

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



### SKRIPSI

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

Oleh :

AULIA RAHMAN  
NIM. 11643100836

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI 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.

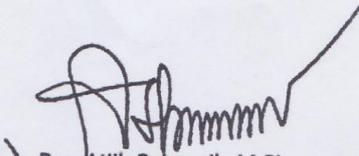
Disusun Oleh:

AULIA RAHMAN

11634100836

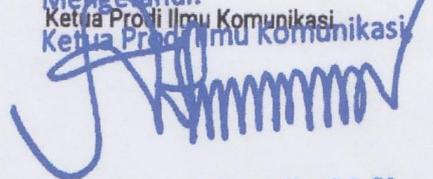
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 27 Juli 2020

Pembimbing,



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 196911181996032001

Mengetahui :  
Mengetahui:  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 196911181996032001



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

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM 15 No. 155 Tuah Medan Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Aulia Rahman  
NIM : 116431100836  
Judul : Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru  
Dalam Membina Hubungan Dengan Masyarakat

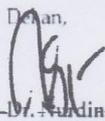
Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Svarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 10 Agustus 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Agustus 2020

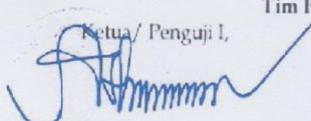
Dekan,



-Dr. Saadiah, M.A.  
NIP.196606202006041015

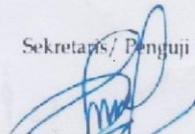
Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,



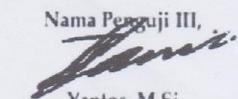
Dra. Atjih Sukaeshi, M.Si  
NIP.196911181996031001

Sekretaris/ Penguji II,



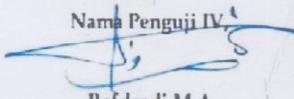
Muhlasin, M.pdl  
NIP.19680513 200501 1 009

Nama Penguji III,



Yantos, M.Si  
NIP.19710122 200701 1 016

Nama Penguji IV,



Rafdeadi, M.A  
NIP. 19821225 201101 1 011

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

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji Pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Aulia Rahman  
NIM : 11643100836  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : **Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru Dalam Membina Hubungan Dengan Masyarakat**

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 8 Mei 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan Menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu komunikasi di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarifkasim Riau.

Pekanbaru, 8 Mei 2020

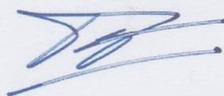
**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I



Suardi, M. Ikom  
NIP.197809122014111003

Penguji II



Tika Mutia, M. Ikom  
NIP. 198610062019032010

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.

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.

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Rahman  
NIM : 11643100836  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V  
Pekanbaru Dalam Membina Hubungan Dengan  
Masyarakat**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh dengan karya tulis ini 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 pihak paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 28 September 2020  
Yang menyatakan



**AULIA RAHMAN**  
NIM. 11643100836



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.

Pekanbaru, 27 Juli 2020

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

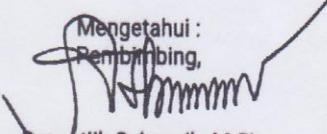
Nama : Aulia Rahman  
NIM : 11643100836  
Judul Skripsi : Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam Membina Hubungan Masyarakat

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui :  
Pembimbing,  
  
Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 196911181996032001

STRATEGI HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA (PTPN) V PEKANBARU DALAM MEMBINA  
HUBUNGAN MASYARAKAT



## ABSTRAK

**Nama** : Aulia Rahman  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam Membina Hubungan dengan Masyarakat

PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru merupakan salah satu perusahaan Negara, yaitu BUMN yang berada di Provinsi Riau. Perusahaan ini hingga sekarang telah mengelola 49 unit kerja yang semuanya tersebar di Provinsi Riau. Kesemuanya tercangkup ke dalam suatu badan usaha yang besar dan kompleks yaitu PT. Perkebunan Nusantara V yang bernaung di bawah wadah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan di bawah pengawasan Kementerian Republik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis data pada penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat yaitu melakukan survey, program survey ini dinamakan *soft intex assessment* (SIA). Program ini bertujuan untuk mengeping, memetakan dan melihat apa saja kebutuhan masyarakat, sekaligus dampaknya terhadap perusahaan dan apa yang harus dilakukan perusahaan terhadap masyarakat. Selain itu strategi lainnya adalah menjadikan masyarakat sebagai mitra, menjalin kerjasama dengan masyarakat melalui program tumbuh kembang bersama mitra, melakukan sosialisasi, publikasi, dan kampanye serta menjalankan proses komunikasi dan pengevaluasian.

**Kata Kunci:** Strategi, Humas, Masyarakat

Hak Cipta Dinding Undang

Name  
Major  
Title

## ABSTRACT

**Name** : **Aulia Rahman**  
**Major** : **Communication Studies**  
**Title** : **Public Relations Strategy of PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru in Fostering Relationships with the Community**

*PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru is one of the State companies, namely SOEs in Riau Province. The company has managed 49 work units, all of which are spread across Riau Province. All of them are included in a large and complex business entity, namely PT. Perkebunan Nusantara V, which is under the auspices of Badan Usaha BUMN (State Owned Enterprises) and under the supervision of the Ministry of the Republic of Indonesia. This study aims to find out how the public relations strategy of PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru in developing relations with the community. This study used descriptive qualitative method. The type of data in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques that the authors use are observation, interviews and documentation. The results showed that the strategy carried out by PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru in developing relations with the community that is conducting a survey, the survey program is called soft intex assessment (SIA). This program aims to dissect, map and see what the community's needs are, as well as their impact on the company and what the company must do to the community. In addition, other strategies are to make the community a partner, establish cooperation with the community through a growth and development program with partners, conduct outreach, publications, and campaigns and carry out a process of communication and evaluation.*

**Keywords:** *Strategy, Public Relations, Society*

- 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.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kedahirat Allah Subhanahuata'ala atas segala kelimpahan rahmat dan karunianya, sholawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW atas segala perjuangan dan suri tauladan bagi umat islam sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Strategi Humas PT.Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru Dalam Membina Hubungan Dengan Masyarakat”**. Sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana strata satu (S1) Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasyim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit jasa, sumbangan yang penulis terima dari berbagai pihak, terlebih skripsi ini penulis selesaikan disaat pandemic virus Covid-19 sehingga usaha penulis menjadi lebih ekstra berjuang. Oleh sebab itu penulis ucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis, secara moral dan moril dalam penyelesaian skripsi ini, dengan penuh rasa hormat penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Ahmad Mujahidin. M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Sultan Syarif Kasyim Riau, dan Wakil Rektor I Bapak Dr. H. Suryan A Jamrah, M.A, Wakil Rektor II Dr. H. Kusnadi, M.Pd, Wakil Rektor III Bapak Drs. H. Promadi, MA.,Pd.D.
2. Bapak Dr. Nurdin MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasyim Riau, Bapak Dr. Masduki, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, selaku Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Azni, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, M.Si, Selaku sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi

- 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.

4. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia membimbing dan telah banyak memberi masukan serta saran selama penulisan skripsi, semoga ilmu yang telah Ibu berikan menuai banyak keberkahan.
5. Bapak Sudianto M.I.Kom selaku Dosen Penasehat Akademik
6. 6.Segenap Ibu/Bapak Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terimakasih telah banyak memberikan ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang telah Ibu/Bapak berikan menuai banyak keberkahan.
7. Bapak Sampe Sitorus, selaku Kasub Bag Humas yang telah mengizinkan penelitian dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung terkait penelitian ini.
8. Bapak Risky Atriansyah selaku Staf Sub Bag Humas, dan Bapak M.Ichsan SW yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai secara langsung untuk penelitian ini.
9. Kepada Keluarga HMI Komisarit Disainst, Teman-teman Lokal PR A dan teman Bekicot, keluarga besar Ilmu Komunikas UIN Suska Riau beserta keluarga HIMAKOM UIN Suska dan Muttaqin Nasution Sabahat dari awal masuk UIN Suska sampai sekarang yang selalu mendukung dan dan mendoakan penulis dalam Menempuh jenjang Pendidikan Strata satu ini.
- 10.10.Teristimewa dan penuh cinta serta kasih sayang kepada kedua orang tua, Ayahanda Sanion Krisno, Ibunda Dra. Yusmaini, yang telah menyemangati, memberi dukungan, doa, nasehat dan segalanya demi Ananda dalam menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan kelapangan hati, penulis menerima kritikan 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 Juli 2020

**Penulis**

**Aulia Rahman**

**NIM. 11643100836**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan kegunaan penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR</b> .....	7
A. Kajian Teori .....	7
B. Kajian terdahulu.....	16
C. Kerangka Pikir .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	25
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	25
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Sumber Data.....	25
D. Informan Penelitian.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Validitas Data.....	27
G. Teknik Analisis Data.....	29
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LEMBAGA</b> .....	31
A. Sejarah umum perusahaan .....	31
B. Wilayah Operas.....	34

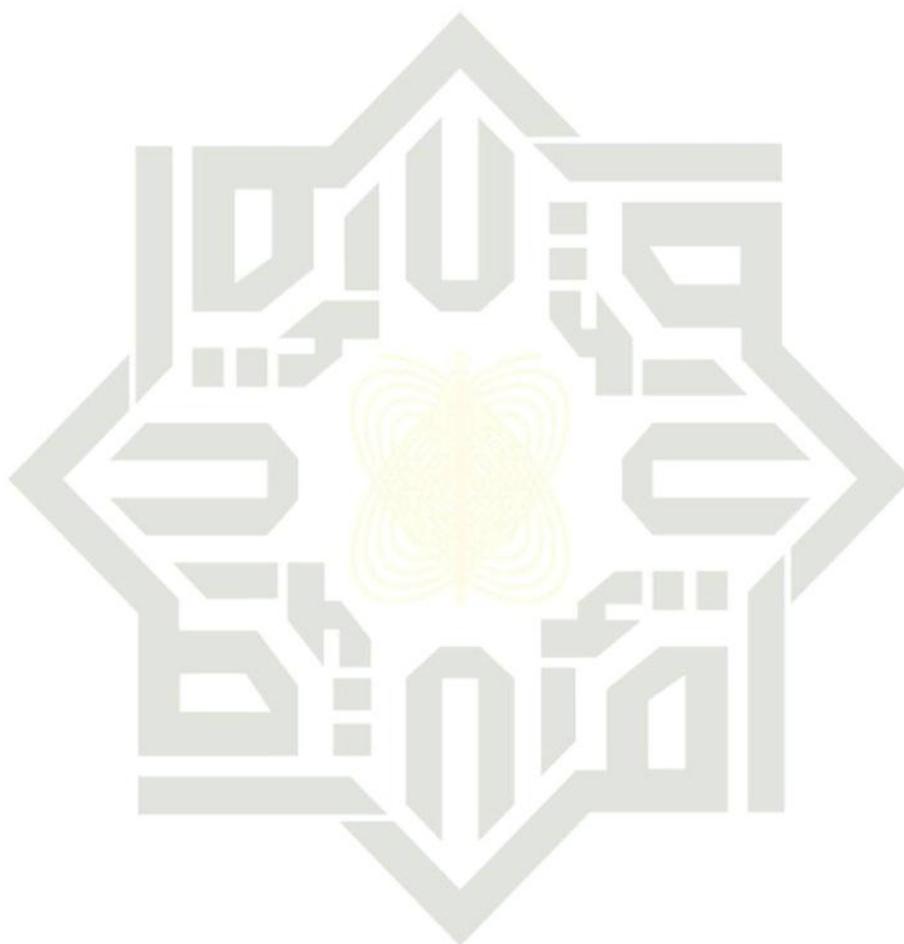
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 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

