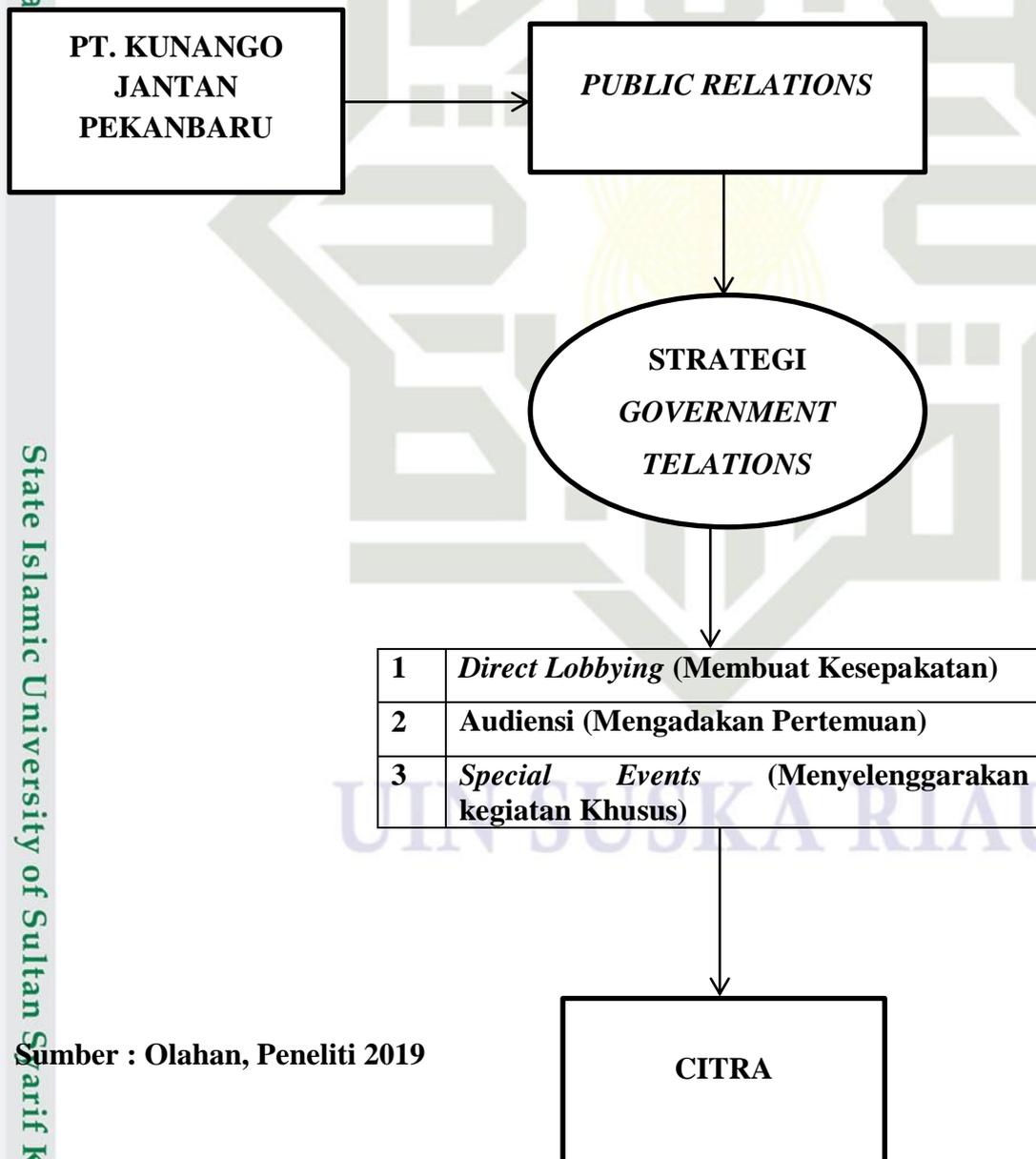
Ketiga, mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi melalui informan penelitian atau responden penelitian. Dalam mengumpulkan data penelitian tentang Strategi *Government Relations* PT

Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan berdasarkan indikator-indikator sebagai berikut :

1. *Direct lobbying*
2. Audiensi
3. *Special Events*

Keempat, menyajikan hasil penelitian dan kemudian dilakukan analisis dengan teknik deskriptif kualitatif

Kelima, tahap ini merupakan tahap akhir penelitian yaitu menarik kesimpulan dan sekaligus memberi saran kepada lokasi penelitian.



Sumber : Olahan, Peneliti 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.

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 III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu data yang diperoleh disajikan apa adanya dan kemudian data tersebut dianalisis tidak dalam bentuk angka. Kemudian data-data tersebut dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.

Dimana penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai dengan menggunakan prosedur *statistic*.⁴⁶ Selain itu data kualitatif juga di tuangkan dalam bentuk kalimat serta uraian-uraian, bahkan dapat berupa cerita pendek⁴⁷.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Jl.Raya Pekanbaru – Bangkinang Km 23. Sedangkan waktu penelitian adalah empat bulan masa penelitian dari bulan Novembar 2019 – Februari 2020

C. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama langsung dari sumber penelitian atau objek penelitian.⁴⁸ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data primer diperoleh dari sumber data, yaitu sumber pertama dimana data tersebut dihasilkan. Data primer diperoleh dari perusahaan PT Kunango Jantan.

⁴⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen PR Dan Madia Komunikasi*, (PT. RajaGrafindo : Jakarta.2003),212.

⁴⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*,(Prenadamedia Grup :Jakarta. 2013),124.

⁴⁸Sungadji Etta Mamang, Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Cv Andi Offset: Yogyakarta,2010), 171.

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.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁴⁹ Yang mana data tersebut dibutuhkan untuk mendukung data primer dalam sebuah penelitian.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah tim *Human Resources Departement* (HRD) PT Kunango Jantan Pekanbaru Jalan Raya Pekanbaru-Bangkinang yang berjumlah 2 (dua) orang adalah mereka yang memiliki kedalaman informasi yaitu satu pimpinan divisi HRD Dodi serta satu orang staf *public officer* yaitu Siti Afsah yang bertanggungjawab terhadap kebijakan yang berhubungan dengan peraturan pemerintah dan *steakholder*. dua orang tersebut oleh peneliti dijadikan sebagai informan untuk mendapatkan data-data atau informasi penting mengenai pembahasan yang terkait dengan judul penelitian.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru dalam meningkatkan citra perusahaan melalui *government relations* yang dilakukan oleh tim Divisi *Human Resources Departement* (HRD).

