

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini selayaknya perusahaan-perusahaan milik pemerintah/badan usaha milik negara (BUMN) ikut berpartisipasi dalam mensukseskan PT Taspen (Persero) cabang kota pekanbaru dalam mewujudkan visi dan misi perusahaannya tersebut. Berbagai macam cara dilakukan demi menciptakan pelayanan dan informasi yang baik. PT Taspen (Persero) selayaknya melaksanakan visi dan misi yang telah tersusun yang nantinya bertujuan untuk meksukseskan pelayanan dan informasi yang baik bagi peserta Taspen. Sehingga terciptalah kesejahteraan Peserta, baik peserta aktif maupun non aktif terhadap pelayanan ini.

Suatu perusahaan perlu menjalin hubungan dengan publik luar untuk memperluas langganan, memperkenalkan produksi, mencari modal, serta memecahkan persoalan dan kesulitan yang dihadapi. Pada intinya hubungan keluar (Eksternal humas) selain untuk menjalin hubungan yang erat dengan khalayak, juga salah satu tujuan utamanya adalah untuk menciptakan opini publik yang positif terhadap perusahaan tersebut. Untuk menciptakan opini publik terhadap suatu perusahaan, publik harus diberikan penerangan-penerangan yang lengkap dan objektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian dan dari padanya. Selain dari pada itu pendapat-pendapat dan saran-saran dari publik mengenai kebijaksanaan perusahaan itu harus diperhatikan dan dihargai.

Untuk itu humas sangat berperan dalam mewujudkan visi dan misi ini dengan melakukan pencitraan positif dimata Peserta Taspen. Humas (hubungan masyarakat) kini menjadi bagian terpenting dari gugusan manajemen organisasi. Hampir semua sektor usaha publik, mulai dari sektor usaha kecil-kecilan hingga sektor usaha raksasa membutuhkan peran humas sebagai upaya melancarkan target dan tujuan. Artinya: Humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan banjir informasi seperti saat ini (M. Linggar, 2000: 1)

Humas merupakan salah satu bentuk hubungan masyarakat, yang mempunyai peranan dalam meningkatkan produksi dan mampu meningkatkan perusahaan itu sendiri, sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat secara umum. Humas yang memiliki fungsi mewakili publik kepada manajemen dan manajemen pada publik sehingga tercipta arus komunikasi dua arah, baik informasi maupun perilaku.

Pembentukan Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No 9 tahun 1963 tentang Pembelianjaan Pegawai Negeri dan Peraturan Pemerintah No 10 tahun 1963 tentang tabungan asuransi dan pegawai negeri. Ketika itu PT Taspen memperoleh kantor sendiri di Jl. Merdeka No 64 Bandung. Adapun proses pembentukan Program Pensiun Pegawai Negeri ditetapkan dengan Undang-undang No 11 tahun 1956 tentang pembelianjaan Pensiun dan Undang-undang No 11 tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun janda/duda serta Undang-undang No 8 tahun 1974 tentang Pokok-pokok Kepegawaian.

Humas PT Taspen (Persero) sangat mempunyai peran penting dalam menjalankan dan memberikan peranan kepada para Peserta Taspen, karena humas merupakan jembatan bagi perusahaan atau instansi pemerintah untuk mencapai visi dan misinya. Praktisi humas adalah ujung tombak suatu organisasi atau perusahaan ataupun instansi pemerintahan yang mewakili publicnya. Artinya humas harus mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan yang diambil perusahaan. Humas bertindak sebagai juru bicara tetapi juga harus bertindak sebagai pengamat dan pendengar yang mewakili pimpinan dan organisasinya.

Dalam PT Taspen (Persero) terdapat visi dan misi untuk mencapai suatu tujuan kedepannya. Adapun Visi PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru yaitu Menjadi pengelola Dana Pensiun dan THT serta jaminan sosial lainnya yang terpercaya, sedangkan Misi PT Taspen (Persero) yaitu Mewujudkan manfaat dan pelayanan yang semakin baik bagi peserta dan stakeholder lainnya secara Profesional dan Akuntabel, berlandaskan Integritas dan Etika yang tinggi.