C. Visi dan Misi .....	34
D. Logo .....	37
E. Sistem dan Tata nilai Perusahaan.....	38
F. Keterangan .....	38
G. Bidang usaha .....	39
H. Struktur Organisasi .....	40
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Hasil Penelitian .....	47
B. Pembahasan.....	57
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN</b>	

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

## DAFTAR TABEL

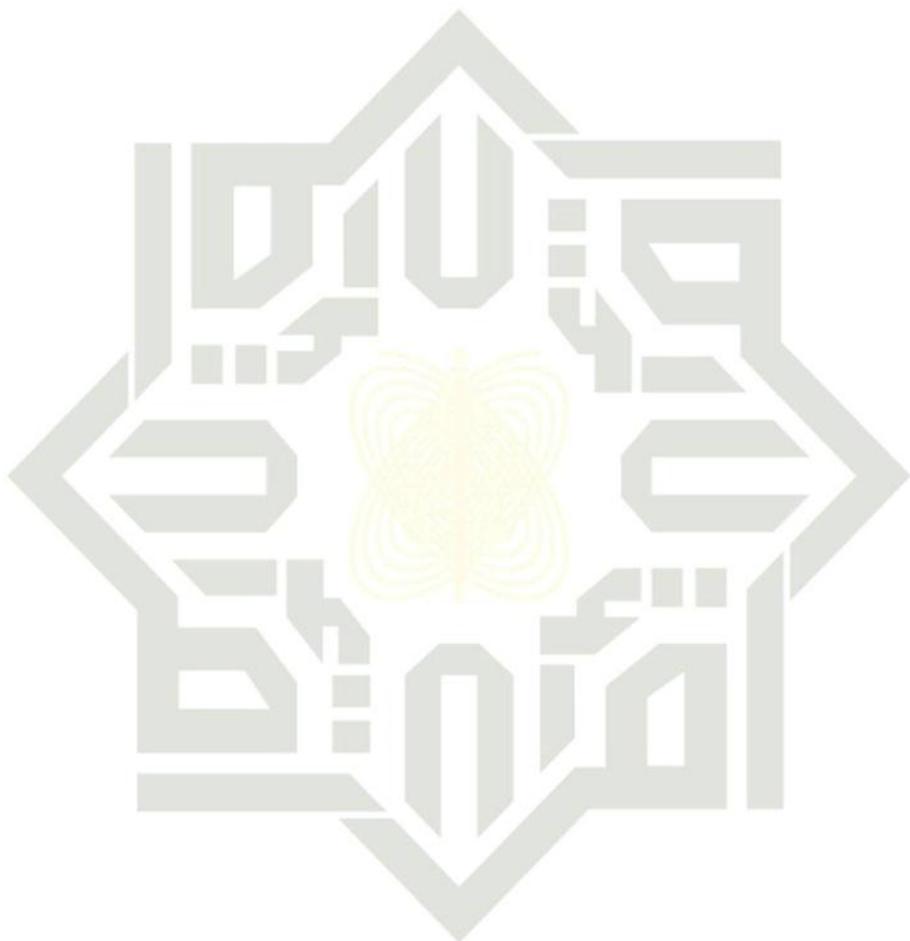
Nama Informan Beserta Jabatan .....	29
Daftar Jumlah Karyawan bagian PT.Perkebunan Nusantara V Pekanbaru .....	38
Daftar Nama Informan Penelitian .....	47



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir .....	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru	33



UIN SUSKA RIAU



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Melihat kondisi dewasa ini, perkembangan perusahaan baik swasta maupun perusahaan yang dibawah naungan pemerintah semakin menjamur sehingga persaingan disetiap perusahaan khususnya di Kota Pekanbaru dan di Provinsi Riau umumnya sudah semakin tinggi mulai dari pelayanan, kualitas dan kinerja karyawan disetiap perusahaan. Setiap perusahaan yang berdiri dan maju selalu memiliki upaya yang dilakukan perusahaan demi membangkitkan citra perusahaan. Hampir setiap perusahaan di Indonesia memiliki program-program yang digunakan baik untuk peningkatan citra, pendekatan dengan masyarakat maupun upaya yang dilakukan untuk menarik simpatik masyarakat dalam mempertahankan Hak Guna Usaha (HGU) perusahaan.

Setiap perusahaan tidak terlepas dari peran Humas ataupun *Public Relations* dalam meningkatkan citra dan kesejahteraan perusahaan. Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi atau lembaga dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>1</sup> Setiap divisi tersebut perlu mengembangkan strategi untuk mendukung terlaksananya tujuan perusahaan. Strategi merupakan berbagai perencanaan dan manajemen yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Strategi hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya. Disetiap

---

Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 1995), h. 9

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

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

tempat dunia humas mempunyai peran ganda, disuatu pihak berupaya menjaga citra, baik terhadap lembaga atau organisasi yang diwakilinya, dan dipihak lain ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti situasi publik yang negative, kontroversial, bertentangan, hingga menghadapi saat yang paling penting yaitu krisis kepercayaan dan citra. Humas merupakan penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya sehingga maksud dan tujuan dari organisasi/lembaga dapat sampai kepubliknya.<sup>2</sup>

PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru merupakan salah satu perusahaan Negara, yaitu BUMN yang berada di Provinsi Riau. Perusahaan ini hingga sekarang telah mengelola 49 unit kerja yang semuanya tersebar di Provinsi Riau. Kesemuanya tercangkup ke dalam suatu badan usaha yang besar dan kompleks yaitu PT. Perkebunan Nusantara V yang bernaung di bawah wadah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan di bawah pengawasan Kementerian Republik Indonesia.<sup>3</sup>

Tugas serta kewajiban Humas PT. Perkebunan Nusantara V yaitu menciptakan kondisi yang kondusif bagi perusahaan, melalui peningkatan citra perusahaan dan rasa memiliki stakeholder guna mencapai tujuan dari perusahaan, dengan melaksanakan kegiatan kehumasan secara efisien sesuai aturan yang diberlakukan. Visi dari PT. Perkebunan Nusantara V ialah menjadi perusahaan agribisnis terintegrasi yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.<sup>4</sup>

Berbagai permasalahan muncul sejak berdirinya PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V, mulai dari permasalahan kecil hingga permasalahan besar yang sempat menjadi bola panas di Provinsi Riau tahun 2019 lalu yakni sengketa 2.800 hektar lahan perkebunan kelapa sawit. Sengketa ini. Isunya menurut keterangan Jatmiko Krisna Santosa tentang lahan seluas 2.800 hektar di Desa Senama Nenek Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar Riau yang selama 24 tahun dikuasai oleh perusahaan plat merah itu tanpa Hak Guna Usaha (HGU) dan

<sup>2</sup> Saleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 89

<sup>3</sup> Dokumen, *PT. Perkebunan Nusantara V*, Tahun 2017

<sup>4</sup> Web Resmi PT. Perkebunan Nusantara V, <http://www.bumn.go.id/ptpn5/halaman/120>, Diakses pada Maret 2020)

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

tidak tercatat di buku perusahaan.<sup>5</sup> Namun, Pemprov Riau memastikan 2.800 hektar lahan perkebunan kelapa sawit yang menjadi sengketa antara PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V dengan masyarakat Desa Senama Nenek Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar akhirnya diserahkan kepada warga setempat.<sup>6</sup>

Tidak hanya itu, di PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V masih ada sederet masalah lain seperti kebun kelapa sawit seluas 2.200 hektar di kawasan Batu Gajah Kabupaten Kampar, kebun kelapa sawit seluas 1.500 hektar milik PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V di Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu (Inhu), dan kebun yang dibangun oleh PT. Nusantara (PTPN) V dengan pola plasma seluas 1.600 hektar di Desa Pangkalan Baru Siak Hulu Kabupaten Kampar. Semua permasalahan ini memiliki kaitan erat dengan masyarakat, sebab masyarakat menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung keberlangsungan perusahaan.<sup>7</sup>

Dari beberapa kasus di atas, keberadaan Humas untuk sebuah perusahaan seperti PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V dianggap sangat penting. Hal ini dimaksudkan agar Humas di PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V mampu mengatasi dan mencegah terjadinya konfrontasi serta memberikan efek yang berupa tanggapan (respon) yang positif dari pihak masyarakat.

Sejauh ini berdasarkan pengamatan peneliti, pihak Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V sedang gencar melakukan pendekatan kepada masyarakat. Pendekatan tersebut berupa pendekatan secara langsung dan pendekatan secara tidak langsung, pendekatan secara langsung yang dilakukan oleh pihak Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V yaitu seperti bertamu ke rumah warga-warga atau tokoh masyarakat, sementara pendekatan secara tidak langsung yang dilakukan yaitu mengekspos informasi ke media untuk diketahui oleh masyarakat luas.

<sup>5</sup> Abdul Aziz, <https://www.gatra.com/detail/news/419519/ekonomi/bola-panas-di-ptpn-v> (Diakses Pada Tanggal 9 Maret 2020 Pukul 14.12 WIB)

<sup>6</sup> Arif Gunawan, <https://sumatra.bisnis.com/read/20190503/533/918394/2.800-hektare-lahan-sengketa-ptpn-v-diserahkan-ke-masyarakat>, (Diakses Pada Tanggal 9 Maret 2020 Pukul 14.30 WIB)

<sup>7</sup> Abdul Aziz, <https://www.gatra.com/detail/news/419519/ekonomi/bola-panas-di-ptpn-v>, (Diakses Pada Tanggal 9 Maret 2020 Pukul 14.12 WIB)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam Membina Hubungan Dengan Masyarakat**”.

## **Penegasan Istilah**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini maka penulis memberikan beberapa penegasan istilah yang terdapat pada judul tersebut yakni sebagai berikut :

### **1. Strategi**

Strategi adalah suatu perencanaan (*planing*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>8</sup>

### **2. Humas**

Humas atau hubungan masyarakat adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi. Humas merupakan terjemahan istilah bahasa Inggris *Public Relations* (PR) atau “Hubungan Publik”.<sup>9</sup>

### **3. PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V**

PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V merupakan salah satu perusahaan negara, yaitu BUMN yang berada di provinsi Riau, perusahaan ini hingga sekarang telah mengelola 49 unit kerja yang semuanya tersebar di Provinsi Riau. Kesemuanya tercakup kedalam suatu badan usaha yang besar dan kompleks yaitu PT. Perkebunan Nusantara V ini bernaung di bawah wadah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dibawah pengawasan Kementerian Republik Indonesia.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Public Relation*, (Bandung: Bandar Maju Bandung, 1994), h. 32

<sup>9</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005), h. 40

<sup>10</sup> Dokumen, PT Perkebunan Nusantara V, 2017

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

## **Masyarakat**

istilah masyarakat berasal dari kata Arab *syaraka* yang berarti “ikut serta, berpartisipasi”. Masyarakat adalah sekumpulan manusia saling “bergaul”, atau dengan istilah ilmiah, saling “berinteraksi”.<sup>11</sup>

## **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana strategi humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat?

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat.

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Kegunaan Akademis**

- 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat.
- 2) Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### **b. Kegunaan Praktis**

- 1) Sebagai bahan informasi dan masukan kepada PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi khususnya budaya yang terdapat di sebuah perusahaan sebagai bagian dari proses belajar sehingga dapat memahami aplikasi teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.

<sup>11</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 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 milik UIN Suska Riau

- 3) Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

### **Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari: Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Termasuk di dalamnya kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

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

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan gambaran umum tentang objek yang akan di teliti dan tempat dimana akan dilakukan penelitiannya.

#### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan.

#### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi objek penelitian agar bisa lebih baik lagi untuk kedepannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

State Islamic University of Sultan Saifuddin Masim Riau

UIN SUSKA RIAU

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori B. Strategi

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan secara khusus strategi diartikan sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*).<sup>12</sup>

J. L. Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas.<sup>13</sup> Menurut penulis definisi strategi adalah sebuah cara atau taktik dalam mencapai sebuah tujuan dan sasaran pada satu obyek yang ingin dicapai.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan, namun strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana bagian taktik operasionalnya.

