

**PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM
MENJAGA *HUMAN RELATION* PERUSAHAAN
(Studi Pada Humas PT Semen Baturaja)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun oleh:

AYU PUTRI ALPIANI

07031381320031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM
MENJAGA *HUMAN RELATION* PERUSAHAAN (STUDI
PADA HUMAS PT SEMEN BATURAJA)**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Ayu Putri Alpiani

07031381320031

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing, November 2017

Pembimbing I

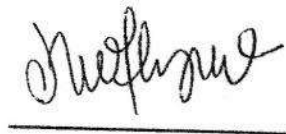

Dra. Retna Mahriani, M. Si

NIP. 196012091989122001

Pembimbing II

Nurly Meilinda, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 199005142015042001



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

**PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM
MENJAGA *HUMAN RELATION* PERUSAHAAN (STUDI
PADA HUMAS PT SEMEN BATURAJA)**

SKRIPSI

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 5 Desember 2017
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

TIM PENGUJI SKRIPSI

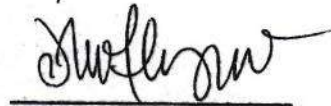
Dra. Retna Mahriani, M. Si

Ketua



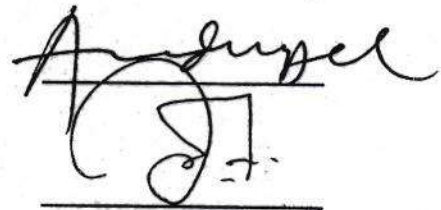
Nurly Meilinda, S.I.Kom, M.I.Kom

Anggota



Dr. Andy Alfatih, M.P.A

Anggota



Adi Inggit Handoko, M.I.Kom

Anggota



**Palembang, Desember 2017
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya
Dekan,**

**Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001**

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi ini berjudul “Peranan Humas dalam Menjaga *Human Relation* (Studi pada Humas PT Semen Baturaja)” ini adalah penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik skripsi beserta gelar sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi skripsi pada jurnal atau form ilmiah harus menyertakan tim promotor/pembimbing sebagai author dan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, 5 Desember 2017



Ayu Putri Alpiani

MOTTO

"Allah memberi hikmah kepada siapa yang dikehendakinya. Dan barang siapa yang mendapat hikmah, sungguh ia telah di beri kebijakan yang banyak. Dan tidak ada yang dapat mengambil pelajaran, kecuali orang yang berakal."

(Al-Baqarah:269)

"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah."

(Thomas Alva Edison)

"Sesuatu akan menjadi membanggakan, jika sesuatu itu dikerjakan, dan bukan hanya dipikirkan. Sebuah cita-cita akan menjadi sebuah kesuksesan, jika kita awali dengan bekerja untuk mencapainya. Bukan hanya sekedar impian."

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah, saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

- 1. Kedua orang tuaku dan adik ku atas semangat, doa dan dukungan yang diberikan selama ini.*
- 2. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*
- 3. Almamaterku Universitas Sriwijaya*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas kehendak-Nya maka penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Menjaga *Human Relation* Perusahaan (Studi Pada Humas PT Semen Baturaja)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Adapun tujuan penulisan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang membantu kelancaran penulisan skripsi ini, baik berupa dukungan moril maupun materil. Karena penulis yakin tanpa bantuan dan dukungan tersebut, sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Di samping itu, izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Andy Alfatih, M.P.A selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dra. Retna Mahriani, M. Si dan Ibu Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu selama bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Adi Inggit Handoko., M.I.Kom, selaku dosen penguji skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar.
6. Bapak dan Ibu Dosen FISIP Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat kepada penulis.

7. PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk atas ilmu, bantuan, dan bimbingan dalam proses penelitian skripsi ini.
8. Amel, Cica, Dea dan Ega atas doa dan dukungan yang diberikan. Terima kasih karena selalu ada di setiap perjalanan hidup penulis dari masa-masa labil sampai sekarang.
9. Kikik, Lija dan Pina atas bantuan, dukungan dan semangat agar tidak mudah menyerah untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Teman seperjuangan dari awal masuk kuliah sampai sarjana. Terima kasih.
10. Anak-anak Apayaa??!! yang telah mewarnai dan memberikan kenangan indah selama masa kuliah.
11. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Unsri Angkatan 2013 atas segala bentuk bantuan dan semangat yang diberikan.
12. Seluruh teman-teman Himafisipal atas pengalaman-pengalaman berharganya, tanpa kalian dunia perkuliahan penulis tidak akan semenarik ini. "Satu Tekad Seribu Semangat Mengguncang Dunia".
13. Kakak-kakak Lentera Adhigana atas pembelajarannya dan nasihat-nasihatnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan segenap kemampuan yang penulis miliki. Sebagai pemula, tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Terima Kasih.

