

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini, peneliti menyajikan data dengan metode penelitian deskripsi kualitatif, melalui eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena sosial dan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, namun bukan angka-angka.

Kegiatan pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya riset. Seorang periset seharusnya memperoleh data yang relevan, artinya yang ada kaitannya langsung dengan masalah yang diteliti. Menurut Wimmer, metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, periset akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data: observasi, wawancara mendalam, dokumentasi (Kriyantono, 2009:95).

Secara umum tujuan *public relations* adalah untuk mengubah citra negatif dimata masyarakat menjadi citra positif yang akan membantu perusahaan untuk tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain dengan cara memperbaiki hubungan baik perusahaan dengan masyarakat ataupun perusahaan dengan media itu sendiri.

Dalam hal ini, penelitian melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang diambil secara *purposif*, yaitu staf karyawan/ pelaksana PT Bank Riau Kepri. Serta menggunakan beberapa data dari hasil dokumentasi yang dilakukan oleh Ka. Bagian *publik relations* (humas) yang berkaitan dengan penelitian. Kemudian hasil data-data ini disajikan dalam bentuk pengolahan hasil wawancara dan observasi serta dokumentasi sebagai data pendukungnya. Untuk lebih jelas penelitian akan menguraikan hasil

observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai *Aktivitas Public Relations PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Media*.

A. Aktivitas Public Relations PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Media

Public relations membutuhkan media (cetak/elektronik) dan media (cetak/elektronik) membutuhkan *public relations*. Ungkapan ini menunjukkan bahwa pada kenyataannya, dalam kegiatan sehari-hari, media (cetak/ elektronik) dan *public relations* saling membutuhkan dalam menjalankan tugasnya. Untuk menyampaikan pesannya kepada masyarakat (publik), seorang *public relations* tidak mungkin dapat menjangkau khalayak sasarannya yang tersebar luas tanpa bantuan media. Dan media juga membutuhkan *public relations* sebagai sumber berita bagi media.

Sebelumnya, peneliti akan mencoba untuk menjelaskan bagaimana aktivitas *public relations* PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru dalam menjalin hubungan dengan media. Seperti yang diungkapkan Syarifah Farra Annisa dalam wawancara “Sampai saat ini aktivitas *public relations* Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru dengan pihak media sudah lancar dan baik. Hal ini terlihat dari *public relations* yang menjadi corong perusahaan. Seperti yang kita ketahui bahwa *public relations* sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan dan bermanfaat dengan publiknya yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan itu sendiri,” (wawancara: Syarifah Farra Annisa, Pelaksana, 9 Mei 2014).

Sebagai seorang *public relations* keberadaan media sangatlah membantu aktivitasnya sebagai sarana dalam penyampaian informasi dari perusahaan kepada

masyarakat selain itu keberadaan media juga membantu perusahaan dalam mendapatkan citra positif di masyarakat luas.

Dalam kegiatan penyebaran informasi jasa/ produk *public relations* tanpa kerjasama dengan media sangat mustahil suatu perusahaan bisa dikenal masyarakat, karena pada umumnya informasi yang cepat berubah sangat tidak mungkin perusahaan bisa berkompetisi dan bersaing tanpa menjalin hubungan baik dengan media. Menurut Nova Sandy “Awal mulanya PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru menjalin kerjasama dengan media yaitu sejak awal berdiri tahun 1962. Bentuk kerjasamanya dalam bentuk sponsor, ikut mendukung suatu acara dan ikut dalam kegiatan yang dilakukan dilingkungan masyarakat seperti event-event kesehatan, event-event yang ada yang dilakukan di Universitas dan lain-lain, dengan kegiatan semacam itu media akan melihat PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru serta sebagai sarana dalam membentuk citra positif dan melaksanakan hubungan dengan media yang efektif,” (wawancara: Nova sandy, Pelaksana, 9 Mei 2014).