Setiap organisasi, perusahaan atau instansi pemerintah pasti mempunyai tujuan Visi dan Misi. Untuk mencapai Visi dan Misi ini harus membutuhkan seorang humas sebagai mediator dan kontribusi yang handal bagaimana itu semua bisa tercapai. Sudah seharusnya sebuah perusahaan memberikan informasi dan pelayanan yang baik dan bagi para pensiunan pada umumnya. Namun bagaimana prakteknya, apakah Kontribusi Humas dalam perusahaan yang dilakukan oleh Humas PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan sudah sesuai atau memuaskan dengan pelayanan dan informasi

pada para Peserta Taspen. Dan penulis mengamati humas belum sepenuhnya menyampaikan visi misi perusahaan kepada peserta Taspen.

Karena itulah penelitian ini dilakukan untuk lebih meningkat informasi dan pelayanan oleh PT Taspen (Persero) dan peserta taspen mengetahui dan memahami tentang visi dan misi Taspen. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara ilmiah bagaimana Kontribusi Humas dalam Mewujudkan Visi Misinya, maka penulis dapat mengambil judul yaitu : **“Kontribusi Humas PT Taspen (Persero) CabangKota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan”**

B. Alasan Pemilihan Judul

Judul ini diteliti karena penulis ingin mengetahui Kontribusi Humas dalam perusahaan yang dilakukan oleh Humas PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan. Dalam penelitian ini penulis mempunyai alasan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kontribusi Humas PT Taspen (Persero) cabang Kota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan.
2. Judul yang diteliti berdasarkan konsentrasi yang sedang ditekuni oleh peneliti yaitu Public Relations.
3. Penulis memiliki kemampuan untuk mengadakan penelitan dari segi waktu, lokasi, penelitian, dana dan buku pendukung dalam penelitian ini.

C. Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan pedoman untuk penelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami kajian, adapun penegasan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kontribusi adalah pemberian andil terhadap sesuatu kegiatan, peranan dalam keikutsertaan terhadap suatu bentuk partisipasi (Badudu, 1994: 364).

2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Kata lain dari humas merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya (Rosady, 2007: 5).

3. PT Taspen (Persero)

PT Taspen (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun bagi Pegawai Negeri Sipil yang dipimpin oleh Kepala Cabang (www.taspen.com).

4. Visi dan Misi

Visi adalah proses yang berorientasi pada pencapaian suatu keinginan baik pada masa jangka pendek maupun jangka panjang (Rosady, 2010:296).

Misi adalah sesuatu yang ideal yang ingin dicapai perusahaan yang dibuat untuk memberikan arah dan tujuan kepada mereka yang bekerja diperusahaan PT. Taspen (Persero) (Morrisan, 2008:155).

5. Perusahaan

Perseroan Terbatas sebagai perseroan (*corporation*), yakni perkumpulan yang berbadan hukum memiliki beberapa ciri substantif yang melekat pada diri perusahaan, yaitu:

1. Terbatasnya tanggung jawab.

Tanggung jawab pemegang saham hanya sebatas jumlah saham yang ia kuasai, selebihnya ia tidak bertanggung jawab.

2. Perpetual Succession

Sebagai sebuah perseroan yang eksis atas haknya sendiri, perubahan keanggotaan tidak memiliki akibat atas status atau eksistensinya.

3. Memiliki kekayaan sendiri

Semua kekayaan dimiliki oleh badan itu sendiri, tidak oleh pemilik, oleh anggota atau pemegang saham.

4. Memiliki kewenangan kontraktual serta dapat menuntut dan dituntut atas nama sendiri.

Badan hukum sebagai subjek hukum diperlakukan seperti manusia yang memiliki kewenangan kontraktual (Khairandy: 2007).