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap, penulis membutuhkan berbagai teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Observasi

Observasi atau pengamatan data ialah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomene sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan .⁵⁰ Observasi dilakukan di PT Kunango Jantan Pekanbaru Jl.Raya Pekanbaru – Bangkinang Km 23, pengamatan ini dilakukan secara langsung

⁴⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Prenadamedia Group: Depok,2005) ,132.

⁵⁰ Gunawan Imam, *Metode penelitian Kualitatif* (Bumi Aksara :Jakarta,2013), 143.

mengenai strategi *Government Relations* yang dilakukan PT Kunango Jantan Pekanbaru khususnya dalam pembentukan citra perusahaan.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi atau dokumenter yaitu sumber data yang diperoleh dari hal berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambar dan video yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.⁵¹ Dokumentasi yang di dapat berupa data gambar dan artikel yang diambil dari kantor PT. Kunango Jantan Pekanbaru.

3. Wawancara

Wawancara atau interview adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam, teknik wawancara dapat digunakan pada responden yang buta huruf atau tidak bisa membaca dan menulis.⁵²

F. Validitas Data

Validitas data sangat diperlukan dalam sebuah penelitian ilmiah, salah satu yang digunakan dalam menguji validitas data yaitu alat ukur penelitian yang harus dapat mengukur variabel yang dimaksudkan untuk diukur, bukan variable yang lain. Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian data dan pemeriksaan keabsahan data.⁵³

Validitas data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang di luar data itu untuk pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang telah dikumpulkan.⁵⁴ yaitu pada saat penelitian dilakukan pengamatan serta dokumentasi yang berkaitan sehingga dapat diperoleh data yang akurat.

⁵¹ *Ibid.*, 175.

⁵² Kusnaka Adimiharja, *Metode Penelitian Sosial*, (PT Remaja Rosada Karya:Bandung, 2004), 67.

⁵³ Kriantono, Rachmat, *Teknik praktis Riset komunikasi*, (Jakarta: kencana Prenada Media Group, 2006), 11.

⁵⁴ Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004), 330.

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

9. Teknik Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, proses selanjutnya adalah melakukan proses analisis data. Analisis atau penafsiran data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis catatan temuan penelitian melalui pengamatan pemahaman peneliti tentang fokus yang dikaji dan dijadikannya sebagai temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi dan menyajikannya.⁵⁵

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam satu pola, kategori dan uraian dasar. Berfungsi untuk membedakan dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan antara uraian satu dengan yang lainnya.⁵⁶

Pada penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif yaitu usaha untuk mengumpulkan dan menyusun suatu data, kemudian dilakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis deskriptif yakni data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan penelitian metode kualitatif.⁵⁷ Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data dan pengolahan data untuk memberi gambaran penyajian dalam penelitian ini.

⁵⁵ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta :PT RajaGrafindo Persada, 2013) 141.

⁵⁶ Yazid,DKK, *Metode Penelitian* (Pekanbaru: CV Wirta Izani.2009),14.

⁵⁷ Winanrdo Suracman, *Pengantar Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Tarsita,1990), 139

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 PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. Kunango Jantan

PT. Kunango Jantan dirikan berdasarkan Akta Notaris Arry Supratno , SH No. 30 tanggal 09 April 1993, dan telah terjadi perubahan Akta Notaris Edda Damayanti, SH No. 4 tanggal 09 Januari 2001 adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing and trading yang yang awalnya bergerak dalam trading mekanikal elektrik. jumlah karyawan di bagian proses produksi 40 orang ditambah pegawai kantor 8 orang. Sejalan dengan tambah berkembangnya perusahaan, maka PT. Kunango Jantan melakukan pengembangan usaha baik dari lokasi maupun diversifikasi usaha. Pada awalnya perusahaan hanya memproduksi Manufacture Tiang Besi yang beralamat di Jalan By Pass KM 6 Parak Kerakah Padang. Luas areal Pabrik berkisar 3.000 m2 dan mempunyai bangunan pabrik , bangunan kantor serta bangunan mes karyawan.

PT. Kunango Jantan Group merupakan kelompok perusahaan yang fokus dalam penyediaan, pemesanan, dan distribusi material baja dan beton siap pakai untuk industri konstruksi, kelistrikan, dan pertambangan, telekomunikasi dan perhubungan dari tahun ke tahun PT. Kunango Jantan Group berusaha untuk mampu memenuhi kebutuhan pasar dan permintaan yang tinggi akan material baja dan beton. Pada awalnya PT. Kunango Jantan adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing and trading Tiang Besi yang beralamat di Jalan By Pass KM 6 Parak Kerakah Padang.

Produk Tiang Listrik Besi PT. Kunango Jantan Sejalan dengan tambah berkembangnya perusahaan, maka PT. Kunango Jantan melakukan pengembangan usaha baik dari l okasi maupun diversifikasi usaha Dengan pengembangan tersebut PT. Kunango jantan mampu membuka lowongan pekerjaan sehingga membantu mengurangi pengangguran. Dengan mempekerjakan dan mampu memberi gaji sekitar seribu karyawan PT. Kunango

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.

jantan group, Perusahaan saat ini telah membangun pabrik tiang listrik dari beton dan tiang pancang (spun pile) yang berlokasi di Jl. Raya Pekanbaru – Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Riau - Indonesia

Produksi tiang listrik dari beton ini diprioritaskan untuk mendukung program pemerataan jaringan listrik dimana konsumen terbesar dari produksi ini adalah PT. PLN (Persero) se Sumatera. PT Kunango Jantan Group kini telah menjadi salah satu perusahaan manufacture terdepan di sumatera dan mulai merambah kancah Nasional. Adapun, saat ini Kunango Jantan Grup sudah menjalankan enam pabrik yakni pabrik tiang besi, pabrik beton, pabrik konstruksi baja, pabrik pipa, pabrik galvanis, dan pabrik precast. Direktur Utama sekaligus pemilik PT Kunango Jantan Group, bapak H. Asril SH merealisasikan janjinya membangun pabrik galvanis dan pipa pertama di Sumatera. Pembangunan pabrik yang berkapasitas 36 ribu ton/tahun itu mampu dituntaskan dalam satu tahun.