Peran media dalam suatu perusahaan sangat lah berarti dalam membantu pembentukan citra positif perusahaan. Oleh sebab itu keefektifitas, keharmonisan dalam menjalin hubungan media haruslah terus terjalin. Menurut pengamatan/ observasi (12 Maret 2014), pihak PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru melakukan kerjasama dengan beberapa pihak media. Hal ini juga yang sesuai dikatakan oleh Nova Sandy “Pihak PT. Bank Riau Kepri (Kepulauan Riau) Tbk Pekanbaru saat ini berkerjasama dengan beberapa media elektronik seperti : Oplah, media cetak (Tribun Pekanbaru, Riau Pos, Haluan Riau, Harian Vokal, Koran Riau),” (Wawancara: Nova Sandy, Pelaksana, 09 Mei 2014).

Dari uraian wawancara yang telah diuraikan, tentu saja penyampaian berita, jasa/ produk terjadi karena adanya hubungan baik yang terjalin antara pihak PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru dengan media. Adapun bentuk aktivitas *public relations* dalam menjalin hubungan dengan media adalah sebagai berikut : Mediasi, dan Media

a. Mediasi

Dalam mediasi penulis memberikan pertanyaan kepada tim pelaksana/ staf *public relations* yakni kapan saja mediasi dilakukan.

Menurut Syarifah Farra Annisa “ setiap ada pemberitaan yang tidak benar di media, kami langsung melakukan mediasi dengan pihak media dan perusahaan. Agar pemberitaan negatif tentang perusahaan tidak sampai berkelanjutan yang nantinya akan merubah pandangan masyarakat tentang perusahaan, (Wawancara: Syarifah Farra Annisa, Pelaksana, 09 Mei 2014).”

Sama hal nya dengan Nova Sandy penulis juga memberikan pertanyaan kapan saja mediasi itu dilakukan dan informasi apa saja yang diberikan dalam melakukan mediasi. Menurutnya :

“Biasanya pemberitaan negatif itu akan dikontrol atau diklarifikasi yang bersifat lebih kepada mediasi. Kami berharap dalam hubungan yang baik dengan pihak media dapat mempermudah dalam melaksanakan tujuan yang diinginkan. Dan informasi yang diberikan ya selalu yang sebenarnya atas apa yang terjadi dalam suatu berita (Wawancara: Nova Sandy, Pelaksana, 09 Mei 2014).”

Hadi Sarmita juga menjawab pertanyaan siapa saja yang terlibat dalam mediasi dan hambatan apa saja yang terjadi saat melakukan mediasi.

Beliau menjawab “yang terlibat dalam melakukan mediasi pun langsung pimpinan divisi yang terkait dan hambatan yang terjadi dalam mediasi sejauh ini masih dapat diatasi dengan melakukan mediasi, (Wawancara: Hadi Sarmita, Pelaksana, 09 Mei 2014).”

Peran *public relations* dalam keberhasilan organisasi memiliki peran penting dalam mediasi komunikasi antara pihak organisasi dan pihak publik. Seorang *public relations* memiliki visi dalam membangun citra baik organisasi agar terhindar dari publik yang dapat menjatuhkan perusahaan yang dijalankan. Dalam membangun suatu kerjasama antara perusahaan dan *public relations* memiliki strategi sebagai informasi satu sama lain agar kedua belah pihak dapat menjalin kerjasama yang baik.

Ketika saat berita yang tidak benar muncul di media pihak *public relations* haruslah mampu melakukan mediasi guna mendapatkan kejelasan atas berita yang tidak benar. Adakalanya pemberitaan positif dapat berubah menjadi negatif. Hal ini diakibatkan karena kurang lengkapnya informasi yang diperoleh oleh penerima menyebabkan perbedaan pendapat dan tanggapan masyarakat mengenai informasi yang disampaikan oleh PT. Bank Riau Kepri. Isu negatif itulah yang perlu diklarifikasikan melalui pertemuan antara publik, media dan perusahaan hal ini dilakukan untuk mendapatkan kebenaran atas suatu pemberitaan.

Dengan adanya mediasi hubungan yang terjalin dengan media dapat tetap terjalin dan dapat mempermudah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Akan tetapi dalam mengambil keputusan didalam mediasi yang sesuai dengan permasalahan yang terjadi perbankan selalu melibatkan langsung pimpinan divisi yang terlibat, walaupun dalam

melakukannya hambatan-hambatan sering terjadi namun hambatan yang terjadi menjadi pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman dalam mediasi yang akan datang.

b. Media

Sub indikator dalam media yaitu media cetak dan media elektronik. Adapun pertanyaan yang diberikan penulis kepada tim pelaksana/ staf *public relations* adalah media cetak seperti apa saja yang digunakan PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru dalam melakukan kegiatannya.