Strategi merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi. Strategi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara

<sup>12</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), h. 49

<sup>13</sup> Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2007), h. 2

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

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.<sup>14</sup>

## Humas

### Pengertian Humas

Hubungan masyarakat atau Humas merupakan bidang atau sentral fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan komunitas pun memerlukan humas.<sup>15</sup> Telah banyak ahli mengemukakan defenisi atau pengertian dari humas, seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins, “Humas adalah sesuatu yang menerangkan keseluruhan komunikasi, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya, dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian.”<sup>16</sup>

Istilah “Hubungan Masyarakat” yang disingkat Humas itu adalah terjemahan dari istilah *public relations* yang biasa disingkat PR. Secara terminologis terjemahan tersebut sebenarnya kurang tepat: sama dengan kurang tepatnya tejemahan istilah *public opinion* menjadi “pendapat umum”. Akan tetapi, karena istilah hubungan masyarakat itu telah dikenal luas dan sudah dipergunakan oleh lembaga-lembaga resmi, maka sukarlah untuk diganti dengan istilah baru, meskipun lebih tepat. Bahkan lembaga-lembaga pendidikan pun, yang mengajar pengetahuan *public relations* menggunakan istilah hubungan masyarakat.<sup>17</sup>

Menurut Harlow defenisi Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan

<sup>14</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003), h. 32

<sup>15</sup> M.Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2001), h. 1.

<sup>16</sup> Morrisson, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta, Kencana, 2008), h. 8

<sup>17</sup> Marlanny Rumimpunu, Desie Warouw, & Stefi Harilama, Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintarpt. Pln (Persero) Wilayah Suluttenggo Di Ranotana, *Journal* Vol.3 No.1 (September 2014)

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

publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi mengatasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.<sup>18</sup>

Humas adalah seni dan ilmu pengetahuan dan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.<sup>19</sup>

Jadi Humas itu sendiri adalah salah satu bagian perusahaan yang memiliki tugas, menjalin hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, membuat citra positif perusahaan, dan menyelesaikan permasalahan antara masyarakat dan perusahaan.

Humas sangat erat hubungannya dengan perkembangan sosial, humas muncul karena hal-hal berikut:<sup>20</sup>

- 1) Adanya kebutuhan memperbaiki hubungan baik dengan publik sehingga terdapat saling pengertian, publik bisa mengerti bagaimana organisasi tersebut, publik bisa lebih mengenal dan mengerti lebih jelas, kemudian akan saling percaya, membawa kemajuan, perkembangan organisasi, dan kebutuhan politik kedua belah pihak.
- 2) Adanya keinginan untuk bersikap terbuka terhadap publik dengan menggunakan komunikasi dua arah.
- 3) Adanya kebutuhan untuk semakin memasyarakatkan yang merupakan proses mencapai kemenangan dalam mempengaruhi hal-hal penting bagi

<sup>18</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014) h. 16

<sup>19</sup> *Ibid*, h. 17

<sup>20</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 36

kepentingan umum sehingga membuat publik semakin mengenal organisasi / perusahaan dengan lebih baik, dan publik semakin mengerti mengenai kebutuhan, keinginan, dan keluhan.

Adanya kebutuhan komunikasi dua arah dalam menghadapi masalah sosial yang kompleks, dan semakin berkembang. Untuk itu dibutuhkan hubungan sosial yang sehat dan etis.

### Strategi Humas

Dalam proses penerapan strategi, humas membutuhkan komunikasi yang efektif yang melibatkan komunikator dengan segala kemampuan (*communication skill*) untuk mempengaruhi konsumen dengan dukungan berbagai aspek teknis dan praktisi dalam bentuk taktik atau strategi dalam pencapaian tujuan. Tujuan tersebut bersifat internal dan eksternal. Tujuan yang bersifat internal dapat mencakup pada beberapa hal yaitu :

- 1) Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap dan tingkah laku publik terhadap perusahaan terutama ditujukan pada kebijaksanaan perusahaan.
- 2) Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijakan yang sedang dijalankan guna mencapai suatu tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak mengabaikan kepentingan publik.
- 3) Memberi penerangan pada karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut berbagai aktivitas dan perkembangan perusahaan.
- 4) Merencanakan penyusunan staf yang efektif bagi penegasan kegiatan yang bersifat internal *public relations* dalam perusahaan.

Pada sisi lain, aktivitas humas yang bersifat eksternal adalah untuk mendapatkan dukungan dan *image* yang positif dari publik, hal ini di batasi kepada pengertian:

- 1) Memperluas langganan atau pemasaran
- 2) Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi konsumen
- 3) Mencari dan mengembngkan modal

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  
 UIN SUSKA RIAU  
 Universitas Islam Sumatera Utara  
 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memperbaiki citra perusahaan terhadap persepsi masyarakat guna mendapatkan opini yang positif.<sup>21</sup>

Terdapat empat tahap yang harus dilakukan dalam strategi humas menurut Cutlip dan Center yaitu: Mengetahui, permasalahan, perencanaan, mengambil tindakan dan komunikasi serta mengevaluasi.<sup>22</sup>

#### *Research and Listening* (Riset dan Memperhatikan)

Merupakan tahapan yang bertujuan untuk menemukan fakta (*fact finding*) di lapangan atau suatu hal yang berkaitan dari opini, sikap, reaksi publik dengan kebijakan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Kemudian melakukan penilaian fakta, data dan informasi yang telah diperoleh sebagai acuan pedoman untuk menentukan keputusan.

#### 2) *Planning and Decision* (Perencanaan dan Pengambilan Keputusan)

Merupakan kegiatan yang menitik beratkan kepada usaha perencanaan dan upaya pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan dan menetapkan program kerja organisasi atau perusahaan yang sejalan dengan kepentingan publik sebagai khalayak sasaran yang memiliki sikap, opini, ide-ide dan reaksi tertentu terhadap kebijaksanaan (keputusan) yang telah ditetapkan oleh pihak organisasi.

#### 3) *Communication and Action* (Komunikasi dan Tindakan)

Dalam tahap ini Humas hanya mengacu pada program yang telah dibuat dan disepakati oleh pihak-pihak yang terkait dalam organisasi. Pada tahap ini diperlukan perencanaan yang matang berdasarkan data dan fakta yang ada, sehingga menimbulkan pesan-pesan yang efektif untuk mempengaruhi opini publik atau pihak lain yang dianggap penting, berpotensi dalam upaya mendukung penuh, dan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan *Here's what we did and why?* (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu?)

#### 4) *Evaluation* (Evaluasi)

<sup>21</sup> Anggoro, M. Linggar, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 73

<sup>22</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 46

- 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.

Dalam tahap ini Humas melakukan evaluasi dengan mengukur sejauh mana program tersebut berhasil. Kemudian Humas melakukan perbaikan, pembaharuan serta membuat batasan waktu yang jelas. Tahap ini adalah penilaian terhadap hasil-hasil dari riset hingga perencanaan program kerja aktivitas Humas, serta efektivitas dari proses manajemen dalam bentuk pertanyaan *how did we do?* (Bagaimana kita telah melakukannya?)

### Fungsi Humas

Diberbagai perusahaan sering dijumpai digabungkannya fungsi humas, tentu ini sangat disayangkan karena sasaran humas bukan saja konsumen, tetapi juga pihak-pihak lain, dan mengingat jangkauan khalayak humas memang jauh lebih luas, termasuk para pegawai perusahaan itu sendiri. Untuk itu dalam humas harus dibagi tugas-tugasnya sehingga terjalin sebuah komponen-komponen penting yang dapat memajukan sebuah perusahaan atau instansi pemerintahan supaya tujuan perusahaan tercapai dengan baik apa yang telah direncanakan oleh perusahaan.<sup>23</sup>

Fungsi humas adalah memelihara, mengembang tumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah serta bersama-sama mencari dan menemukan kepentingan organisasi yang mendasar, dan menginformasikan kepada semua pihak yang terkait dalam menciptakan adanya saling pengertian yang didasarkan pada kenyataan, kebenaran, pengetahuan yang jelas, dan lengkap serta diinformasikan secara jujur, jelas dan obyektif. Fungsi humas yang lain adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

- 1) Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik tersebut.
- 2) Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.

<sup>23</sup> M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), h. 108

<sup>24</sup> Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta: Ghaila Indonesia, 2002), h. 4



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

Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Fungsi humas dalam mengembangkan perusahaan, yaitu memelihara, mengembang-tumbuhan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani dan mengatasi masalah yang muncul atau meminimalkan masalah.

Menurut Edward L. Bernay, dalam Rosady Ruslan, terdapat 3 fungsi utama humas yaitu:

- 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- 2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.<sup>25</sup>

Sedangkan menurut pakar Humas International, Cutlip & Centre, and Canfield fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut.<sup>26</sup>

- 1) Menunjang aktivitas utama manajemen dan mencapai tujuan bersama.
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik sebagai khalayak dan sasaran.
- 3) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin manajemen untuk tujuan dan manfaat bersama.
- 4) Mengidentifikasi yang termasuk opini masyarakat terhadap organisasi yang diwakili atau sebaliknya.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan atau organisasi kepada publik atau terjadi sebaliknya demi terciptanya citra yang positif bagi kedua belah pihak.

<sup>25</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 18

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 19

## Tojuan Humas

Menurut Kusumastuti yang dikutip dari Ardianto menjelaskan bahwa Humas serupa dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan pengetahuan, perasaan, dan perilaku komunikan (penerima pesan).

Humas juga bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan perasaan, perilaku positif masyarakat luas terhadap organisasi, lembaga, atau perusahaan. Tujuan Humas adalah membuat publik dan organisasi, lembaga, atau perusahaan saling mengenal baik kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing.<sup>27</sup>

Secara umum ada beberapa tujuan humas. Ruang lingkup tujuan humas itu sendiri ternyata sedemikian luas. Namun sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, akan selalu membuat skala prioritas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan kegiatan humas dari sebuah perusahaan, beberapa di antaranya yang pokok adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

- 1) Untuk mengubah citra dimata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) Untuk meningkatkan bobot atau kualitas perusahaan-perusahaan yang akan direkrut.
- 3) Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- 4) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar baru.
- 5) Untuk memperbaiki hubungan dengan masyarakat karena terjadi suatu peristiwa yang mengakibatkan salah paham.
- 6) Untuk menyebarluaskan informasi mengenai masalah yang berhak diketahui oleh masyarakat dan berkaitan dengan perusahaan.

<sup>27</sup> Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis*, (jakarta : Widya, 2009), h. 27-28

<sup>28</sup> Onong Uchjana, *Humas Relations dan Public Relations*, (Bandung: Mandar maju, 1999), h. 24

## Tugas Humas

Tugas pokok humas sehari-hari dalam buku Rumanti antara lain sebagai berikut.<sup>29</sup>

- 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.

Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tulisan melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan.

Monitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum suatu masyarakat.

- 3) Memperbaiki citra perusahaan.
- 4) Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) humas merupakan *instrument* yang bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak mendapatkan tanggung jawab tersebut, terutama kelompok publik internal, publik eksternal dan pers.
- 5) Komunikasi, tujuan humas untuk mempengaruhi publik, salah satunya sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau ketika menjalankan tugas operasional, baik sebagai komunikator, mediator, maupun organisator.