Pada pabrik galvanis, umumnya, material yang diproduksi Kunango Jantan Grup adalah tiang penerangan jalan umum (PJU), tiang listrik, pipa perusahaan air minum daerah (PDAM), gadrail, elbow, plat baja, reducer, spun pile, dan lain-lain. PT Kunango Jantan juga merupakan salah satu sponsor klub sepak bola Semen Padang Fc. PT KJ memang komit dalam pengembangan sepak bola Nasional dan Sumbar khususnya. Selain Semen Padang, pihaknya juga dikenal sebagai salah satu pihak yang menjadi donatur untuk tim PSP Padang.⁵⁸

Direktur PT KJ Group, Gita Ariesta melakukan penandatanganan MOU dengan pihak PT Kabau Sirah Semen Padang (KSSP) yang diwakili Direktur Umum (Dirum) Rinold Thamrin di kantor pusat KSSP, Indarung, Padang Kunango Jantan Beton (KJ Beton) Kunango Jantan Beton (KJ Beton) berlokasi dan alamat pabrik di Jl. Raya Pekanbaru – Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Riau - Indonesia. merupakan industri beton precast yang memproduksi berbagai macam produk precast. Produk dari KJ

⁵⁸ <https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html>

Beton Sudah menyebar keseluruh Penjuru. Dari tiang Listrik sampai Proyek Konstruksi.

Mitra kerja KJ Beton Selain dengan PT. PLN Juga telah mensuplai kebutuhan berbagai proyek konstruksi PT milik BUMN. PT. HKI misalnya, sebagai pelaksana jalan Tol Pekanbaru Dumai. Adapun produk yang disuplai adalah, tiang Spun pile, Box Culvert, U-ditch, RCP dan Lain sebagainya. KJ Beton Juga pernah mensuplai Dinding Precast proyek Livingworld PT. Total Bangun Persada. Dan Ada juga Beton Slab Untuk dilingkungan Sinarmas, dan juga suplier untuk hampir seluruh BUMN. Produksi KJ Beton memproduksi semua jenis beton precast.

Penjualan dan pelayanan menjual hasil produksi semua jenis produk dan layanan jasa yang dirancang untuk konsumen. Aktivitas yang dilakukan oleh PT. KJ Beton adalah memproduksi beton pracetak dengan menggunakan sistem sentrifugal dan non-sentrifugal bagi konsumen yang membutuhkan kualitas beton pracetak yang baik. Perusahaan ini memproduksi produknya secara rutin berdasarkan order dan non-order.

B. Visi dan Misi

Visi

Menjadi Pabrik Baja dan Beton yang menghasilkan produk berkualitas tinggi yang dapat bersaing di skala Nasional maupun Internasional.

Misi

- Produk berkualitas dengan harga yang kompetitif
- Manajemen yang terbuka dan professional dengan kesempatan yang sama kepada semua karyawan untuk mengembangkan karir
- Menjadi perusahaan yang turut memelihara lingkungan

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.

- Menjadi mitra bisnis yang tepat dibidang industri dan pembangunan infrastruktur di Indonesia.⁵⁹

C. Jenis Produk PT. Kunango Jantan Pekanbaru

Berikut adalah beberapa jenis produk yang diproduksi oleh PT. Kunango Jantan Pekanbaru.⁶⁰

Beton precast, Tiang Listrik Beton (Concrete Electrical Pole) Tiang Listrik Beton adalah tiang listrik yang terbuat dari material Pc Wire, pasir dan semen dengan mix yang khusus dan tertentu pula dan melalui cetakan dengan ukuran dan panjang tertentu pula. Tiang Listrik beton berfungsi utama sebagai penyalur konduktor untuk tegangan menengah 20kV (JTM) dan tegangan rendah 220v/380v (JTR), dari Sub Station ke Gardu Distribusi, Ke pabrik-pabrik, Ke Pelanggan Besar dan hingga ke pelanggan kecil yaitu rumah tangga. Tiang Listrik Beton dibuat secara khusus hingga melalui uji teknis dari PLN supaya laik pakai, karena memang demikian harusnya. Sehingga hanya yang SPLN saja yang dapat laik pakai oleh pihak PLN selaku pemilik pekerjaan jaringan listrik pada umumnya.

Spun Pile (Tiang Pancang Bulat) Tiang pancang bulat atau sering disebut prestressed spun pile adalah tiang pancang yang paling modern dan paling sering digunakan di dunia sebagai tiang fondasi (paku bumi). Tiang pancang bulat ini dibuat dengan menggunakan proses spinning agar bisa menciptakan kepadatan dan homogenitas. Spun pile adalah tiang pancang berbentuk bulat dan berongga pada bagian tengah. Pembuatan spun pile adalah memanfaatkan gaya sentrifugal untuk proses pemadatan beton, yaitu dengan cara diputar (spinning)

Tiang Pancang Minipile Tiang pancang berukuran kecil ini digunakan untuk bangunan-bangunan bertingkat rendah dan tanah relative baik. Ukuran dan

⁵⁹ Dokumentasi Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru

⁶⁰ <https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html> akses pada 20 Januari 2020

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

kekuatan yang ditawarkan adalah: Berbentuk penampang segitiga dengan ukuran 28 dan 32. Berbentuk bujur sangkar dengan ukuran 20x20 dan 25x25.

Square Pile (Tiang Pancang Kotak) Tiang pancang kotak, atau sering disebut prestressed square pile adalah jenis tiang pancang paling tua di dunia. Karena tiang pancang ini terisi penuh (massive) maka luas penampang akan selalu sama di setiap panjang tiang.

Box culvert Box culvert adalah jenis beton precast yang sering digunakan pada konstruksi saluran air. Box culvert biasa digunakan untuk saluran crossing jalan raya atau jembatan. Box Culvert merupakan beton bertulang pra cetak yang berbentuk segi empat mempunyai spigot dan socket.

Sheet Pile adalah dinding vertikal relatif tipis yang berfungsi untuk menahan tanah dan untuk menahan masuknya air ke dalam lubang galian.

U-Ditch Adalah saluran dari beton bertulang dengan bentuk penampang huruf U dan juga bisa diberi tutup. Umum nya digunakan untuk saluran drainase atau irigasi. Ketinggian saluran terbuka ini dapat bervariasi mengikuti kebutuhan dilapangan atau elevasi saluran yang diinginkan. Dan masih banyak jenis produk lain seperti buis, pagar panel, paving blok, bata ringan, RCP, Counter weight, Bantalan pipa, bantalan rel Kereta Api dan berbagai macam jenis precast lainnya.