Menurut Syarifah Farra Annisa “ Perusahaan memanfaatkan media cetak dalam menyebarkan informasi baik jasa/ produk. Media cetak yang digunakan seperti Koran Tribun Pekanbaru, Riau Pos, Haluan Riau, Harian Vokal dan Koran Riau, (Wawancara: Syarifah Farra Annisa, Pelaksana, 09 Mei 2014).”

Hal yang sama juga di perkuat oleh Hadi Sarmita dan Nova Sandy, mereka menjawab :

“ Perusahaan memanfaatkan media cetak dalam menyebarkan informasi baik jasa/ produk. Media cetak yang digunakan seperti Koran Tribun Pekanbaru, Riau Pos, Haluan Riau, Harian Vokal dan Koran Riau, (Wawancara: Hadi Sarmita dan Nova Sandy, Pelaksana, 09 Mei 2014).”

Selain media cetak penulis juga memberikan pertanyaan apakah media elektronik juga digunakan dalam menyebarkan informasi baik produk, jasa atau kegiatan. Dalam hal ini tim pelaksana/ staf *public relations* memberikan jawaban yang sama.

Syarifafah Farra Annisa menjawab “ Media elektronik juga kami manfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi baik produk, jasa, program ataupun kegiatan

yang kami lakukan, dimana perusahaan memiliki situs resmi yang dimana situs ini berisi tentang PT. Bank Riau Kepri yang bisa diakses oleh siapa saja melalui alamat www.bankriau.com atau melalui email kami corsec@bankriau.co.id (Wawancara: Syariffah Farra Annisa, Tim Pelaksana, 09 Mei 2014).

Hal yang sama juga dipertegas dan diperkuat oleh kedua rekan Syariffah yaitu Hadi Sarmita dan Nova Sandy, menurut mereka “media elektronik juga kami manfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi baik produk, jasa, program ataupun kegiatan yang kami lakukan. Kami juga memiliki situs resmi yang berisi tentang PT. Bank Riau Kepri Tbk Pekanbaru yang bisa diakses melalui www.bankriau.com (Wawancara: Hadi Sarmita dan Nova Sandy, Tim pelaksana, 09 Mei 2014).”

Dalam era teknologi informasi pada saat ini, di mana informasi menjadi komoditas utama dalam kehidupan, dan tanpa disadari media massa telah diposisikan sebagai mediator yang sangat penting dalam penyampaian pesan. Pesan dan informasi yang berasal dari belahan dunia dapat diketahui dalam hitungan detik yang dapat diakses oleh setiap individu. Keberadaan media ini lah yang sangat dimanfaatkan dalam menyebarkan informasi dari suatu perbankan kepada khalayak yang menjadi sasarannya.

Dalam hal ini penulis juga menayakan bagaimana pembayaran yang PT. Bank Riau Kepri dalam menggunakan media cetak, apakah memiliki kontrak atau tidak dan apa kelemahan media cetak yang perusahaan gunakan.

Menurut Syarifah Farra Annisa “perusahaan melakukan kerjasama dengan media cetak tidak melalui kontak selama 1 atau 2 tahun tapi kami melakukan kerjasama itu perbulan dimana pihak media sudah tahu jika perusahaan ingin memuat suatu berita

di media cetak pihak media tetap akan memuatnya untuk bulan berikutnya tapi yang perlu ditegaskan disini kami melakukan pembiayaannya perbulan bukan pertahun, (Wawancara: Syarifah Farra Annisa, Pelaksana 09 Mei 2014).”

Syarifah juga menambahkan bahwa “kelemahan media walaupun kami akuin media terkait kurang kreatif dan terlalu monoton dalam suatu pemberitaan tapi itu semua masih bisa kami atasi sejauh ini, (Wawancara: Syarifah Farra Annisa, Pelaksana 09 Mei 2014).”