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

- a. Peserta belum sepenuhnya mengetahui tentang Visi dan Misi Perusahaan.
- b. Kebijakan-kebijakan apa saja yang dilakukan PT Taspen dalam mengelola dana pensiun dan Tabungan Hari Tua (THT)

2. Batasan Masalah

Dari permasalahan yang penulis teliti, maka penulis akan membatasi permasalahan sehingga pada nantinya tidak ada penyimpangan yang akan terjadi saat penelitian ini berlangsung dan juga akan dapat meminimalisir masalah yang akan ditimbulkan didalam penyajian data yang akan diteliti. Maka dari itu, batasan masalah penulis teliti yaitu kontribusi humas PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru dalam mewujudkan visi misi perusahaan.

3. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi masalah yang akan diteliti adalah: bagaimana Kontribusi Humas PT Taspen (Pesero) cabang Kota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kontribusi Humas PT Taspen (Pesero) cabang Kota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

1. Sebagai tambahan pengetahuan, pengalaman bagi penulis dan instansi lain guna memperdalam ilmu dibidang kehumasan.

2. Untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan ilmiah serta melatih menerapkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan.

b. Secara Praktis

1. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru
2. Penelitian ini bermaksud untuk memenuhi persyaratan sebagai tugas akhir perkuliahan, guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada Jurusan Ilmu Komunikasi di UIN SUSKA RIAU.

F. Kerangka Teoritis

1. Kerangka Teoritis

Agar masalah dalam penelitian ini mudah dipahami, maka diperlukan tinjauan para ahli/kerangka teoritis yang berkenaan dengan penelitian yang diteliti, dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Kontribusi

Kontribusi yang dimaksud adalah pemberian andil terhadap sesuatu kegiatan, peranan dalam keikutsertaan terhadap suatu bentuk partisipasi (Badudu, 1994: 346). Dan juga yang dimaksud dengan kontribusi adalah pemberian atau ikut andil dalam suatu kegiatan baik berupa informasi, ide-ide, tenaga, demi untuk mencapai sesuatu yang direncanakan (Gunadi, 1998: 76)

Kontribusi yaitu berupa perilaku yang dilakukan oleh individu yang kemudian memberikan dampak baik positif maupun

negatif terhadap pihak lain. Dengan kontribusi berarti individu tersebut juga berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas hidupnya, hal ini dilakukan dengan cara menajamkan posisi perannya, sesuatu yang kemudian menjadi bidang spesialis, agar lebih tepat sesuai dengan kompetensi. Kontribusi dapat diberikan dalam berbagai bidang yaitu pemikiran, kepemimpinan, profesionalisme, finansial, dan lainnya.

Kontribusi merupakan keikutsertaan seseorang yang memberikan suatu ide, ataupun jasa kepada seseorang, lembaga, organisasi lainnya sebagainya untuk memecahkan permasalahan. Begitu juga yang dilakukan oleh humas PT. Taspen (Persero) Cabang Pekanbaru, dimana humas memiliki andil ataupun ikut serta memberikan solusi/pemecahan permasalahan bagaimana cara-cara yang harus dilakukannya agar para pensiunan PNS merasa nyaman dan leluasa untuk bertanya dengan pelayanannya.

b. Hubungan masyarakat (Humas)

Adapun yang dimaksud dengan humas adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati, para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik itu kepentingan organisasi ataupun kepentingan organisasi ataupun kepentingan publik/umum atau suatu usaha yang dilakukan secara terencana dan berusaha secara terus-menerus dalam menjalin dan membina saling pengertian antara satu dengan publik (Rosady, 2010: 17).

Kontribusi Humas dalam manajemen suatu organisasi itu terlihat dengan adanya beberapa aktivitas pokok kehumasan, yaitu:

1. Mengevaluasi sikap atau opini publik.
2. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi/perusahaan dengan kepentingan publiknya.
3. Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas Public Relations Humas (Rosady, 2010: 24).