Palembang, November 2017
Penulis



Ayu Putri Alpiani
NIM. 07031381320031

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui peran humas PT Semen Baturaja dalam menjaga *human relation* perusahaan. Demikian pula halnya dengan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk sebagai perusahaan BUMN terbuka yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pemerintah dan masyarakat, maka tentunya PT Semen Baturaja memiliki bagian kerja tersendiri yang menjalankan peran humas sekaligus bertanggung jawab atas tugas-tugas kehumasan PT Semen Baturaja dalam hal hubungan kemanusiaan. Jenis penelitian skripsi ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk menggambarkan peranan humas PT Semen Baturaja dalam menjaga *human relation*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan dokumentasi, wawancara langsung dengan pejabat humas PT Semen Baturaja dan observasi untuk melihat secara langsung kenyataan di lapangan. Adapun konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsep peranan humas dari Dozier dan Broom yaitu penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah dan teknisi komunikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan humas PT Semen Baturaja dalam menjaga *human relation* belum bisa dikatakan baik. Terdapat beberapa peran humas PT Semen Baturaja yang sudah tidak diaktifkan lagi dan tidak memiliki instruksi kerja sehingga humas tidak memiliki pegangan atau pondasi dalam menjalankan perannya, selain itu ada keterbatasan yang diberikan kepada humas sehingga humas PT Semen Baturaja tidak bisa menjalankan perannya secara maksimal. Namun dengan adanya kendala tersebut, tidak menurunkan semangat dari unit kerja bagian humas PT Semen Baturaja dalam menjalankan *human relation*.

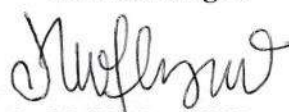
Kata kunci: Peranan Humas, PT Semen Baturaja, *human relation*.

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, M. Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199005142015042001

Palembang, Mei 2018

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 19601224199001101

ABSTRACT

This thesis aims to determine the role of public relations PT Semen Baturaja in maintaining human relation. Similarly, PT Semen Baturaja (Persero) Tbk is an open state-owned company whose share ownership is owned by the government and community, then PT Semen Baturaja has its own work division that runs the public relations role and is responsible for PT Semen Baturaja's public relations duties in matters of human relation. The type of this thesis research is descriptive research using qualitative approach to describe the role of public relations PT Semen Baturaja in maintaining human relation. Technique of collecting data that is by documentation, direct interview with PT Semen Baturaja and obsen to see firsthand reality in field. The concept used in this study is the concept of the role of public relations from Dozier and Broom that is a consultant expert, communications facilitators, problem solver process facilitators and communication technicians.

The result showed that the role of PT Semen Baturaja's public relations in maintaining human relation can not be said either. There are several public relations roles of PT Semen Baturaja which are no longer activated and do not have work instructions so that public relations does not have a handle or foundation in performing its role. Besides there are limitations, make PT Semen Baturaja's public relations can not run their role maximally. But with the existence of these constraints do not lower the spirit of public relations.

Keywords: *Role of Public Relations, PT Semen Baturaja, human relation.*

Advisor I



Dr. Retna Mahriani, M. Si
NIP. 196012091989122001

Advisor II



Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199005142015042001

Palembang, May 2018

**Chairman of the Departement of Communications
Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University**



Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 19601224199001101

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing Skripsi	ii
Halaman Persetujuan Penguji Skripsi	iii
Motto dan Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstrak.....	vii
Abstrack	viii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Bagan.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Akademik/ Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
1. Peranan Humas.....	11
2. <i>Human Relation</i>	13
a. Peran <i>Human Relation</i>	16
b. Prinsip, Maksud dan Tujuan <i>Human Relation</i>	20
c. Faktor Penghambat <i>Human Relation</i> dalam Perusahaan.....	21
d. Etika dalam <i>Human Relation</i> dan <i>Public Relation</i>	22
e. Kunci Aktivitas <i>Human Relation</i>	23
B. Teori-teori Peranan Humas	24
1. Teori Menurut Rosady Ruslan	24
2. Teori Menurut Dozier & Broom	25
3. Teori Menurut Grunig dan Hunt	27
4. Teori Menurut James E. Grunig.....	27
C. Teori Yang Digunakan	30