## 3. Masyarakat

Masyarakat dalam bahasa Inggris adalah *society* yang berasal dari kata latin *socius* yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab Syaraka yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga-warganya dapat saling berinteraksi. Defenisi lain, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu : 1) Interaksi antar warga-warganya, 2) Adat istiadat, 3) Kontinuitas waktu, 4) Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Assumpta Rumanti SR. *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), h. 38

<sup>30</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 115-

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

Mac Lver dan Page dalam dalam Soerjono memaparkan bahwa masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerjasama antara berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat.<sup>31</sup>

Menurut Selo Soemardjan dalam Soerjono, masyarakat adalah orang-prang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.<sup>32</sup>

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki arti ikut serta atau berpartisipasi, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut *society*. Bisa dikatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan, budaya, wilayah, dan identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

## B. Kajian Terdahulu

Pada bagian ini penulis akan memaparkan beberapa kajian terdahulu yang sedikit banyaknya dapat dijadikan sebagai perbandingan dan acuan dalam melakukan penelitian. Berikut kajian terdahulu yang penulis gunakan :

1. Zaqiyah Muawanah,<sup>33</sup> dengan judul “Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta Tahun 2017. Rumusan masalah yang diteliti yaitu bagaimana strategi humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (studi kasus GLA dan

<sup>31</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 22

<sup>32</sup> *Ibid*, h. 22

<sup>33</sup> Zaqiyah Muawanah, *Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar)*, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2017)

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

BKK di Kabupaten Karanganyar). Dengan tujuan untuk mengetahui strategi humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (studi kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok suatu program, organisasi, atau peristiwa yang sistematis. Hasil dari penelitian ini adalah Humas menjalankan strategi peningkatan komunikasi informasi publik dengan mengadakan liputan semua kegiatan yang berhubungan dengan GLA dan BKK. Humas Kabupaten Karanganyar menjalin hubungan dengan awak media untuk bekerjasama menyampaikan informasi GLA dan BKK melalui media. Humas ikut berperan dalam pengembalian citra BKK dengan mempublikasikan keberadaan BKK secara umum, dan memfasilitasi kegiatan BKK yang akan melibatkan masyarakat secara langsung. Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori Cutlip dan Center yang dikutip dalam Rosady Ruslan 2013. Sedangkan perbedaannya yaitu Humas Kabupaten Karanganyar ditugaskan untuk mengembalikan citra negatif akibat kasus GLA dan BKK. Sementara pada penelitian ini penulis ingin mengetahui strategi humas dalam membina hubungan baik dengan masyarakat.

2. Adi Nugroho Rahutomo<sup>34</sup>, dengan judul “Strategi Humas dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan strategi humas dalam mempublikasikan informasi pelayanan publik pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir dan untuk mengetahui faktor penghambat dalam menjalankan strategi humas tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan, dengan menggunakan informan sebagai

---

<sup>34</sup> Adi Nugroho Rahutomo, *Strategi Humas dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir*, eJournal Ilmu Komunikasi, 2013, 1(2) : 324 -340



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

sumber data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas yang digunakan oleh PT. PLN (Persero) Rayon dalam mempublikasikan informasi pelayanan publik yaitu melalui berbagai perencanaan diantaranya yaitu: 1) Strategi Publikasi, 2) Media penyampaian pesan. Sedangkan faktor pengambat dalam upaya mempublikasikan informasi pelayanan publik yaitu berupa hambatan teknis dan psikologis. Persamaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menyajikan data hasil wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi kegiatan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini terdapat dua tujuan yakni mengenai strategi dan faktor, sementara penulis hanya ingin mengetahui satu tujuan penelitian yakni strategi humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat. Perbedaan lainnya yaitu strategi yang digunakan dari masing-masing perusahaan.

3. Ari Zulkifli<sup>35</sup>, dengan judul “Strategi *Public Relations* PT RAPP Dalam Membangun Citra positif Perusahaan”. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau tahun 2013. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *public relations* PT. RAPP dalam membangun citra positif perusahaan. Tujuan dalam penelitian milik Ari yaitu untuk mengetahui strategi *public relations* PT. RAPP dalam membangun citra positif perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian milik Ari tersebut adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kegiatan yang dilakukan dalam metode penelitian tersebut yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian milik Ari menunjukkan bahwa strategi *public relations* PT RAPP dalam membangun citra positif perusahaan adalah melakukan kerjasama dengan Sarekat Pekerja (SP) dalam menghimpun opini *public* yang beredar terhadap perusahaan, kemudian PT RAPP sering melakukan publikasi seperti pembuatan kalender, agenda iklan

<sup>35</sup> Ari Zulkifli, *Strategi Public Relations PT RAPP Dalam Membangun Citra positif Perusahaan*, (Pekanbaru: Uin Suska Riau, 2013)

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

yang berisi profil perusahaan dan pengalihan isu dengan cara penyebaran informasi terhadap program-program *Community Development* (CD) dibidang pendidikan, kesehatan, pertanian, dan lingkungan. Selain itu PT RAPP juga melakukan kerjasama dengan media, baik cetak maupun elektronik guna sebagai alat penyebaran informasi kepada khalayak. Persamaan pada penelitian ini yaitu membahas tentang strategi humas sedangkan perbedaannya yaitu strategi yang digunakan oleh Zulkifli berbeda dengan strategi yang penulis gunakan.

4. Fahrizal Gifari<sup>36</sup>, dengan judul “Strategi AsiaPR dalam Memperkuat Hubungan Media Dengan Forum Wartawan Otomotif (Forwot), Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Vol. 1 No. 2, Februari 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan konsultan *public relations* AsiaPR membangun hubungan dengan media. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengungkapkan in-depth interview, observasi, dan didukung data dokumentasi dari perusahaan. Hasil pada penelitian ini diketahui bahwa tujuan dari media relations yang dibangun konsultan AsiaPR untuk meningkatkan daya saing dan kemudahan mengakses media. Strategi yang digunakan dengan pendekatan personal antara konsultan dengan Forwot dan media secara langsung. Selain itu manfaat hubungan yang kuat dengan Forwot memberikan manfaat bagi AsiaPR dalam kegiatannya sebagai konsultan PR seperti tercapainya target media yang ditentukan klien. Persamaannya pada penelitian ini yaitu penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana strategi praktisi PR dalam memperkuat hubungan, sedangkan perbedaannya yaitu penelitian milik Fahriza Gifari meneliti tentang hubungan dengan media sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang hubungan dengan masyarakat.

---

<sup>36</sup> Fahrizal Gifari, *Strategi AsiaPR dalam Memperkuat Hubungan Media Dengan Forum Wartawan Otomotif (Forwot)*, Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Vol. 1 No. 2, Februari 2017



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

Dewi Soyusiawaty<sup>37</sup>, dengan judul “Strategi Humas dalam Menjalin *Good Relationship* dengan *External Stakeholders* UAD”. Jurnal Komuniti, Vol. VIII No. 2, September 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan humas untuk menjalin hubungan baik dengan *stakeholders* eksternal, terkait dengan sinergis diantara keduanya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode studi kasus. Pemilihan metode studi kasus, dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan maupun strategi-strategi humas yang bisa dijalankan untuk membangun kedekatan dengan stakeholder eksternal. Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah publikasi ilmiah dalam bentuk jurnal dan mendapatkan pengakuan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai strategi-strategi humas yang bisa dijalankan ke depannya, untuk menjalin hubungan baik dengan stakeholder eksternal. Persamaannya dengan penelitian ini adalah konsep yang digunakan oleh Dewi pada penelitiannya sama-sama membahas tentang strategi Humas, hanya saja pada penelitian ini Dewi lebih konkret menetapkan tujuan penelitiannya yakni menjalin *Good Relationship* dengan *External Stakeholders*. Selain itu perbedaan yang terlihat pada penelitian ini adalah metode yang digunakan, Dewi menggunakan metode studi kasus, sedangkan penulis menggunakan metode survey.

6. Steven Laudry<sup>38</sup>, dengan judul “Strategi *Public Relations* Hotel Inna Simpang Surabaya dalam Menjalin Relasi dengan Media”. Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol 4. No. 1 Tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh *public relations* hotel Inna Simpang Surabaya dalam menjalin relasi dengan media. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus *single setting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public*

<sup>37</sup> Dewi Soyusiawaty, *Strategi Humas dalam Menjalin Good Relationship dengan External Stakeholders UAD*, Jurnal Komuniti, Vol. VIII No. 2, September 2016

<sup>38</sup> Steven Laudry, *Strategi Public Relations Hotel Inna Simpang Surabaya dalam Menjalin Relasi dengan Media*, Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol 4. No. 1 Tahun 2016.



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

relations hotel Inna Simpang Surabaya dalam menjalin relasi dengan media terdiri atas menentukan tujuan, menentukan pendekatan untuk mencapai tujuan, menentukan contact person media, menjadi narasumber yang bisa dipercaya dan diandalkan, mengenal narasumber ahli yang bersangkutan, menciptakan media list, memberikan salinan informasi secara berkala, mengenali wartawan dan area liputannya. Persamaan dalam penelitian ini adalah melihat tugas seorang humas dalam membina hubungan. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian milik Laudry adalah tentang menjalin hubungan dengan media sementara penulis membina hubungan dengan masyarakat.

7. Marlanny Rumimp,<sup>39</sup> dengan judul “Strategi Humas dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo di Ranotana”. Journal Volume III. No. 1 Tahun 2014. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif, strategi dan hambatan-hambatan humas dalam mensosialisasikan program listrik pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo di Ranotana. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya motif humas dalam mensosialisasikan program listrik pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo. Motif tersebut yaitu motif humas pada masa lalu dan motif humas pada saat ini. Strategi yang digunakan humas dalam mensosialisasikan program listrik pintar dengan cara melakukan komunikasi terbuka, talk show, dan melakukan hubungan dengan pers lokal serta melakukan publikasi. Hambatan-hambatan dalam mensosialisasikan program listrik pintar ke masyarakat terdiri dari aspek kognitif, afektif dan konatif. Persamaannya dengan penelitian ini adalah mengenai tinjauan konseptual, dari penelitian milik Marlanny penulis mengambil sedikit konsep mengenai strategi humas. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, Marlanny membahas tentang sosialisasi sedangkan penulis membahas tentang membina hubungan.

<sup>39</sup> Marlanny Rumimpunu, *Strategi Humas dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo di Ranotana*, Journal Volume III. No. 1 Tahun 2014.



- 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.

Adelina Arumsari<sup>40</sup>, dengan judul “Strategi Corporate Public Relations Perusahaan dalam Rangka Membina Hubungan dengan Stakeholder”. Skripsi Bidang Kajian Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Tahun 2011. Perumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi perencanaan yang dilakukan oleh corporate public relations PT. Geo Link Nusantara Jakarta dalam rangka membina hubungan dengan stakeholder. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan PT. Geo Link Nusantara Jakarta ini membuat keputusan mengenai suatu sasaran semua diserahkan kepada pimpinan perusahaan, membuat tujuan program agar dapat menarik stakeholder sehingga mau bekerjasama, perusahaan mempunyai identifikasi khalayak yaitu apa yang menjadi ciri khas mereka, perusahaan memiliki kebijakan atau aturan strategi karena strategi perusahaan ini adalah mempromosikan pemahaman tentang perusahaan kepada semua scope bisnisnya. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan metode penelitian, teknik pengambilan data serta beberapa konsep penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah instansi/perusahaan yang diteliti.

9. Zemina Prabarini Abimanyu<sup>41</sup>, dengan judul “Strategi Media Relations Untuk Membangun *Good Governance* (Studi Kasus di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden). Jurnal e-Proceeding of Management. Vol. 2 No. 3 Desember Tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi media relations untuk membangun *good governance* di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan studi kasus dan berdasarkan paradigma konstruktivisme sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biro Pers Media dan Informasi Sekretariat turut mendukung *good*

<sup>40</sup> Adelina Arumsari, *Strategi Corporate Public Relations Perusahaan dalam Rangka Membina Hubungan dengan Stakeholder*, (Bandung: Universitas Islam Bandung, 2011)

<sup>41</sup> Zemina Prabarini Abimanyu, *Strategi Media Relations Untuk Membangun Good Governance (Studi Kasus di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden)*, Jurnal e-Proceeding of Management. Vol. 2 No. 3 Desember Tahun 2015



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

*governance* dengan melaksanakan 3 (tiga) prinsip *good governance* yaitu keterbukaan, akuntabilitas, dan supermasi hukum. Adapun persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu metode penelitian yang digunakan. Sementara perbedaannya adalah media relations dan humas, Zemira mengkaji tentang media relations sementara penulis mengkaji tentang humas.