Adapun definisi humas adalah fungsi manajemen tersendiri yang membantu membentuk dan memelihara jalannya komunikasi mutual, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara suatu organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen terhadap berbagai masalah atau isu, membantu manajemen terhadap terinformasi dan *responsive* terhadap opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik, membantu manajemen tetap sepadan dan secara efektif menyesuaikan perubahan, menyediakan sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi perluasan dan menggunakan penelitian serta menyuarakan teknik komunikasi etis sebagai alat-alat dasarnya.

Walaupun berbagi Definisi kehumasan redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dari pengertiannya sama. Sebagai acuan, salah satu definisi humas, yang diambil dari *the british Institute of Public Relations* berbunyi:

- a. *Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics.* (Aktivitas Public

Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya).

- b. *Public Relations Practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public.* (Praktik Public Relations adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya (Rosady, 2010:15-16)

Tujuan Humas untuk mempengaruhi publiknya, salah satunya sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau organisasi yang diwakili tersebut. Dalam konsepnya, fungsi Public Relations ketika menjalankan tugas operasionalnya, baik sebagai komunikator, mediator maupun organisator.

Fungsi dan tujuan kegiatan humas, seperti yang dikemukakan oleh Bernays (Rosady, 2010: 18), 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.

Peranan humas tentu tidak saja terlepas dari prinsip komunikasi, yaitu menciptakan suatu komunikasi yang efektif. Keefektifan suatu komunikasi baru akan tercapai bila timbulnya

saling pengertian antara komunikan dan komunikator atau menimbulkan persepsi yang maknanya sama. Humas perusahaan adalah tulang punggung perusahaan, jika perusahaan itu ingin mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat, maka perusahaan itu harus mempunyai humas yang bisa meningkatkan citra perusahaan tersebut, karena perusahaan akan memiliki citra yang baik, jika humasnya juga baik.

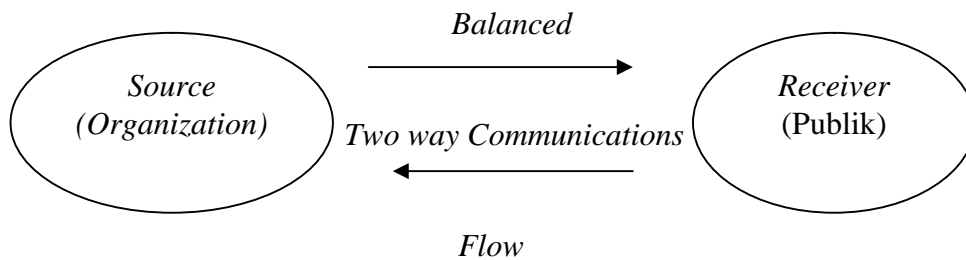
Humas merupakan suatu kegiatan yang terencana dan berkesinambungan untuk memperoleh itikad baik dan saling pengertian (memahami) antara perusahaan dan khalayak, dengan kata lain humas merupakan seseorang ditugaskan untuk memberikan penjelasan baik secara intern dan ekstern dan mampu untuk menganalisa, menasehati, dan mempunyai wawasan luas untuk meningkatkan suatu lembaga kepada masyarakat umum.

Adapun ciri-ciri dari Humas adalah:

1. Komunikasi yang lancar berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasif dan pengkajian pendapatan umum.
3. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
4. Sasaran yang dituju adalah khalayak di dalam organisasi dan khalayak di luar organisasi.

5. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak (Effendy, 2001: 132)

Dalam penelitian yang akan dilaksanakan, maka teori merupakan landasan awal dalam membangun konsep berpikir. Teori yang digunakan yaitu model *Two Way Symmetrical* (model komunikasi simetris dua arah timbal balik) yang dikemukakan oleh Grunig. Bentuk komunikasi yang dilakukan adalah seperti pada gambar dibawah ini:



Sumber : Teori Grunig (Rosady, 2010: 105)

Model komunikasi simetris dua arah timbal balik menggambarkan propaganda atau kampanye melalui komunikasi dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima, dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan kedua belah pihak (Rosady, 2010: 105).