D. Kerangka Teori.....	32
E. Kerangka Pemikiran.....	34
F. Alur Pemikiran.....	37
G. Hipotesis Deskriptif.....	38
H. Penelitian Terdahulu.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	42
B. Definisi Konsep.....	42
C. Fokus Penelitian.....	43
D. Unit Analisis Data.....	43
E. <i>Key Informant</i>	44
F. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
G. Sumber Data.....	44
H. Teknik Pengumpulan Data.....	45
I. Teknik Analisis Data.....	46
J. Teknik Keabsahan Data.....	46
K. Jadwal Penelitian.....	47

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
B. Lokasi Pabrik dan Produk.....	51
C. Lambang Perusahaan.....	54
D. Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan.....	55
E. Produk Semen Baturaja.....	57
F. Kinerja Operasional dan Keuangan.....	58
G. Pengembangan Kapasitas.....	58
H. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan/ CSR.....	59

BAB V PEMBAHASAN

A. Peranan Humas dalam Menjaga <i>Human Relation</i> di PTSB.....	60
1. Penasehat Ahli.....	61
a. Latar Belakang.....	61
b. Pembinaan.....	69
2. Fasilitator Komunikasi.....	73
a. Sumber Daya Manusia (SDM).....	73
b. Media.....	81
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah.....	84
a. Pengambilan Keputusan.....	84
b. Pengawasan.....	87
4. Teknisi Komunikasi.....	91

BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Permasalahan Humas PTSB.....	5
Tabel 2. Pemberitaan Negatif PTSB	8
Tabel 3. Konsep Teknis Kemampuan Humas.....	26
Tabel 4. Penelitian Terdahulu	38
Tabel 5. Fokus Penelitian.....	43
Tabel 6. Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 7. Latar Belakang Humas PTSB.	62
Tabel 8. Pembinaan Humas PTSB	70
Tabel 9. Jumlah Pegawai PTSB	74
Tabel 10. Jam Kerja Pegawai PTSB	74
Tabel 11. SDM PTSB	77
Tabel 12. Uraian Peran Jabatan dan Personil Unit Kerja Bagian Humas	78
Tabel 13. Media humas PTSB	82
Tabel 14. Pengambilan Keputusan Humas PTSB.....	86
Tabel 15. Pengawasan Humas PTSB	89
Tabel 16. Publikasi dan Dokumentasi Humas PTSB.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Propoganda Peranan Humas	28
Gambar 2. Informan Publik Peranan Humas	29
Gambar 3. Model Asimentris Dua Arah	30
Gambar 4. Model Simetris Dua Arah Peranan Humas	31
Gambar 5. Lokasi Kantor dan Pabrik PT Semen Baturaja.....	52
Gambar 6. Pabrik PBR PT Semen Baturaja.....	53
Gambar 7. Pabrik PPG PT Semen Baturaja	53
Gambar 8. Pabrik PPJ PT Semen Baturaja	54
Gambar 9. Lambang Perusahaan PT Semen Baturaja	55
Gambar 10. Nilai Budaya Perusahaan PT Semen Baturaja	56
Gambar 11. Kinerja Operasional dan Keuangan.....	58
Gambar 12. Pengembangan Kapasitas	58
Gambar 13. CSR PT Semen Baturaja	59
Gambar 14. Layanan Pengaduan PTSB.....	65

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Alur Pemikiran.....	37
Bagan 2. Posisi Unit Kerja Humas dalam Struktur Pegawai di PTSB.....	79
Bagan 3. <i>Flow Chart</i> Pembuatan Kartu Ucapan PTSB.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Tugas Pembimbing Dosen
- Lampiran 2. Lembar Bimbingan Seminar Usulan Skripsi
- Lampiran 3. Lembar Revisi Seminar Usulan Skripsi
- Lampiran 4. Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5. Lembar Revisi Ujian Komprehensif
- Lampiran 6. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7. Pedoman Wawancara
- Lampiran 8. Transkrip Wawancara
- Lampiran 9. Peran Humas PTSB
- Lampiran 10. Dokumentasi yang Dilakukan Humas
- Lampiran 11. Daftar Singkatan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan masyarakat atau humas pada era keterbukaan informasi publik memegang peranan strategis. Seperti yang diketahui, idealnya saat ini peranan humas sebagai penyampai informasi dan pembentuk citra sangat diperlukan terutama bagi organisasi maupun perusahaan. Kelangsungan perusahaan baik perusahaan berskala kecil maupun perusahaan berskala besar saat ini sangat tergantung oleh keberadaan humas. Humas muncul sebagai suatu kebutuhan, terutama dalam kemampuannya untuk membina hubungan yang harmonis antara kalangan internal perusahaan maupun kemampuannya untuk membangun komunikasi eksternal yang baik dengan masyarakat luar atau publik sehingga tercapai pengertian bersama.