Customer

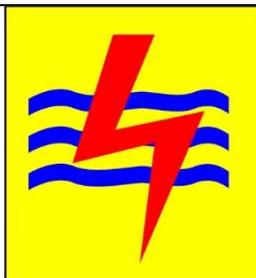
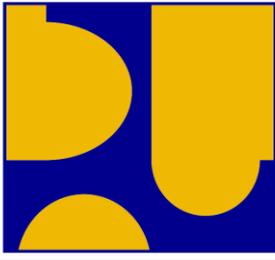
Tabel 4.1 Daftar Nama-Nama Costumer PT. Kunango Jantan Pekanbaru⁶¹

No	Costumer	Wilayah
	PT. PLN PERSERO	1. Sumatra Utara 2. Aceh 3. Kepulauan Riau 4. Sumatra Selatan

⁶¹ Dokumen Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru 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.

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Sumatra Barat 6. Jambi 7. Gorontalo 8. Palu
	Dinas Pertambangan dan Energi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kabupaten Siak 2. Kabupaten Kepulauan Meranti 3. Kabupaten Rokan Hilir 4. Kabupaten Bengkalis 5. Kabupaten Sijunjung
3	Dinas Pekerjaan Umum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propinsi Riau 2. Propinsi Sumatra Barat 3. Balai Besar Penanganan Jalan
4	PT. Telkom Indonesia  Telkom Indonesia <i>the world in your hand</i>	
5	PT. Semen Padang  Sejak 1910	
	Asosiasi Kontraktor Listrik dan Mekanikal	

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.

	Indonesia 	
	PT. Chevron Pacific Indonesia 	
8	PT. Adhi Karya  PT ADHI KARYA	

Tabel 4.2 Daftar Nama-Nama Costumer PT. Kunango Jantan Pekanbaru⁶²

No	Costomer	Wilayah
	PT Pagaruyung Teknik, Sumba PT Kurnia Abadi, Sumbar PT Hena Madawida, Sumbar PT Cipta Aparta, Sumbar PT Mandiri Cipta Lestari, Sumbar PT Sarana Sejahtera Mandiri, Riau PT Aklidame Bikara, Riau PT Catur Karya, Riau	Sumatera

⁶² Dokumen Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru 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.

PT Enam-enam Grup, Sumut PT Bahtera Mayori, Sumut PT Esha Sigma Pratama, Sumut CV Rafed jaya, Jambi CV Mitra Mandiri, Jambi PT Deroz Utama Karya, Jambi Dll.	
PT Senayu Karya, Gorontalo PT Gelesco Gigo Pratama, Gorontalo PT Qalbi Sahas, Gorontalo PT Trans Sulawesi Perkasa, Palu PT Jaya Kencana Abadi, Palu PT Sagita Jaya Sakti, Palu	Sulawesi

E. KETERANGAN JABATAN

Dengan adanya mobilitas untuk mengerakan roda organisasi di sebuah perusahaan agar kinerja lebih optimal maka dari itu berikut adalah wewenang dan tanggung jawab di PT. Kunango Jantan Pekanbaru.⁶³

1. Direktur Utama
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Menentukan kebijakan tertinggi Perusahaan.
 - b. Bertanggung jawab terhadap keuntungan dan kerugian Perusahaan.
 - c. Memelihara dan mengawasi kekayaan Perseroan Terbatas.
 - d. Bertanggung jawab dalam memimpin perusahaan secara efektif dan efisien.
 - II. Wewenang
 - a. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.

⁶³ Dokumen Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru 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.

- b. Membuat keputusan-keputusan yang strategis untuk peningkatan bisnis dan produksi.
2. Pimpinan Cabang
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Merencanakan strategi implementasi atas kebijakan perusahaan secara menyeluruh agar dapat dijalankan secara optimal.
 - b. Memonitor pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan serta memastikan kelancaran pelaksanaannya agar dapat berjalan secara maksimal dan tepat.
 - c. Mengontrol dan mengevaluasi implementasi strategi agar memperoleh masukan strategis sebagai usulan untuk kebijakan tahun berikutnya.
 - II. Wewenang
 - a. Sesuai pengarahan Direktur Utama membuat keputusan-keputusan yang strategis untuk peningkatan bisnis dan produksi.
 - b. Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya
3. Manajer Produksi
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Membuat perencanaan produksi untuk melaksanakan pekerjaan dilapangan.
 - b. Mengawasi proses produksi dilapangan agar proses produksi sesuai dengan rencana.
 - c. Mengadakan pertemuan dan rapat rutin dengan bawahan dan koordinasi dengan unit lain yang terkait
 - II. Wewenang
 - a. Memberikan penilaian kualitas hasil produksi.
 - b. Meneruskan instruksi langsung dari Direktur Utama dan atau Kepala Kantor Cabang Pekanbaru tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.
4. Asisten Manajer Pabrik Beton Kj-1
 - I. Tanggung Jawab Utama

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.

a.Membantu Manager Produksi dalam membuat perencanaan produksi khusus pabrik KJ-1 untuk melaksanakan pekerjaan dilapangan.

b.Mengawasi proses produksi KJ-1 dilapangan agar proses produksi sesuai dengan rencana.

II. Wewenang

a.Memberikan penilaian kualitas hasil produksi KJ-1.

b.Meneruskan instruksi langsung dari Manajer Produksi tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.

c.Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya.

5. Asisten Manajer Pabrik Beton KJ-1

I.Tanggung Jawab Utama

a.Membantu Manager Produksi dalam membuat perencanaan produksi khusus pabrik KJ-1 untuk melaksanakan pekerjaan dilapangan Perencanaan meliputi :

b.Mengawasi proses produksi KJ-1 dilapangan agar proses produksi sesuai dengan rencana.

c.Mengadakan pertemuan dan rapat rutin dengan bawahan dan koordinasi dengan unit lain yang terkait

II.Wewenang

a. Memberikan penilaian kualitas hasil produksi KJ-1.

b.Meneruskan instruksi langsung dari Manajer Produksi tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja

6. Manager HRD

I.Tanggung Jawab Utama

a.Menyusun strategi dan kebijakan pengelolaan SDM di perusahaan berdasarkan strategi jangka panjang dan jangka pendek yang telah ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku agar diperoleh SDM dengan kinerja, kapabilitas dan kompetensi yang sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.

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.

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Direktur Utama dan atau Kepala Kantor Cabang Pekanbaru tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.