Model komunikasi dua arah timabal balik yang dikemukakan oleh Grunig tersebut merupakan komunikasi yang biasa yang digunakan oleh Humas dalam rangka untuk menciptakan hubungan baik dengan organisasi dengan publik dalam maupun publik luar organisasi, memperkecil konflik yang merugikan, memperbaiki dan menciptakan pemahaman bersama, membujuk dan mempengaruhi publik untuk membangun pengertian, mendukung, mempercayai dan saling menguntungkan kedua belah pihak.

Adapun yang harus diperhatikan seorang pemimpin dalam menjalankan strategi komunikasi, antara lain:

1. *Credibility*

Komunikasi itu di mulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respek.

2. *Context*

Menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipasif. Komunikasi efektif diperlukan untuk mendukung lingkungan sosialisme melalui pemberitaan diberbagai media massa.

3. *Content (isi)*

Pesannya menyangkut kepentingan orang banyak untuk publik sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi para Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau para pensiunan.

4. *Clarity* (kejelasan)

Pesan harus tersusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam maksud, tema dan tujuan.

5. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsisten)

Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir. Oleh karena itu, dilakukan berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Dengan cara demikian mempermudah proses belajar, membujuk, serta tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.

6. *Channels* (saluran)

Menggunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta terpilih oleh khalayak berbagai target sasaran, pemakaian saluran media berbeda maka akan berbeda pula efeknya. Dengan demikian seorang Humas harus dapat memahami perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif.

7. *Capability of the audience* (Kapabilitas Khalayak)

Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak, komunikasi dapat menjadi efektif bagi para Peserta Taspen bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan (Rosady, 2005: 113-114).

c. Perwujudan Visi dan Misi PT. Taspen (Persero)

1. Visi

Visi adalah proses yang berorientasi pada pencapaian suatu keinginan baik pada masa jangka pendek maupun jangka panjang (Ruslan, 2010:296). Visi tanpa komitmen dan dukungan dari pihak manajemen hanya akan menjadi kosmetik yang sekedar menjadi hiasan pada brosur, poster, laporan, atau pidato saja.

Upaya menanamkan Visi kepada setiap karyawan agar bersedia mendukung dan mewujudkannya sehingga karyawan memiliki *sense of vision* merupakan salah satu tantangan terbesar bagi praktisi humas. Setiap perusahaan harus merumuskan visinya yang bersifat unik dengan mencocokkan kontribusi dan nilai perusahaan serta menciptakan budaya organisasinya sendiri (Morrisan, 2008:155).

Adapun Visi PT Taspen (Persero), yaitu:

Menjadi pengelola Dana Pensiun dan Tabungan Hari Tua (THT) serta jaminan sosial lainnya yang terpercaya. Makna Visi yaitu:

Menjadi pengelola Dana Pensiun dan Tabungan Hari Tua (THT) serta jaminan sosial lainnya.

Ruang lingkup usaha Taspen adalah menyelenggarakan program Tabungan Hari Tua (termasuk asuransi kematian), Dana Pensiun (termasuk Uang Duka Wafat), program kesejahteraan PNS serta program jaminan sosial lainnya.

a) Terpercaya

Taspen menjadi pilihan peserta dan *stakeholder* lainnya dengan kinerja yang bersih dan sehat.

b) Bersih

Taspen beroperasi dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*)

c) Sehat

Adanya peningkatan kinerja yang berkesinambungan pada bidang keuangan maupun non keuangan.

2. Misi

Dalam menetapkan perencanaan humas, praktisi humas harus mengacu kepada misi (*mission statements*) perusahaan. Banyak perusahaan yang memiliki misi atau tujuan yang dinyatakan secara tertulis baik yang bersifat jangka menengah maupun jangka

panjang. Misi berisi satu atau beberapa kalimat singkat dan jelas (Morrisan, 2008:155).