Destika Putri Kinasih<sup>42</sup>, dengan judul “Strategi Humas Setda Kabupaten Wonogiri dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Media”. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Humas dalam menjalin hubungan baik dengan media. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan secara mendalam tentang strategi yang digunakan Humas dalam menjalin hubungan baik dengan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas dalam menjalin hubungan baik dengan media dilakukan dengan senantiasa menjaga keharmonisan serta melakukan komunikasi dengan baik kepada media. Persamaan dengan penelitian ini adalah mengenai strategi Humas dan menjalin hubungan baik. Sementara perbedaannya adalah kepada siapa hubungan baik itu dilakukan. Dalam penelitian milik Destika hubungan baik yang ingin diteliti adalah dengan media sementara penulis ingin melihat strategi humas dalam membina hubungan baik dengan masyarakat.

### C. Kerangka Pikir

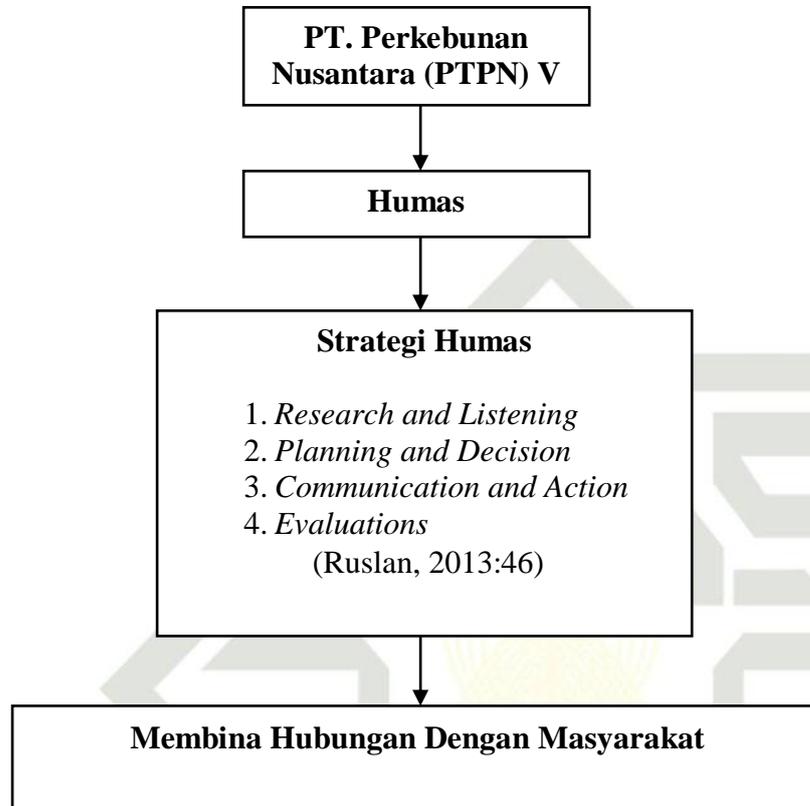
Kerangka pikir merupakan suatu bentuk keseluruhan dari proses penelitian yang berjudul Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru Dalam Membina Hubungan dengan Masyarakat. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

<sup>42</sup> Destika Putri Kinasih, *Strategi Humas Setda Kabupaten Wonogiri dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Media*, Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2017.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



Sumber : Modifikasi penulis diadopsi dari (Ruslan, 2013:46)

Kerangka pemikiran di atas bertujuan merupakan gambaran struktur penelitian yang dimulai dari perusahaan PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V, selanjutnya bagian Humas dan strategi yang digunakan dalam membina hubungan baik dengan masyarakat. Adapun strategi yang digunakan pada penelitian ini yaitu : 1) *Research and Listening* (riset dan memperhatikan), 2) *Planning and Decision* (perencanaan dan pengambilan keputusan), 3) *Communications and Action* (komunikasi dan tindakan), 4) *Evaluations* (Evaluasi).

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini lebih menekankan kepada interpretasi dari peneliti berdasarkan teori-teori yang ada. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak dapat ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.<sup>43</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sebagai penelitian deskriptif kualitatif, peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu merupakan faktor penting dalam suatu penelitian, inilah yang menjadi arah kemana dan kapan peneliti akan mencari segala yang diperlukan dalam penelitiannya. Dalam permasalahan ini lokasi penelitian akan dilaksanakan di PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru, Jl. Rambutan No. 43; Sidomulyo Timur Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Riau 28294.

### C. Sumber Data

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok dan

<sup>43</sup> Jalaludin Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h. 24

1. Hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil pengujian tertentu.<sup>44</sup> Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya melalui Humas, Staff Humas di Perusahaan PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V.

2. 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.

#### Sumber Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari data pembantu atau pelengkap. Data sekunder diperoleh dari data yang berbentuk laporan, catatan, buku-buku, dan dokumen serta melalui arsip-arsip di PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V, *website* serta buku buku referensi pustaka.<sup>45</sup>

#### D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah Bapak Sampe Sitorus selaku Kasub Bag Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V. informan pendukung dalam penelitian ini adalah Bapak Risky Atriansyah, Bapak Subhan Fitriah selaku Staff Sub Bag Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V, dan Tina Adrilina selaku Staff Sub Bag Kompetensi SDM. Untuk mempermudah pembaca dapat dilihat pada tabel di bawah :

**Tabel 3.1**  
**Nama Informan Beserta Jabatan**

No	Nama Informan	Jabatan
1	Sampe Sitorus, SH., MH	Kasub Bag Humas
2	Risky Atriansyah, SH	Staff Sub Bag Humas
3	M. Ichsan SW	Krani Hubungan Antara Instansi

<sup>44</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi*, (Jakarta. PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 138.

<sup>45</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 213



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

## Teknik Pengumpulan Data

### Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung guna untuk melihat perubahan dinamika sosial yang berkembang. Berdasarkan pelaksanaan, observasi dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu observasi partisipasi dan non partisipasi.<sup>46</sup>

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi non partisipasi. Observasi yang non partisipasi adalah observasi yang dalam pelaksanaannya tidak melibatkan peneliti sebagai partisipasi atau kelompok yang diteliti. Cara ini banyak dilakukan pada saat ini. Peneliti menggunakan observasi non partisipasi, hal ini dikarenakan peneliti tidak terlibat secara langsung kedalam bagian yang diteliti. Akan tetapi diluar bagian yang diteliti yang sesuai dengan permasalahan yang diambil dan diteliti.

### 2. Wawancara

Merupakan cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan personil untuk mendapatkan data sesuai penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur.<sup>47</sup>

### 3. Dokumentasi

Yaitu penulis mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, dan laporan ataupun dokumen foto, CD dan hardisk/film.<sup>48</sup>

## F. Validitas Data

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

<sup>46</sup> Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, Simbiosis Rekatama, (Media: Bandung, 2010), h. 138

<sup>47</sup> *Ibid*, h. 139

<sup>48</sup> *Ibid*, h. 140



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

Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya triangulasi, triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta dengan membandingkan dengan menggunakan teknik yang berbeda misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi.<sup>49</sup>

Menurut Moleong,<sup>50</sup> Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan.

Adapun macam-macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan menurut Moleong adalah sebagai berikut :

#### 1. Sumber

Sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif, hal itu dapat dicapai dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan dokumentasi.

#### 2. Metode

Metode yaitu mengecek derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan mengecek derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

#### 3. Penyidik

Penyidik ialah dengan jalan memanfaatkan penelitian atau pengamatan lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.

<sup>49</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 106

<sup>50</sup> Lexy J. Maleong, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 11



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

Pengamatan kepercayaan lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

#### Teori

Teori menurut Lincoln dan Guba berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Dipihak lain, Patton berpendapat lain yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding.

Dalam penelitian ini untuk menguji validitas data akan menggunakan triangulasi sumber yaitu Membandingkan hasil data penelitian yang diperoleh dari narasumber satu kemudian dibandingkan dengan hasil data penelitian dari narasumber yang lainnya.

#### G. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Analisis Deskriptif Kualitatif. Pendekatan deskriptif ini digunakan, karena dalam menganalisa data yang dikumpulkan, data tersebut berupa informasi dan uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, data berupa penjelasan-penjelasan bukan dengan angka.

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moleong berikut:<sup>51</sup>

1. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.
4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.

<sup>51</sup> *Ibid*, h. 26

Ⓒ Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

#### Hak Cipta dan Undang-Undang

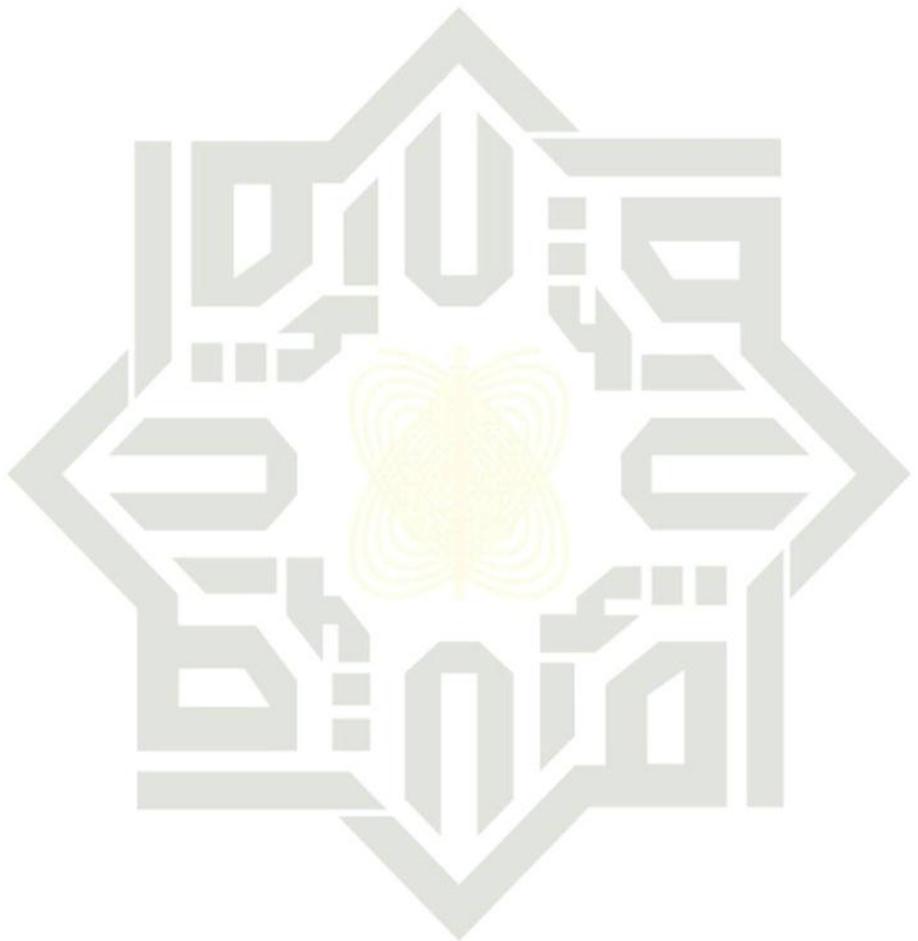
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Hak Cipta dan Undang-Undang UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Sejarah Umum Perusahaan

PT. Perkebunan Nusantara V (PTPN V)<sup>52</sup>, merupakan sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang perkebunan. Produk komoditi utama : *Crude Palm Oil*, Standard Indonesian *Rubber* dan *Smoke Rubber Sheet*. Untuk menghasilkan produk tersebut, PT. Perkebunan Nusantara V mengelola 86.353 ha kebun inti, 72.964 ha kebun plasma, 12 buah PKS dengan kapasitas olah 570 ton TBS/hari, pabrik karet dengan kapasitas olah 50 ton karet kering/hari dan Pabrik *Palm Kernel Oil*.