7. Asisten Manajer Hrd

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Membantu HRD Manager dalam Mengatur prosedur dan system serta melakukan rekrutmen karyawan baru serta berkoordinasi

dengan tiap – tiap dept dalam proses rekrutmen staff dept tersebut sesuai dengan standart yang ditetapkan.

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari manajer HRD tentang kebijakan perusahaan
- b. Memberikan penilaian terhadap calon karyawan yang akan diterima.

8. Manajer Keuangan

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memonitoring aliran dana perusahaan setiap pagi.
- b. Meminta persetujuan kepada Kepala Cabang dan Direktur Utama untuk melakukan pembayaran setiap harinya.

9. Asisten Manajer Keuangan

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memverifikasi transaksi pajak sebelum dilaporkan.
- b. Menerima monitor harga pembelian dan selanjutnya dilaporkan kepada atasan.

10. Manajer Marketing

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menganalisa kebutuhan customer untk sekarang dan yang kan datang.
- b. Memonitor Stock dan produksi agar sesuai dengan permintaan.

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.

11. Asisten Manajer Marketing

I.Tanggung Jawab Utama

- a.Mengkoordinir semua proses pelaksanaan
- b.Menunjuk seorang pengawas Pekerjaan

II.Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Kepala Cabang Pekanbaru dan Manajer Marketing tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.

12. Supervisor Produksi Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a.Menjalankan Rencana Kerja dan Rencana Produksi yang disampaikan oleh Ass.Mgr Produksi KJ-1.
- b.Mengatur Pekerjaan Bagian Forming, Placing, Setting, Remolding, Boiler, Baching Plan.
- c. Mengarahkan anggota bila terdapat penyimpangan dalam proses produksi.
- d.Membuat rekapan Absensi

II.Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Asisten Manajer Produksi tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.
- b Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya.

13. Supervisor Produksi Kj-2

I.Tanggung Jawab Utama

- a. Menjalankan Rencana Kerja dan Rencana Produksi yang disampaikan oleh Ass.Mgr Produksi KJ-1.
- b.Mengatur Pekerjaan Bagian Forming, Placing, Setting, Remolding, Boiler, Baching Plan.
- c. Mengarahkan anggota bila terdapat penyimpangan dalam proses produksi.

II.Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Asisten Manajer Produksi

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.

KJ 2 tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.

b. Memberikan penilaian prestasi kerja karyawan

14. Foreman Forming Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memastikan Operator Cutting memotong sesuai dengan standar.
- b. Memastikan Operator Heading dalam memasang kepala paku pada PC Wire sesuai dengan standar.
- c. Memastikan Operator Spiral membuat spiral sesuai dengan standar.

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Supervisor Produksi KJ-1 tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya.

15. Operator Cutting Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memotong PC Wire sama panjang sesuai ukuran.
- b. PC Wire yang akan dipakai atau di potong tidak berkarat
- c. Membersihkan lingkungan kerjanya.

16. Operator Spiral Kj-1

I. Identitas Jabatan Pembuat spiral.

II. Tanggung Jawab Utama Pembuatan Spiral.

17. Operator Heading Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Mengamplas Bagian Ujung PC Wire yang akan di heading.
- b. Pembuatan Kepala Paku dengan mesin heading.
- c. Mensortir atau memisahkan hasil heading yang tidak sempurna.
- d. Memperbaiki atau men setting kembali heading untuk pembuatan heading yang diluar standar.

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.

18. Operator Cage Forming Kj-1

I.Tanggung Jawab Utama

- a. Memilih dan memastikan pc wire yang akan di ikat hasil heading nya standar dan tidak cacat
- b. Pastikan panjang pc bar sama panjang
- c. Mengikat pc wire dengan jarak max. 5 cm sepanjang 3 kali diameter tiang pancang yang akan dibuat dibagian ujung dan pangkal. Untuk bagian tengah dengan jarak spiral max 10 cm
- d. Mengikat pc wire dengan spiral wire dengan sempurna

19. Foreman Forming Kj-2

I.Tanggung Jawab Utama

- a. Memastikan Operator Cutting memotong sesuai dengan standar.
- b. Memastikan Operator Heading dalam memasang kepala paku pada PC Wire sesuai dengan standar.
- c. Memastikan Operator Spiral membuat spiral sesuai dengan standar.

II.Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Supervisor Produksi KJ-2 tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya.

20. Operator Cutting Kj-2

I.Tanggung Jawab Utama

- a. Memotong PC Wire sama panjang sesuai ukuran.
- b. PC Wire yang akan dipakai atau di potong
- c. Membersihkan lingkungan kerjanya

21. Operator Spiral Kj-2

I.Tanggung Jawab Utama Pembuatan Spiral.

22. Operator Heading Kj-2

I.Tanggung Jawab Utama

- a. Mengamplas Bagian Ujung PC Wire yang akan heading.

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.

- b. Pembuatan Kepala Paku dengan mesin heading.
 - c. Mensortir atau memisahkan hasil heading yang tidak sempurna.
23. Operator Cage Forming Kj-2
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Memilih dan memastikan pc wire yang akan di ikat hasil heading nya standar dan tidak cacat
 - b. Pastikan panjang pc bar sama panjang
24. Operator Hoist Cran Di Bag. Setting Kj-1
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Menjaga kebersihan Hoist Cran Bag. Setting KJ
 - b. Melakukan service berkala
 - c. Melakukan pengecekan sebelum Hoist Cran dioperasikan
25. Pelaksana Setting Kj-1
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Penguncian antara asesoris dan join harus rapat
 - b. Permukaan asesoris yang kotor dan benjolan yang timbul akibat las harus dibersihkan atau digerinda terlebih dahulu
 - c. Pastikan join plat tidak peot/ gepeng, apabila peot/gepeng agar diperbaiki terlebih dahulu sebelum dipasang ke asesoris
26. Foreman Setting Kj-2
 - I. Tanggung Jawab Utama
 - a. Pastikan Mould telah dibersihkan dengan memberikan oli, solar+CPO pada Mould untuk menghindari concrete supaya tidak lengket ke mould.
 - b. Pastikan Mould telah diisi dengan rangkaian yang sudah dirakit sesuai dengan ukuran yang akan di produksi.
 - c. Pastikan pemasangan acesories pada bagian ujung dan pangkal moulding sudah sempurna terpasang..
 - II. Wewenang
 - a. Meneruskan instruksi langsung dari Supervisor Produksi KJ-2 tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.

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.

b. Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya.