Suatu misi perusahaan biasanya memiliki karakteristik untuk menunjukkan kepedulian perusahaan kepada para Peserta Taspen. Dengan kata lain, melalui misi, perusahaan ingin menunjukkan tanggung jawab sosialnya kepada para Pegawai Negeri sipil atau para pensiunan. Misi mencerminkan sikap perusahaan terhadap peraturan pemerintah atau sikap perusahaan terhadap isu-isu disekitarnya. Misi juga memberikan sinyal bagaimana perusahaan mengukur tingkat keberhasilannya. Jadi, misi adalah sesuatu yang ideal yang ingin dicapai perusahaan yang dibuat untuk memberikan arah dan tujuan kepada mereka yang bekerja diperusahaan PT Taspen (Persero) (Morrisan, 2008:155)

Adapun Misi PT Taspen (Persero), yaitu:

Mewujudkan manfaat dan pelayanan yang semakin baik bagi peserta dan stakeholder lainnya secara Profesional dan Akuntabel, berlandaskan Integritas dan Etika yang tinggi.

Makna Misi yaitu:

Manfaat dan pelayanan yang semakin baik. Untuk memenuhi harapan peserta yang semakin tinggi, Taspen berupaya meningkatkan nilai manfaat dan pelayanan secara optimal.

a) Profesional

Taspen bekerja dengan terampil dan mampu memberikan solusi dengan 5 Tepat (tepat orang, tepat waktu, tepat jumlah,

tepat tempat dan tepat administrasi) didukung dengan SDM yang memiliki integritas dan kompetensi yang tinggi.

b) Akuntabel

Taspen dalam melaksanakan pekerjaan berdasarkan sistem dan prosedur kerja yang dapat dipertanggungjawabkan.

c) Integritas

Taspen senantiasa konsisten dalam memegang amanah, jujur dan melaksanakan janji sesuai visi dan misi perusahaan.

d) Etika

Taspen melayani peserta dan keluarganya dengan ramah, rendah hati, santun, sabar dan manusiawi.

3. Visi dan Misi PT Taspen (Persero) mempunyai Lima Nilai Utama PT Taspen (Persero), Yaitu:.

Taspen memiliki nilai utama yang sangat penting untuk dijalankan kelima tata nilai utama yang harus di jalankan dan di jaga, yaitu:

1. Tumbuh

Taspen mengembangkan diri dan mampu mengikuti tuntutan perubahan yang terjadi, baik karena tuntutan lingkungan internal maupun eksternal.

2. Etika

Taspen melayani peserta dan keluarganya dengan ramah, santun, rendah hati, sabar dan manusiawi

3. Profesional

Taspen bekerja dengan terampil dan mapu memberikan solusi berdasarkan 5T : tepat orang, tepat waktu, tepat Jumlah, tepat tempat dan tepat administrasi.

4. Akuntabilitas

Taspen dalam melaksanakan pekerjaan dapat ditelusuri rangkaian prosesnya berdasarkan system dan prosedur kerja dapat dipertanggungjawabkan.

5. Integritas

Taspen senantiasa konsisten dalam memegang amanah dan melaksanakan janjinya sebagaimana yang dituangkan dalam Visi dan Misi Perusahaan.

d. Perusahaan

Perseroan Terbatas sebagai perseroan (*corporation*), yakni perkumpulan yang berbadan hukum memiliki beberapa ciri substantif yang melekat pada dirinya (Khairandy: 2007), yaitu:

1. Terbatasnya tanggung jawab.

Tanggung jawab pemegang saham hanya sebatas jumlah saham yang ia kuasai, selebihnya ia tidak bertanggung jawab.

2. Perpetual Succession

Sebagai sebuah perseroan yang eksis atas haknya sendiri, perubahan keanggotaan tidak memiliki akibat atas status atau eksistensinya.

3. Memiliki kekayaan sendiri

Semua kekayaan dimiliki oleh badan itu sendiri, tidak oleh pemilik, oleh anggota atau pemegang saham.

4. Memiliki kewenangan kontraktual serta dapat menuntut dan dituntut atas nama sendiri.

Badan hukum sebagai subjek hukum diperlakukan seperti manusia yang memiliki kewenangan kontraktual.