PTPN V adalah anak perusahaan perkebunan di bawah PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) / Holding Perkebunan BUMN. Wilayah kerja PTPN V adalah provinsi Riau yang tersebar di lima kabupaten yakni Kabupaten Kampar, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak dan Kabupaten Indragiri Hulu.

PT Perkebunan Nusantara V yang selanjutnya disebut “Perusahaan”, pada awalnya merupakan Badan Usaha Milik Negara yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No. 10 tahun 1996 tanggal 14 Februari 1996 tentang Penyetoran Modal Negara Republik Indonesia untuk pendirian Perusahaan. Pada awalnya merupakan konsolidasi proyek-proyek pengembangan kebun eks PT Perkebunan (PTP) II, PTP IV dan PTP V di Provinsi Riau.

Anggaran Dasar Perusahaan diaktakan oleh Harun Kamil SH., Notaris di Jakarta dengan Akta No. 38 tanggal 11 Maret 1996 dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. C2-8333.HT.01.01TH.96 tanggal 8 Agustus 1996 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 80 tanggal 4 Oktober 1996 serta Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 8565/1996.

<sup>52</sup> Company Profil PTPN V, 2019



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

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

Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir sejalan dengan terbitnya Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 2014 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia ke dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara yang mengalihkan 90% saham PTPN V dari milik Negara menjadi milik PTPN III. Perubahan struktur saham ini merubah status Perusahaan dari BUMN menjadi Perusahaan Holding BUMN Perkebunan dengan PTPN III sebagai *champion*. Perubahan tersebut diatas dituangkan dengan Akta No. 26 tanggal 23 Oktober 2014 dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan, SH. M.Kn. Notaris di Jakarta Selatan. Dan telah mendapat pengesahan dari Menkumham RI melalui Surat Nomor: AHU-10531.40.20.2014 tanggal 04 November 2014.

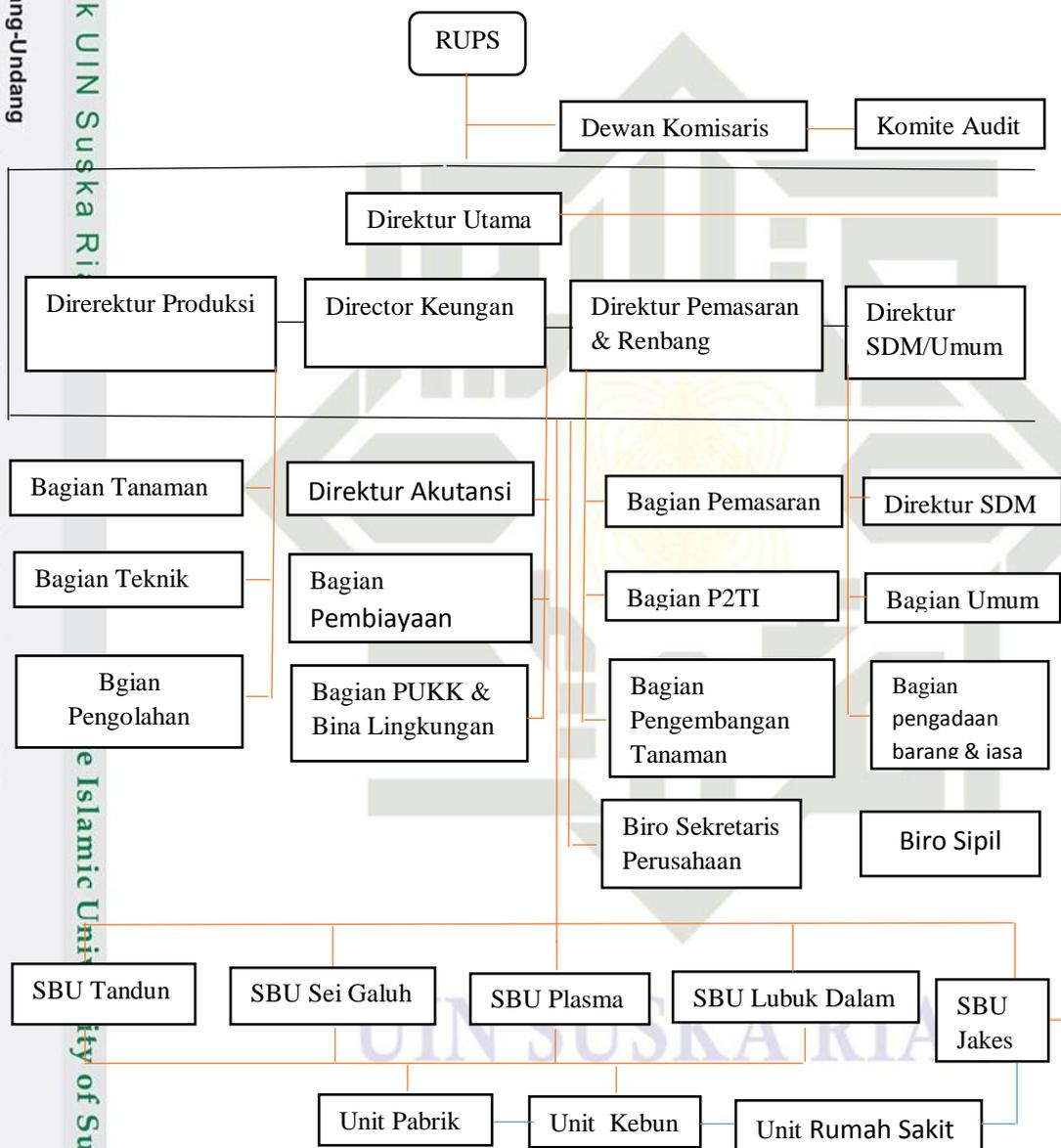
Perusahaan per Desember 2014 memiliki kebun inti sawit dengan total luas areal tanaman seluas 78.340,09 Ha dengan komposisi TM seluas 57.419,60 ha, TBM seluas 17.540,09 ha, TB/TU/TK seluas 2.736, areal bibitan seluas 127,40 ha dan areal non produktif seluas 517 ha. Perusahaan juga memiliki kebun inti karet dengan total luas areal 8.184 ha dengan komposisi TM seluas 5.215 ha, TBM seluas 2.898 ha, TB/TU/TK seluas 68 ha dan bibitan seluas 3 ha.

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

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

ialah seluruh tanaman Perusahaan merupakan tanaman Gen-2 yang diharapkan lebih produktif dibandingkan Gen-1, sebagai buah dari inovasi berlanjut di bidang budidaya tanaman.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT Perkebunan**  
**Nusantara V Pekanbaru**



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

## B. Wilayah Operasi

PT. Perkebunan Nusantara V merupakan salah satu perusahaan negara, yaitu BUMN yang berada di Provinsi Riau, Perusahaan ini hingga sekarang telah mengelola 49 unit kerja yang semuanya tersebar di Provinsi Riau. Kesemuanya mencakup kedalam satu badan usaha yang besar dan kompleks yaitu PT. Perkebunan Nusantara V. PT. Perkebunan Nusantara V ini bernaung dibawah wadah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dibawah pengawasan Kementerian Republik Indonesia. Rincian unit usaha PT. Perkebunan Nusantara V ini yaitu terdiri dari:

1. Satu unit kantor pusat di Pekanbaru
2. Enam unit kantor bisnis strategi (UBS)
3. Dua puluh enam unit kebun Inti/Plasma
4. Dua belas unit pabrik kelapa sawit (PKS)
5. Unit tambahan berupa 3 unit rumah sakit

PT. Perkebunan Nusantara V sekarang ini memiliki area wilayah seluas 154.635 Ha. Areal seluas ini di kelola sendiri oleh perusahaan, wilayah areal perusahaan tersebut terdiri dari 80.138 Ha lahan sendiri/inti dan 74.497 Ha lahan plasma. Komoditas produksi yang dihasilkan PT. Perkebunan Nusantara V ini, terdiri dari produksi minyak kelapa sawit dan produksi karet.

## C. Visi dan Misi PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

### 1. Visi PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

Menjadikan perusahaan perkebunan yang tangguh, mampu tumbuh dan berkembang dalam persaingan global. Visi Perusahaan sudah mengalami tiga kali perubahan sesuai dengan kebutuhan dalam rangka pengembangan perusahaan. Penjelasan secara detail Visi perusahaan diuraikan dibawah ini :

- a. Perusahaan Perkebunan

Bisnis utama Perusahaan adalah industri perkebunan.

- b. Tangguh

Tidak goyah dan tidak kehilangan arah dalam kondisi adanya tekanan atau goncangan, baik dari luar maupun dari dalam karena mempunyai sifat



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

keleluasaan (fleksibilitas) dan daya adaptasi yang tinggi. Tangguh dalam arti mempunyai kekuatan dalam persaingan yang tajam.

#### c. Tumbuh

Bertambah ukuran, baik vertikal dan horizontal. Pertumbuhan yang berkonsentrasi secara horizontal adalah memperluas segmen pasar, mengurangi potensi persaingan dan memperbesar skala ekonomi. Selain itu Perusahaan juga akan melakukan akuisisi atau *joint venture* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

#### d. Berkembang

Perusahaan akan mengembangkan bisnis yang selama ini disediakan perusahaan lain, baik yang disediakan pemasok maupun distributor. Hal ini dilakukan dengan cara mendirikan anak perusahaan yang baru untuk pemasok bahan baku dan bahan setengah jadi untuk kebutuhan produk maupun jasa. Perusahaan juga berkonsentrasi untuk berkembang melalui akuisisi. *Merger, joint venture* atau membeli perusahaan lain yang bertujuan untuk memasok kebutuhan barang bisnis pelanggan. Selain itu, perusahaan berupaya untuk berkembang melalui diversifikasi atau penambahan produk atau divisi baru yang berbeda dengan produk atau divisi yang telah ada dengan tujuan untuk menjaga pangsa pasar, mengurangi persaingan, menekan biaya dan meningkatkan keuntungan.

#### e. Persaingan Global

Perusahaan akan berupaya secara terus menerus meningkatkan kapabilitasnya agar dapat tumbuh dan berkembang dalam persaingan di era globalisasi. Perusahaan harus mempunyai kekuatan dalam hal produk, kemampuan pasar, keuangan dan manajemen.

## 2. Misi PT. Perkebunan Nusantara V

Mengelola agroindustri kelapa sawit dan karet secara efisien bersama mitra, untuk kepentingan *stakeholder*, berwawasan lingkungan, unggul dalam pengembangan sumber daya manusia dan teknologi. Penjelasan secara detail Misi Perusahaan diuraikan dibawah ini :



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

### Agroindustri

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

### Kelapa sawit dan karet

Adalah jenis budidaya yang dikelola dan menjadi core business dalam industri perkebunan.

### Efisien Efisiensi

Adalah ukuran yang menunjukkan bagaimana baiknya sumber daya digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan output.

### d. Mitra

Dalam melakukan kegiatannya, Perusahaan mengembangkan dan menjalankan prinsip-prinsip kemitraan untuk tumbuh dan berkembang bersama (*Growth of Equality*). Pertumbuhan dan perkembangan yang dialami oleh Perusahaan juga harus dialami oleh pertumbuhan dan perkembangan mitra-mitra Perusahaan. Perusahaan tidak menganut prinsip-prinsip egoistis yang hanya memikirkan diri sendiri untuk tumbuh dan berkembang.