27. Operator Hoist Cran Di Bag. Setting Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menjaga kebersihan Hoist Cran Bag. Setting
- b. Melakukan service berkala
- c. Melakukan pengecekan sebelum Hoist Cran dioperasikan
- d. Mengoperasikan hoist cran sesuai dengan instruksi
- e. Mengangkat moulding pada posisi titik angkat.
- f. Mematikan panel setelah HC selesai digunakan.

28. Pelaksana Setting Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Penguncian antara asesoris dan join harus rapat
- b. Permukaan asesoris yang kotor dan benjolan yang timbul akibat las harus dibersihkan atau digerinda terlebih dahulu
- c. Pastikan join plat tidak peot/ gepeng, apabila peot/gepeng agar diperbaiki terlebih dahulu sebelum dipasang ke asesoris.

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 VI PENUTUP

A Kesimpulan

Pada hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab terdahulu berikut dengan analisa data yang dibuat berdasarkan pada permasalahan yang telah diajukan, maka secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi PT. Kunango Jantan Pekanbaru dalam meningkatkan citra perusahaan melalui *government relations*.

Maka dari itu agar perusahaan dapat menjalankan usahanya untuk memenuhi target yang telah ditetapkan, karenanya diperlukan sebuah citra yang bagus dimata khalayak luas agar perusahaan tersebut dapat lebih produktif dalam menghasilkan sebuah produk untuk dipasarkan. Dalam penelitian ini PT. Kunango Jantan Pekanbaru sendiri ada tiga cara yang dilakukan langsung yang dilakukan dalam rangka meningkatkan citra yaitu membuat kesepakatan secara, mengadakan pertemuan dan *special events* tentunya sangat membantu perusahaan PT. Kunango Jantan sebuah acara merupakan strategi promosi yang bagus untuk meningkatkan penilaian yang positif dari masyarakat terhadap perusahaan.

B Saran

Saran dari peneliti khususnya terhadap PT. Kunango Jantan Pekanbaru mengenai salah satu unsur terpenting dalam bisnis yaitu penerapan fungsi *Government relations* dengan sebaik mungkin terhadap perusahaan, agar dapat meningkatkan citra perusahaan yang bersangkutan sebagaimana yang peneliti tulis sebagai berikut :

1. Dalam upaya meningkatkan citra perusahaan, PT. Kunango Jantan Pekanbaru hendaknya lebih kreatif memanfaatkan setiap peluang yang ada agar segala usaha yang dilakukan menyangkut citra perusahaan bisa diperoleh dengan maksimal.
2. Mengadakan pertemuan yang rutin dengan dinas terkait untuk membahas perkembangan terkini menyangkut dunia usaha.

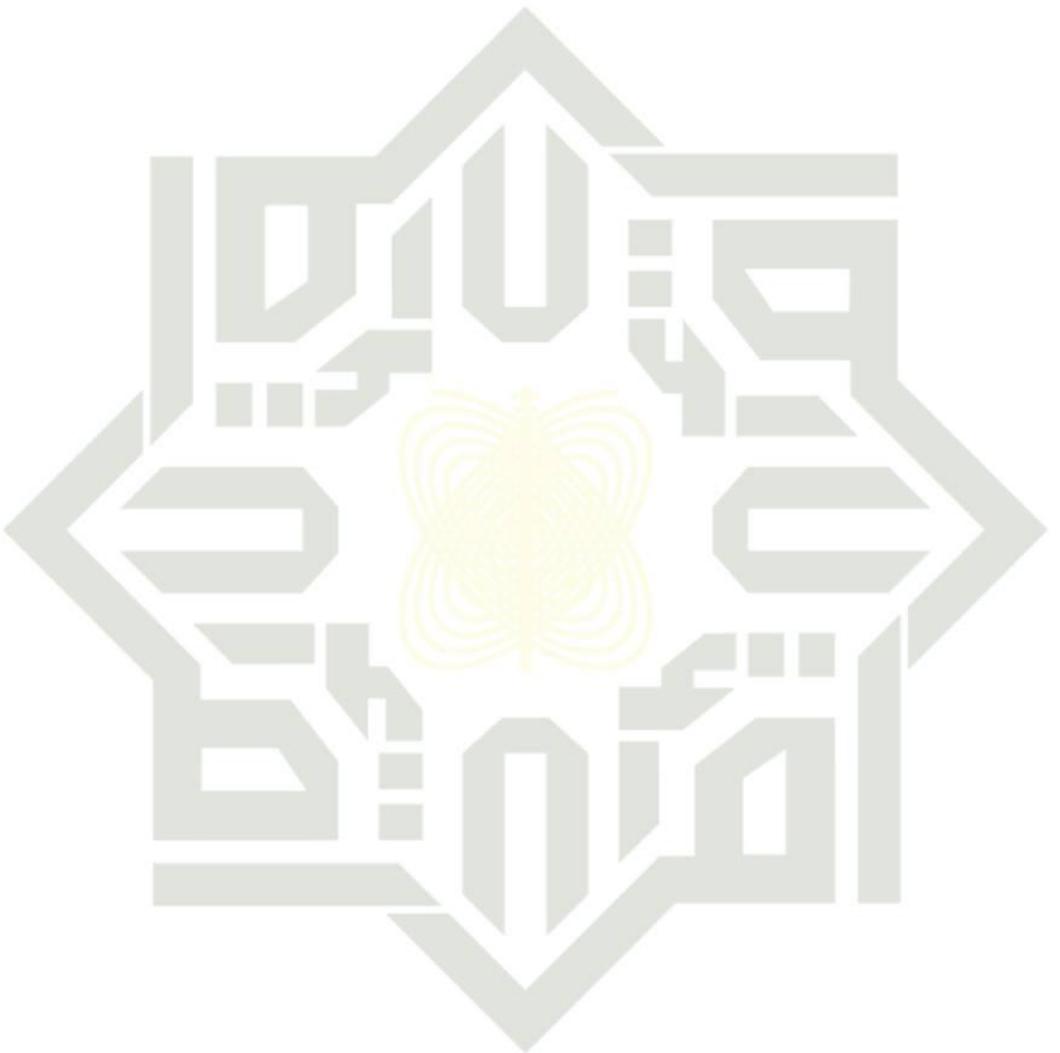
3. Dan dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman agar segala bentuk pesan yang disampaikan berkenaan dengan perusahaan dapat mudah ditangkap dengan baik oleh masyarakat luas.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anggoro, Linggar, *Teori Dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumu Aksara.
- Alimiharja, Kusnaka. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Pt Remaja Rosada Karya.
- Alstainer George.1997 *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Bungin Burhan . 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, Depok : Prenadamedia Group.
- Bungin Burhan. 2013. *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bonar.S.K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Nova Firzan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada
- Jefkins Frank, 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Imam Gunawan, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harun Rochajat Dan Ardianto Elvinaro. 2011. *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosisal*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Intantara, Yosol. 2004. *Menajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kriantono,Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Moelong, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2001. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Salim Agus ,2006. *Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Rosadi Ruslan. 2007. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rejawali Pers.
- Trigunan Robinson, 2016. *Perencanaan Pembangunan wilayah*, Jakarta; PT Bumi Aksara.