Hubungan internal yang dimaksud adalah publik intern seperti hubungan dengan karyawan (*employee*) dan hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder*). Sedangkan, hubungan eksternal yang dimaksud adalah publik ekstern seperti hubungan para pelanggan (*customer*), khalayak sekitar (*community*), instansi pemerintah (*government*), pers (*press*) dan kelompok di luar organisasi.¹ Humas dapat didefinisikan sebagai usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara satu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding*, *mutual confidence* dan *image* yang baik. Ini semua langkah-langkah yang harus ditempuh oleh humas untuk mencapai hubungan yang harmonis.²

Menurut J.C Seidel yang dikutip oleh Abdurrachman Oemi bahwa humas juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari para pelanggannya, pegawai-

¹ Onong Uchjana, *Human Relation & Public Relation*, (Bandung: CV Mandar Maju, 2009), hlm.144.

² F. Rachmadi, *Public Relation dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1992), hlm. 7

pegawainya dan publik pada umumnya.³ Ke dalam, mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri. Ke luar, dengan mengadakan pertanyaan-pertanyaan. Adapula tujuan utama humas adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap, dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan.⁴

Berdasarkan dari pengertian humas menurut pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwasannya humas adalah proses untuk menjalin hubungan dengan publiknya untuk menumbuhkan saling pengertian dan memperoleh *good will* dengan mengadakan kegiatan ke dalam dan ke luar yang berarti bahwa humas memiliki peranan penting untuk menjalin *human relation* perusahaan baik secara internal maupun eksternal.

Dilihat dari negara-negara yang sudah maju, *human relation* semakin mendapat perhatian dalam pengembangan suatu perusahaan, karena semakin dirasakan pentingnya dalam rangka memecahkan berbagai masalah yang menyangkut faktor manusia dalam manajemen perusahaan. Benturan-benturan psikologis dan konflik-konflik antara kepentingan organisasi sering terjadi, bukan saja antara manajer dengan karyawan, tetapi juga antara karyawan dengan karyawan, yang benar-benar mengganggu jalannya roda organisasi dalam mencapai tujuannya. *Human relation* juga dirasakan pentingnya oleh para manajer untuk menghilangkan “luka-luka” akibat salah komunikasi (*mis-communication*) dan salah interpretasi (*mis-interpretation*) yang terjadi antara manajer beserta karyawannya dengan publik di luar organisasi.⁵ Keith Davis dalam bukunya *Human Relation at Work*, dikutip oleh Hasan *human relation* adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekerjaan. Ditinjau dari kepemimpinannya, yang bertanggung jawab dalam suatu kelompok merupakan interaksi orang-orang menuju

³ Abdurrachman Oemi, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti,2001) hlm. 24-25

⁴ Anthony Davis, *Everything You Should Know About Public Relation*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo,2003) hlm.4

⁵ Onong Uchjana, op. cit. hlm. 40

situasi kerja yang memotivasi untuk bekerja sama secara produktif, sehingga dicapai kepuasan ekonomi, psikologis, dan sosial.⁶

Human relation mempunyai arti luas dan sempit. Dalam arti luas merupakan interaksi antar manusia dalam suatu situasi atau semua bidang kehidupan untuk mencapai kepuasan.⁷ Dalam arti sempit, *human relation* diartikan sebagai interaksi dalam situasi kerja di suatu organisasi yang bertujuan untuk membangkitkan seseorang agar dapat bekerjasama, produktif dan memiliki kepuasan.⁸ *Human relation* bertujuan untuk mempererat rasa persaudaraan dan mendapat suatu kepuasan dari apa yang telah mereka kerjakan. *Human relation* juga sangat diperlukan dalam lingkungan kerja mulai dari *top management* sampai pada tenaga pelaksanaannya.⁹

PT Semen Baturaja (PTSB) Tbk merupakan salah satu perusahaan yang membutuhkan adanya humas untuk menjaga *human relation* perusahaan. PTSB dimulai ketika pada tahun 1973 Pemerintah Republik Indonesia (RI) berencana mendirikan pabrik semen di wilayah Sumatera Selatan tepatnya di Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU). Hal ini didasari dan diawali dengan adanya penelitian tentang deposit (kandungan bahan galian batu-batuan) di daerah Airlaya, Dusun Sukajadi, Baturaja yang dilakukan oleh Departemen Pertambangan RI melalui Direktorat Geologi.¹⁰ Keberadaan PTSB banyak memberikan manfaat baik langsung maupun tidak langsung, berupa pajak dan retribusi kepada Pemerintah Pusat dan Daerah, dividen kepada pemegang saham, kesempatan kerja, maupun dalam bentuk kemitraan dan bina lingkungan bagi masyarakat sekitar pabrik.