### e. Kepentingan Stakeholder

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

### f. Berawasan Lingkungan

Perusahaan akan terus menerus meningkatkan kualitas lingkungan hidup di tempat beroperasinya melalui penerapan sistem manajemen lingkungan dan meningkatkan kesadaran kepada seluruh jajarannya akan pentingnya pelestarian lingkungan.

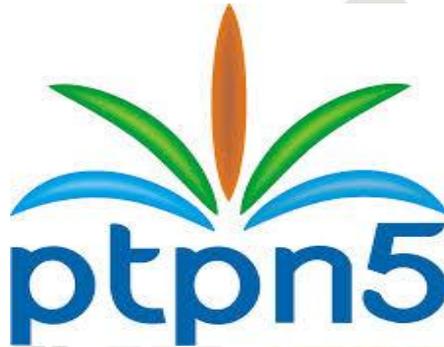
### g. Unggul

Perusahaan akan terus menerus meningkatkan daya saing melalui keunggulan SDM merupakan kunci keberhasilan Perusahaan dalam penguasaan teknologi dan peningkatan daya saing. Karakteristik SDM yang akan di kembangkan adalah :

- 1) Memiliki kemauan dan kemampuan untuk mengembangkan diri
- 2) Mampu bekerja secara profesional dan dalam team work

- 3) Memiliki kemampuan berkomunikasi
- 4) Memiliki daya saing individu yang kuat
- 5) Memiliki motivasi untuk berkarya demi memajukan Perusahaan
- 6) Memiliki sifat proaktif (kreatif dan inisiatif) dan antisipatif. Memiliki sikap mental maju

### Logo PT Perkebunan Nusantara V



Seperti yang terlihat diatas. Maka secara garis besar makna logo PT Perkebunan Nusantara V, yaitu:

1. Tulisan logo (*logo type*) 'ptpn 5' yang ditaruh simetris tepat di bawah logo mark melambangkan pohon sawit yang berakar dari perkebunan PTPN V serta pemilihan huruf non capital memperlihatkan keterbukaan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang bersama mitra.
2. Warna kuning-orange personifikasi '*core bussine*' yaitu berupa minyak mentah kelapa sawit (CPO), identitas Provinsi Riau, dan etos kerja insan perseroan yang mengoperasikan perusahaan.
3. Warna hijau juga merupakan personifikasi '*core production*' yaitu perkebunan ramah lingkungan.
4. Warna biru memberikan arti perusahaan yang siap bersaing secara global dan menjadi wadah bagi semua elemen penting perusahaan. Selain visi dan misi perusahaan tentunya juga mengusung nilai-nilai perusahaan yang menjadi motivasi bagi seluruh anggota internal perusahaan. Selain itu perusahaan mengelola bisnis secara transparan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

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

## Sistem dan Tata Nilai Perusahaan

Falsafah

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

Motto

“Journey to excellence” (menuju keunggulan)

Corporate culture

“SINERGI, INTEGRITAS, PROFESIONAL”(SIPro)

## 4. Kompetensi Inti

Mengelola Kebun inti, Plasma dan Kemitraan dalam pemenuhan bahan baku untuk menghasilkan produk yang berkelanjutan dan sesuai harapan besar.<sup>53</sup>

## F. Ketenagaan

PT.Perkebunan Nusantara V Pekanbaru didukung oleh bebrapa bagian pekerjaan yaitu bagian sekretaris perusahaan, bagian SPI, bagian tanaman, bagian teknik/pengolahan, bagian keuangan, bagian pemasaran, bagian perencanaan strategis, bagian sdm, bagian hukum, bagian pengadaan, dan bagian pengelolaan kelapa sawit.

**Tabel 4.1**  
**Daftar Jumlah Karyawan bagian PT.Perkebunan**  
**Nusantara V Pekanbaru<sup>54</sup>**

No	Bugian	Jumlah Karyawan
1	Sekretaris Perusahaan	107
2	SPI	24
3	Tanaman	25
4	Teknik Pengolahan	31
5	Keuangan	52
6	Pemasaran	41
7	Perencanaan Starategis	48
8	SDM	33
9	Hukum	67
10	Pengadilan	18
11	Pengelolaan Kelapa Sawit	19
	<b>Total</b>	<b>455</b>

<sup>53</sup> Dokumentasi PTPN V, 2018

<sup>54</sup> Dokumentasi SDM, 2019

## Bidang Usaha

Sebagai salah satu Perseroan perkebunan milik negara yang telah cukup lama bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit dan karet, sampai saat ini Perseroan tetap fokus pada kedua bidang usaha andalan tersebut. Untuk meningkatkan kinerjanya, Perseroan melakukan berbagai usaha antara lain meningkatkan volume dan kualitas produksi hasil olah minyak sawit (CPO), inti sawit, Palm Kernel OIL (PKO), Plam Kernel Meal (PKM), Ribbed Smoked Shett (RSS), Standard Indonesia Rubber 10/20 (SIR 10/20) dan produk lainnya.

Dengan mutu hasil produksi sesuai standar nasional dan internasional diharapkan komoditikomoditi tersebut dijual dan dipasarkan dengan hasil yang optimal. Selain itu Perseroan melakukan efisiensi dan efektifitas di semua lini produksi termasuk didalamnya kegiatan pembukaan lahan, penanaman ulang, pengolaha lahan, pembibitan, penanaman, pemeliharaan, dan kegiatan lainnya seperti penegembangan kebun plasma.

### 1. Minyak Sawit dan Inti Sawit.

Perseroan mengelola kebun inti dan kebun plasma berikut 12 pabrik Kelapa Sawit (PKS) dan Pabrik PKO dan PKM yang menjadi tulang punggung operasional Perseroan yang menghasilkan minyak sawit dan inti sawit. Produk yang dihasilkan harus memenuhi kriteria baku mutu standar nasional maupun internasional agar dapat diterima pasar. Untuk itu Perseroan berupaya menjaga kualitas produk dengan penanganan seluruh rangkaian proses produksi dengan baik dan benar sesuai standar. Sekitar 98% CPO dipasarkan didalam negeri dan sisanya diperuntukan pasar luar negeri. Sedangkan seluruh produksi inti sawit diolah kembali menjadi PKO dan PKM yang dipasarkan di dalam dan luar negeri.

### 2. Karet

Hasil produksi kebun karet Perseroan diolah di pabrik karet Remeh menjadi SIR 20. Seperti halnya produk minyak sawit, mutu produk yang dihasilkan harus sesuai dengan standar nasional maupun internasional agar dapat diterima pasar didalam negeri dan luar negeri.

## **Struktur Organisasi Perusahaan**

Pada suatu pencapaian tujuan organisasi perusahaan, diperlukan suatu struktur organisasi dimana para karyawan, usaha-usaha dikoordinasikan serta tersusun dari sejumlah subsistem yang saling berhubungan dan bekerjasama atas dasar pembagian tugas dan wewenang serta mempunyai tujuan tertentu. Didalam suatu perusahaan, manajemen mempunyai hubungan yang erat dengan organisasi. Setiap organisasi harus mempunyai manajemen agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

Untuk itu maka diperlukan struktur organisasi yang merupakan suatu alat manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan baik.

### **1. Uraian Jabatan Kepala Urusan Manajemen Resiko, Legal, Kepatuhan dan Hubungan Investor PT. Perkebunan Nusantara V<sup>55</sup>**

#### **a. Identitas Jabatan**

Nama Jabatan : Kepala Sub Bag Humas, Hubungan Investor

Nama Bagian : Bagian Sekretaris Perusahaan

Kode Bagian : 05.00

#### **b. Tujuan Jabatan**

Membantu Kepala Bagian Sekretaris Perusahaan dalam merumuskan perencanaan, pengelolaan dan pengembangan jangka panjang aspek kegiatan sekretaris perusahaan, dan melaksanakan aspek kehumasan serta hubungan investor dan pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

#### **c. Tanggung Jawab**

- 1) Tersusunnya rencana kerja tahunan Sub Bag Humas, Hubungan Investor.
- 2) Menyusun program kegiatan dan anggaran Sub Bagian.
- 3) Melaksanakan kegiatan kehumasan, hubungan investor, dan GCG
- 4) Melaporkan kegiatan kehumasan, hubungan investor dan GCG secara berkala

<sup>55</sup> Dokumentasi Humas 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Menilai prestasi kerja Staf Sub Bag dan seluruh karyawan pelaksana yang dinilai oleh Asisten Urusan.

### **Tugas Pendukung**

- 1) Mengikuti perkembangan Undang – undang dan peraturan – peraturan yang terkait dengan aspek kehumasan, hubungan investor, GCG.
- 2) Melayani tamu – tamu perusahaan yang berhubungan dengan Humas, Hubungan Investor, GCG.
- 3) Menjaga citra perusahaan.
- 4) Mendukung terlaksanya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti Sistem Manajemen Kinerja, Sistem Manajemen Mutu ISO 9000 series, GCG, KPKU, dan sistem – sistem manajemen lainnya.
- 5) Melakukan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian.

### **e. Hubungan Kerja**

- 1) Internal Perusahaan
  - a) Seluruh Bagian di Kantor Pusat, seluruh Unit Kerja Kebun/Pabrik dan seluruh Unit Kerja lainnya yang berkaitan dengan Sub Bag Humas, Hubungan Investor
  - b) Bagian Pembiayaan dan Akuntansi, dalam hal keuangan, anggaran dan laporan.
  - c) Bagian SPI, dalam hal pengawasan internal dan eksternal.
  - d) Bagian SDM, dalam hal pengelolaan SDM di Sub Bag Humas, Hubungan Investor.
- 2) Eksternal Perusahaan
  - a) Kementerian BUMN dalam hal membantu hubungan antara Perusahaan/Manajemen dengan Pemegang Saham/Pemilik.
  - b) Lembaga/Konsultan Hukum dalam hal Sub Bag Humas, Hubungan Investor.
  - c) Institusi atau Lembaga dan *Stakeholder* eksternal lainnya yang terkait dengan kegiatan Sub Bag Humas, Hubungan Investor.

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

## uraian Jabatan Staf Sub Bag Humas & Portal<sup>56</sup>

### a. Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Asisten Urusan Humas

Nama Bagian : Bagian Sekretaris Perusahaan

Kode Bagian : 05.00.

Atasan Langsung : Kepala Sub Bag Humas, Hubungan Investor

### b. Tujuan Jabatan

Melaksanakan kegiatan humas dan portal secara efektif dan efisien sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.

### c. Tanggung Jawab

- 1) Terlaksananya kegiatan humas dan portal secara efektif dan efisien sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.
- 2) Terlaksananya pengembangan kualitas karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.

### d. Wewenang

- 1) Mengelola karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 2) Melakukan penilaian terhadap karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 3) Mengusulkan promosi bagi karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya sesuai ketentuan yang berlaku.

### e. Tugas Pokok

- 1) Menyiapkan draft pedoman RKAP yang berkaitan dengan Humas, Portal.
- 2) Menyiapkan draft program kegiatan dan anggaran humas, portal.
- 3) Mengumpulkan informasi dari sumber terkait untuk keperluan publikasi.
- 4) Melaksanakan dokumentasi foto, video, peliputan berita, wawancara, serta survei data untuk kepentingan perusahaan.
- 5) Melaksanakan pengarsipan berita (kliping), distribusi kliping, serta perhitungan tone pemberitaan terkait perusahaan.