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

- Rochoyat Harun ,2011. *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- S Gasing Syarifudin. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Soemirat Sholeh Dan Ardianto Elvaniro. 2015. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pt Remaja Rosadakarya.
- Sudarsono,J. 1996. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Mamang Sungadji Etta, Sopiah. 2010. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tohirin,2013. *Metode Penelitian Kualitatif* . Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Yantos. 2016. *Dasar-Dasar Government Relations*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Yazid,Dkk,2009. *Metode Penelitian*. Pekanbaru: Cv Wirta Izani.

B. Jurnal

- Abdillah, (2017). Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi, *Jurnal Ecodemia*, Vol.1 No. 1
- Agnes Datuela, (2003). Strategi *Public Relation* Pt. Telkomsel Branch Manadodalam Mempertahankan Citra Perusahaan , *Jurnal Acta Diurnal*, Vol. 2 No.1.
- Azirman Djauzan, (2012). Praktek *Government Relatioans* Paska Otonomi Daerah (Sebuah Tinjauan Dengan Kasus Penyuluhan Kb *Sebagai Government Public Relations*), *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* Vol. 16 No. 1.
- Ani Prabawati,(2012). Strategi Government Relations Pt Pal Indonesia (Persero) Untuk Mempengaruhi Kebijakan Komitekebijakan Industry Pertahanandalam Penunjukan Lead Integrator Alutsista Matra Laut.
- Fitri Wahyuni, Anggraini.(2015). Evaluasi Penerapan *E-Guverment* Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Propinsi Riau Menggunakan Pendekatan

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.

Metode Pegi, *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen System Informasi*, Vol. 1 No. 1.

Yarnis Anggi Saktianai,(2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan *Word Of Mount, Jurnal Lmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Vol. 4 No. 2.

Cita Aprilia, (2014). Strategi *Ciber Public Relations* Dalam Membangun Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta, *Jurnal The Massanger*, Vol. 6 No. 1.

Indra Wijayanto, (2013). Sri Setyo Irianai, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No. 3.

Fitri Retno, (2018). Strategi *Public Relation* Pt Pelni (Persero) Mengimplementasi Program Csr Melalui Program Kemitraaan Dan Bina Lingkungan, *Jurnal Pusaka Komunikasi*, Vol. 1 No. 1.

Kadek Dwi Cahaya Putra, (2008). Strategi *Public Relations* Parawisata Bali ,*Jurnal Ilmu Komunikasi*,Vol. 5, No. 1,

Luh Ayu Mulyaningsih,(2016). I Gustiketut Agung Suasana , Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Anud*, Vol5. No. 1.

M. Agus Prayudi,(2012). Peranan *Public Relations* Dalam Bisnis *Hospitally*, *Jurnal Sosiohumanivora*, Vol.3 No. 3.

MD. Rahadhini, (2010) Peran *Public Relation* Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility*, *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 10. No. 1.

Popy Ruliana Dan Ririh Dwiantari,(2015). Strategi *Public Relations* Hotel Dalam Membentuk Citra Objek Wisata, *Jurnal Komunikasi Aspikom*, Vo. 2 No. 4,

Pudji Utomo, (2015). Strategi *Public Relations* Dalam Pelayanan Informasi, *Jurnal Komunikologi*, Vol. 2. No.1.

Redianto Sinaga, Suwardi Lubis, (2018). Dayana, *Media Relations Strategi Government Of North Tapanuli Regensi To Improve Image Strategi Media Relations* Humas Kabupaten Tapanuli Utara Untuk Meningkatkan Citra

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.

Positif, *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Local Dan Pembangunan Government*, Vol.4. No.3.

Ra Natasya, Eko Harry Susanto. (2015). Peran *Public Relations* Dalam Pembentukan Citra Merek Mal Central Park (Studi Tentang Jakarta Great Sale 2010 Mel Central Park). *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Vol. 2 No.4

Rino Adiwibowo, Sylvianokta Putri, (2016). Penerapan *E-Government* Dalam Paradiplomasi Pemerintah Kota Bandung, *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, Vol. 6. No. 2.

C Skripsi

Kuncoro Ndaru.2015, *Government Relations Dan Role Model* (Strategi Pt. Perusahaan Gas Negara (Persero) Dalam Menjadikan Dki Jakarta Sebagai Kota Gas Di Indonesia).

Hamdani Agus.2015, Implementasi *Government Relations* Sebagai Langkah Strategis Dalam Meraih Keunggulan Kompetitif Di Pt Bank Riau Kepri (Persero) Tbk Pekanbaru.

D Internet

<https://Www.Ilmubeton.Com/2018/04/Profil-Lengkap-Pt-Kunango-Jantan-Pt-Kj.Html> (diakses 21 Juni 2019)

<https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html> (diakses pada 20 Januari 2020)

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.

Lampiran 1**PEDOMAN WAWANCARA****STRATEGI PT. KUNANGO JANTAN PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI *GOVERNMENT RELATIONS***

Informan Kunci : **Dedi Muliadi**
 (Manager HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru)

Informan Pendukung : **Siti Afsah**
 (Public Officer PT. Kunango Jantan Pekanbaru)

A. *Government Relations*

1. Bagaimana peran *government relations* pada dunia usaha di Indonesia?
2. Apakah PT. Kunango Jantan sudah menjalankan fungsi *government relations* ?
3. Bagaimana menerapkan *government relations* selama ini terhadap perusahaan ?

B. *Direct Lobbying* (Membuat Kesepakatan)

1. Apakah PT. Kunango Jantan Pekanbaru sudah pernah membuat kesepakatan secara langsung kepada pemerintah ?
2. Apa contoh kesepakatan yang pernah dibuat oleh perusahaan yang melibatkan pemerintah ?
3. Apa tanggapan dari pemerintah sejauh ini terhadap upaya yang dilakukan perusahaan dalam membuat kesepakatan tersebut ?
4. Apa hasil yang diperoleh perusahaan setelah terlaksananya kesepakatan antara perusahaan dan pemerintah ?