Terbentuknya perseroan sebagai suatu badan hukum dapat disimpulkan bahwa perseroan menganut sistem campuran karena dibentuk bukan hanya ditentukan oleh undang-undang tetapi juga berdasarkan suatu sistem pengesahan yang dilakukan oleh pemerintah.

G. Konsep Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel, dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Berdasarkan kerangka teoritis, maka penulis selanjutnya membuat konsep operasional yang nantinya akan penulis jadikan sebagai tolak ukur di lapangan. Untuk itu penulis menetapkan indikator-indikator Kontribusi Humas PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru sebagai berikut :

1. Mengevaluasi sikap atau opini publik.
2. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi/perusahaan dengan kepentingan publiknya.

3. Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas Public Relations Humas.

Adapun indikator-indikator Pencapaian Visi dan Misi Perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Menjadi pengelola dana Pensiun dan Tabungan Hari Tua (THT) serta jaminan sosial lainnya yang terpercaya.
2. Mewujudkan manfaat dan pelayanan yang semakin baik bagi peserta dan stakeholder lainnya secara Profesional dan akuntabel berlandaskan integritas dan etika yang tinggi.

H. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat dan bukan dalam angka-angka (Suharsimi, 1998).

1. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini dilaksanakan di PT Taspen (Persero) Cabang Pekanbaru di Jln. Jend.Sudirman No 317 Pekanbaru.

2. Subyek dan obyek Penelitian

- a. Subjek penelitian, yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Humas PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru dan Peserta Taspen.
- b. Objek penelitian, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Kontribusi Humas PT Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru Dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan.

3. Jenis Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Rosady, 2003: 132). Data primernya dalam penelitian ini adalah hasil dari wawancara penulis dengan 3 informan dari Humas Taspen dan 3 informan Peserta Taspen serta Media Taspen yang diterbitkan satu kali dalam tiga bulan yang berhubungan dengan PT Taspen (Persero).

Adapun pengambilan informan kunci dilakukan dengan memakai teknik *snowball sampling* (Sampel bola salju). *Snowball Sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang awalnya adalah berjumlah kecil, kemudian sampel berikutnya ini berkembang semakin banyak dan seterusnya ibarat bola salju yang mengelinding kebawah semakin besar bentuknya (Rosady, 2010: 157).

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Rosady, 2003: 132). Dalam penelitian ini yang menjadi data sekundernya adalah arsip-arsip dan dokumen serta berita yang berhubungan dengan program pensiun yang diterbitkan oleh PT Taspen (Persero).

4. Teknik Pengumpulan data

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai dan yg diwawancarai memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2004: 3).

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsung, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau *observer* dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya (Rosady, 2010: 221).

c. Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dalam dokumentasi ini penulis memanfaatkan arsip dan dokumentasi, buku-buku, majalah, surat kabar, serta sumber bacaan yang lain untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian (Arikunto, 1998:149)

5. Validitas data

Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu (Moleong, 2004: 330-331). Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi data

dengan narasumber yaitu membandingkan hasil wawancara humas Taspen dengan para Peserta Taspen.

6. Teknik Analisa Data

Adapun teknik analisa data yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat dan bukan dalam bentuk angka-angka (Suharsimi, 1998). Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat di amati. (Moleong, 1997 : 3).

I. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, alasan pemilihan judul, Penegasan istilah, permasalahan, tujuan, dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis, konsep operasional, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI PENELITIAN

Berisikan tentang gambaran umum PT. Taspen (Persero) Cabang Kota Pekanbaru.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Berisikan tentang data yang diperoleh dilapangan sesuai dengan judul penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Berisikan bagaimana Kontribusi Humas PT. Taspen (Pesero) cabang Kota Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi Misi Perusahaan.

BAB V : PENUTUP

Merupakan penutup dari pembahasan dari bab-bab sebelumnya dengan mengemukakan kesimpulan dan saran.