<sup>56</sup> Dokumentasi Humas 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- 6) Menyiapkan bahan publikasi korporasi untuk pihak internal maupun eksternal.
  - 7) Menyiapkan bahan – bahan untuk pelayanan informasi kepada pihak–pihak terkait sesuai kewenangan.
  - 8) Menerima tamu – tamu perusahaan.
  - 9) Menilai prestasi kerja seluruh karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
  - 10) Menyiapkan draft laporan pelaksanaan program dan kegiatan humas.
  - 11) Mengelola website *www.ptpn5.com* dan Portal Publik kementerian BUMN untuk perusahaan

#### f. Tugas Pendukung

- 1) Mengikuti perkembangan dibidang humas untuk mendukung kelancaran tugas.
- 2) Melayani tamu – tamu perusahaan yg berhubungan dengan Urusan Humas.
- 3) Menjaga citra perusahaan.
- 4) Mendukung terlaksananya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti Sistem Manajemen Kinerja, Sistem Manajemen Mutu ISO 9000 series, GCG, dan sistem-sistem manajemen lainnya.
- 5) Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Urusan dan Kepala Bagian

#### Hubungan Kerja

- 1) Internal Perusahaan
  - a) Seluruh Bagian di Kantor Pusat, seluruh Unit Kerja Kebun/Pabrik dan seluruh Unit Kerja lainnya yang berkaitan dengan Urusan Humas.
  - b) Bagian Pembiayaan dan Akuntansi, dalam hal keuangan, anggaran dan laporan.
  - c) Bagian SPI, dalam hal pengawasan internal.
  - d) Bagian SDM, dalam hal pengelolaan SDM di Urusan.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

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

- 2) Eksternal Perusahaan
  - a) Instansi Pemerintah (Pemko, Pemkab, Kepolisian, dll), dalam hal kegiatan humas.
  - b) Institusi atau Lembaga dan Stakeholder eksternal yang terkait dengan kegiatan Urusan Humas.

### **Uraian Jabatan Staf Sub Bag Hubungan Investor, GCG**

#### **a. Identitas Jabatan**

Nama Jabatan : Staf Sub Bag Hubungan Investor, CGC Investor

Nama Bagian : Bagian Sekretaris Perusahaan

Kode Bagian : 05.00

Atasan Langsung : Kepala Sub Bag Humas, Hubungan Investor

#### **b. Tujuan Jabatan**

Melaksanakan kegiatan administrasi hubungan investor dan pengelolaan tata kelola perusahaan yang baik/*good corporate governance* sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku.

#### **c. Tanggung Jawab**

- 1) Terlaksananya kegiatan administrasi hubungan investor dan pengelolaan tata kelola perusahaan yang baik/*good corporate governance* sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku.
- 2) Terlaksananya pengembangan kualitas karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.

#### **d. Wewenang**

- 1) Mengelola karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 2) Melakukan penilaian terhadap karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 3) Mengusulkan promosi bagi karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.

#### **e. Tugas Pokok**

- 1) Menyiapkan draft pedoman RKAP yang berkaitan dengan Hubungan Investor, GCG.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**f. Tugas Pendukung**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 2) Menyiapkan draft program kegiatan dan anggaran sub Bagian Hubungan Investor, GCG.
  - 3) Mengumpulkan bahan – bahan dan administarsi terkait kegiatan hubungan investor diantaranya namun tidak terbatas kepada penyelesaian aspek legal IPO, pendirian anak perusahaan maupun kerjasama dengan mitra strategis (KSO, JOA, BOT, dll)
  - 4) Membina hubungan dengan investor/mitra strategis.
  - 5) Mengumpulkan bahan – bahan pelaksanaan GCG di lingkungan Perusahaan.
  - 6) Melaksanakan pemantauan penerapan GCG.
  - 7) Melaksanakan *Assessment* GCG di lingkungan Perusahaan baik melalui kegiatan *self assessment* atau pendampingan asesmen GCG di lingkungan Perusahaan oleh assessor eksternal.
  - 8) Menilai prestasi kerja seluruh karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
  - 9) Menyiapkan draft laporan pelaksanaan program dan kegiatan Hubungan Investor, GCG.
- 1) Mengikuti perkembangan undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan hubungan investor dan GCG.
  - 2) Melayani tamu-tamu perusahaan yang berhubungan dengan Hubungan Investor dan GCG.
  - 3) Menjaga citra perusahaan.
  - 4) Mendukung terlaksananya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti Sistem Manajemen Kinerja, Sistem Manajemen Mutu ISO 9000 series, GCG, KPKU, dan sistem-sistem manajemen lainnya.
  - 5) Melakukan tugas – tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Bag dan Kepala Bagian.



- 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.

## gg Hubungan Kerja

- 1) Internal Perusahaan
  - a) Seluruh Bagian di Kantor Pusat, seluruh Unit Kerja Kebun/Pabrik dan seluruh Unit Kerja lainnya yang berkaitan dengan hubungan investor, GCG.
  - b) Bagian Pembiayaan dan Akuntansi, dalam hal keuangan, anggaran dan laporan.
  - c) Bagian SPI, dalam hal pengawasan internal.
  - d) Bagian SDM, dalam hal pengelolaan SDM di Hubungan Investor, GCG.
- 2) Eksternal Perusahaan
  - a) Kementerian BUMN dalam hal membantu hubungan antara Perusahaan/Manajemen dengan Pemegang Saham/Pemilik. Institusi atau Lembaga dan Stakeholder eksternal lainnya yang terkait dengan kegiatan Hubungan Investor, GCG.

Dengan adanya struktur organisasi yang baik dalam suatu perusahaan, maka pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing pegawai didalam perusahaan tersebut dapat diketahui secara jelas menurut susunan dari struktur organisasi seperti tergambar dalam Gambar 4.2 berikut ini:

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan dengan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis antumkan di bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru dalam membina hubungan antara lain yaitu :

1. Melakukan survey, program survey ini dinamakan *soft intex assessment* (SIA). Program ini bertujuan untuk mengeping, memetakan dan melihat apa saja kebutuhan masyarakat, sekaligus dampaknya terhadap perusahaan dan apa yang harus dilakukan perusahaan terhadap masyarakat.
2. Menjadikan masyarakat sebagai mitra.
3. Menjalni kerjasama dengan masyarakat melalui program tumbuh kembang bersama mitra
4. Melakukan sosialisasi, publikasi, dan kampanye dengan tujuan agar eksistensi perusahaan dapat diketahui oleh masyarakat.
5. Serta menjalankan proses komunikasi dan pengevaluasian jenis komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi dua arah. Media komunikasi yang digunakan yaitu media *online* dan media sosial.

### B. Saran

Dari kesimpulan yang telah dijabarkan di atas maka saran yang dapat penulis berikan pada penelitian ini yakni sebagai berikut :

Diharapkan kepada Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru agar lebih memperhatikan evaluasi terhadap kebijakan yang telah dilakukan. Sebab evauasi inilah yang akan menjadi kunci keberhasilan strategi yang telah diterapkan oleh Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru.



Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan wawancara yang lebih mendalam, mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait strategi Humas dalam membina hubungan dengan masyarakat.

Untuk perusahaan kedepannya tetap menjalin kerjasama dengan dengan masyarakat dan tumbuh kembang bersama mitra, memberikan informasi dan evaluasi komunikasi secara langsung ke masyarakat dan media agar citra perusahaan dapat diketahui oleh masyarakat.

Untuk Almamater sebagai Mahasiswa disarankan kepad peneliti selanjutnya harus mencari informasi wawancara lebih mendalam sesuai dengan indikator dan observasi lokasi yang di teliti mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait strategi Humas dalam membina hubungan dengan masyarakat.

#### Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

#### Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

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



## DAFTAR PUSTAKA

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 dimiliki UIN Suska Riau  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Buku:  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Anggoro, M. Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2000
- \_\_\_\_\_. *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2001
- \_\_\_\_\_. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2008
- Ardianto, Elvinaro. *Public Relations Praktis*. Jakarta: Widya. 2009
- \_\_\_\_\_. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama. Media: Bandung. 2010
- Effendy, Onong Uchjana. *Human Relation dan Public Relation*. Bandung: Bandar Maju Bandung. 1994
- \_\_\_\_\_. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2009
- Kusumastuti. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Ghaila Indonesia. 2002
- Maleong, Lexy J. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2000
- Morrihan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana. 2008
- Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga. 2007
- Rachmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2005
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2005
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2006
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013



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

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

© *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014

Demirat, Saleh. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008

Sebkato, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2006

Assumpta Rumanti. *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia. 2002

Subagio, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011

#### Jurnal dan Skripsi :

Abimanyu, Zemira Prabarini. *Strategi Media Relations Untuk Membangun Good Governance (Studi Kasus di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden)*, Jurnal e-Proceeding of Management. Vol. 2 No. 3 Desember Tahun 2015

Arumsari, Adelina. *Strategi Corporate Public Relations Perusahaan dalam Rangka Membina Hubungan dengan Stakeholder*. Bandung: Universitas Islam Bandung. 2011

Gifari, Fahrizal. *Strategi Asia PR dalam Memperkuat Hubungan Media dengan Forum Wartawan Otomotif (Forwot)*. Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Vol. 1 No. 2. Februari 2017

Kinash, Destika Putri. *Strategi Humas Setda Kabupaten Wonogiri dalam Menjalinkan Hubungan Baik dengan Media*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2017.

Laudry Steven. *Strategi Public Relations Hotel Inna Simpang Surabaya dalam Menjalinkan Relasi dengan Media*. Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol 4. No. 1 Tahun 2016.

Muawan, Zaqiyah. *Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar)*. Surakarta: IAIN Surakarta. 2017

Rahutomo, Adi Nugroho. *Strategi Humas dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir*. Kalimantan Timur : Universitas Mulawarman. 2013

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Rumini, Marlanny, Desie Warouw, & Stefi Harilama, *Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Di Ranotana, Journal, Vol.3 No.1* (September 2014)
- Soyusri, Dewy. *Strategi Humas dalam Menjalin Good Relationship dengan External Stakeholder UAD*. Jurnal Komuniti, Vol. VIII No. 2. September 2016
- Mulkifli, Ari. *Strategi Public Relations PT RAPP Dalam Membangun Citra positif Perusahaan*. Pekanbaru: Uin Suska Riau. 2013
- Internet :**
- Abdul Aziz, <https://www.gatra.com/detail/news/419519/ekonomi/bola-panas-di-ptpn-v> (Diakses Pada Tanggal 9 Maret 2020 Pukul 14.12 WIB)
- Arif Gunawan, <https://sumatra.bisnis.com/read/20190503/533/918394/2.800-hektare-lahan-sengketa-ptpn-v-diserahkan-ke-masyarakat>, (Diakses Pada Tanggal 9 Maret 2020 Pukul 14.30 WIB)

- 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 – LAMPIRAN



**Gambar 1. Wawancara dengan Informan**



**Gambar 2. Wawancara dengan Informan**

- 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. Kegiatan PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru**



**Gambar 4. Kegiatan Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru**

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.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**AULIA RAHMAN** , lahir di Pekanbaru, pada tanggal 30 Oktober 1997 merupakan anak ke empat dari 5 ( lima ) bersaudara, lahir dari pasangan Ayahanda Sanion Krisno dan Ibunda Dra. Yusmaini. Pada tahun 2004 memulai pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar di SDN 030 Kecamatan Tampan, Panam ,Pekanbaru.

Lulus pada tahun 2010. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan pada SMP N 21 Pekanbaru selama 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2010 sampai tahun 2013. Tamat dari SMP N 21 Pekanbaru tersebut, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK N 4 Pekanbaru 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2013 sampai tahun 2016. Kemudian pada tahun 2016 berkat restu dan doa kedua orang tua, penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 (S-1) tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dengan jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis melaksanakan magang selama 2 ( dua bulan ) di Bank Indonesia yang di Pekanbaru. Selain itu penulis juga aktif dalam beberapa kegiatan organisasi baik internal maupun eksternal kampus. Atas berkat dan rahmat Allah Subhanahu WaTa'ala serta do'a dan dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **"Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru Dalam Membina Hubungan Dengan Masyarakat."** di bawah bimbingan langsung Ibuk Dra. Aji Sukaesih, M.Si. Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 10 Agustus 2020, penulis dinyatakan **LULUS** dan telah berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Bismillahirrahmanirrahim, walhamdulillah