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. Audiensi (Mengadakan Pertemuan)

1. Apa strategi yang dilakukan perusahaan agar dalam sebuah pertemuan bisa berjalan sesuai dengan yang diinginkan ?
2. Siapakah pihak-pihak yang dilibatkan dalam pertemuan tersebut ?
3. Apa saja kendala yang didapatkan oleh perusahaan selama ini dalam proses pertemuan ?
4. Kapankah pertemuan antara perusahaan dan pemerintah tersebut dilaksanakan ?

D. *Special Events* (Menyelenggarakan Kegiatan Khusus)

1. Apa saja yang harus dipersiapkan oleh perusahaan dalam mengadakan kegiatan khusus?
2. Apa contoh kegiatan khusus yang telah diikuti perusahaan dari hasil kerja sama dengan pemerintah ?
3. Apa saja bentuk kerja sama yang dilakukan antara perusahaan dan pemerintah dalam kegiatan khusus tersebut ?
4. Mengapa perusahaan perlu mengadakan kegiatan khusus dengan pemerintah ?
5. Bagaimana dampak dari diselenggarakannya kegiatan khusus selama ini terhadap perusahaan ?

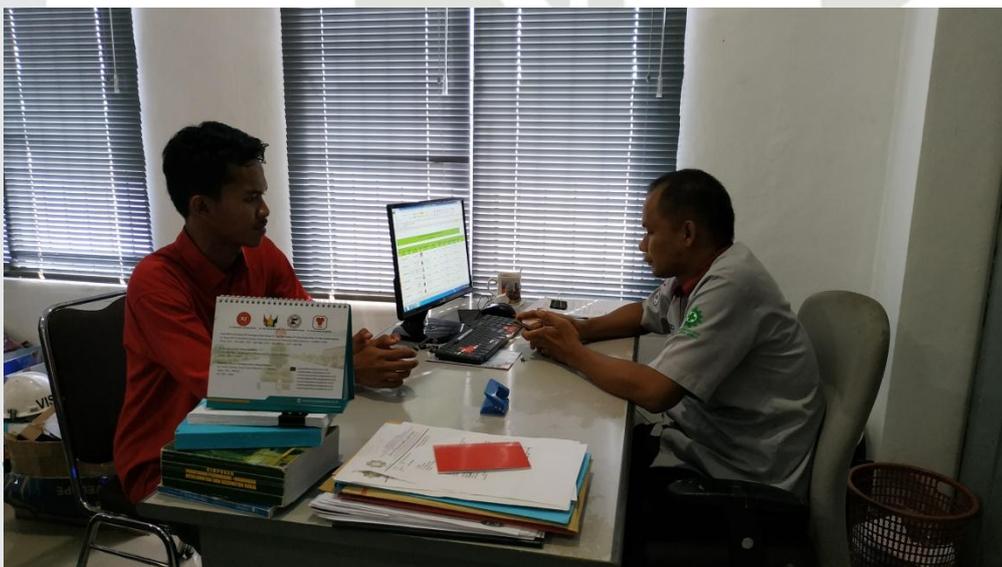
Lampiran 2

DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Wawancara

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.



Gambar 1 dan 2 : Wawancara dengan Manager HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru, Bpk Dedi Muliadi

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.



Gambar 3 dan 4 : Wawancara dengan Siti Afasah *Public Officer* PT. Kunango Lantian Pekanbaru

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 c



Gambar 5 : Bersama dengan Resepsionis PT. Kunango jantan pekanbaru



Gambar 6 : Penyerahan penghargaan dari Menteri Ketenagakerjaan kepada PT Kunango Jantan Pekanbaru



Gambar 7 : Proses produksi PT Kunango Jantan Pekanbaru

Syarif Kasim Ria



Gambar 8 : Penyerahan simbolis penghargaan Paramamarya 2019 kepada PT Kunango Jantan Pekanbaru



Gambar 9 : Diskusi PT Kunango Jantan Dengan *Stakeholder*



Gambar 10 : Kuliah umum bersama Direktur PT Kunango Jantan Pekanbaru

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.



BIOGRAFI PENULIS

Rifal Harmi Difour, lahir di Sungai Sariaik, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatra Barat yang mana orang tua penulis sudah berdomisili di Provinsi Riau sejak awal tahun 90-an tentunya sebagai orang Minang menghabiskan sebagian besar waktu di perantauan. Penulis mengikuti jejak orang tua sampai usia 6 tahun, tetelaah menyelesaikan taman kanak-kanak (TK) di TK Pertiwi Simpang Empat Belilas, penuliskan melanjutkan sekolah Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 41 Patamuan yang mana sekarang berubah menjadi SDN 10 Patamuan di desa Pucung Anam, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 1 Patamuan Kabupaten Padang Pariaman yang mana pada saat itu penulis diasuh atau tinggal dengan nenek selama 7 tahun sampai dengan kelas 1 SMP.

Selanjutnya penulis pindah sekolah ke SMPN 1 Seberida dan menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) disana, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Seberida masih dikabupaten Indragiri Hulu. Dan barulalah pada tahun 2016 penulis mulai belajar di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk melanjutkan pendidikan Serjana di jurusan Ilmu Komunikasi, selama proses belajar dikampus penulis tidak banyak terlibat dalam kegiatan organisasi baik itu internal maupun eksternal kampus, karena penulis lebih suka menghabiskan waktu luang di perpuatakaan dengan membaca buku serta belajar banyak dari lingkungan sekitar dan mengisi waktu dengan cara sendiri.

Namun penulis sempat terlibat dalam salah satu organisasi di kampus yaitu UIN suska mengajar yang mana tak lama setelah itu mengundurkan diri, dan pada memasuki semester 7 (tujuh) penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pantai, Kabupaten Taluk Kuantan kemudian dilanjutkan dengan magang (PKL) di salah satu perusahaan yaitu PT. Arara Abadi Sinar Mas Forestry Perawang. Walaupun untuk menyelesaikan tugas akhir dalam proses pembuatan skripsi tidak semudah yang diharapkan dan tidak sesulit yang dibayangkan dan akhirnya berhasil menyelesaikan kuliah Strata Serjana di Semester 8 (delapan) dengan menyandang gelar Serjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

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.