PTSB sebagai salah satu BUMN di industri semen yang telah *Go Public* dan telah melakukan *Initial Public Offering (IPO)* sejak tahun 2013 berkewajiban untuk menjunjung tinggi transparansi informasi kepada publik, meliputi publik yang berkaitan dengan perusahaan seperti para pemegang saham, pemerintah, pelanggan,

⁶ Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Presindo, 2010), hlm. 52

⁷ Keith Davis, *Human Relations at Work*, McGraw Hill Book Company, Inc., (New York, San Francisco, Toronto, London, Kogakusha Company, LTD., Tokio, 1962), hlm. 4

⁸ Norman R. F. Maie, *Principles of Human Relations*, John Wiley & Sons, Inc., (New York, London, 1963), hlm. vii

⁹ (<http://www.kompasiana.com/amp/jestanselan/pentingnya-komunikasi-dalam-human-relations> diakses pada 8 Februari 2017

¹⁰ (<http://www.semenbaturaja.co.id/profil-perusahaan/> diakses 8 Februari 2017)

rekanan perusahaan, masyarakat sekitar pabrik, tenaga kerja maupun kelompok-kelompok kepentingan lainnya.¹¹ Informasi yang berkaitan dengan perusahaan, kini sangat banyak berpengaruh pada nilai saham PTSB (SMBR-JK) di bursa saham. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi semen, PTSB (Persero) Tbk harus senantiasa menjaga mutu pelayanan dan kualitas produknya terutama kepada para distributor maupun pelanggan sehingga citra perusahaan tetap terjaga dan kepercayaan pengguna terhadap produk PTSB (Persero) Tbk tetap terjaga pula.¹² Dengan adanya kewajiban tersebut, maka humas memiliki peranan yang penting di perusahaan PTSB.

Banyak peran humas yang sudah ditetapkan oleh PTSB tidak hanya sebagai fasilitator komunikasi. Hal lain yang pasti dilakukan humas yaitu menjaga *human relation* maka dari itu humas juga sebagai salah satu *icon* perusahaan yang akan membentuk citra perusahaannya tersebut. Humas PTSB tidak hanya menjaga *human relation* dengan sesama pegawai, tetapi juga menjaga *human relation* dengan organisasi masyarakat, stakeholder, konsumen, dan media. Humas PTSB harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, karena berperan penting dalam menjembatani *human relation*.¹³

Sebelumnya peneliti melakukan pra riset di bulan Mei 2016 di unit kerja bagian humas yang berada dibawah naungan biro umum dan direktorat umum & SDM. Peneliti menganggap bahwa urgensi untuk mengangkat tema ini sangat penting. Sebagai perusahaan BUMN yang bergerak di bidang industri semen tentunya PTSB tidak akan luput dari konflik-konflik dalam pelaksanaan kegiatan perkantorannya sehari-hari. Adapun permasalahan humas PTSB yang pernah terjadi, yaitu:

¹¹ (<http://bumn.go.id/semenaturaja/halaman/41/tentang-perusahaan.html> diakses 8 Februari 2017)

¹² (<http://www.semenaturaja.co.id/pedoman-pengelolaan-informasi/> diakses 8 Februari 2017)

¹³ Pedoman kerja tugas jabatan humas PT Semen Baturaja

Tabel 1.
Permasalahan humas PTSB

NO	Permasalahan
1	Kurangnya kepercayaan masyarakat akan transparansi penerimaan pegawai baru PTSB.
2	Rusaknya citra dan reputasi PTSB di mata masyarakat yang diakibatkan oleh pemberitaan buruk di media massa.

Sumber: Diolah oleh peneliti

1. Kurangnya Kepercayaan Masyarakat Akan Transparansi Penerimaan Pegawai Baru PTSB

PTSB merupakan salah satu perusahaan yang diminati para pencari kerja di wilayah Sumsel. Hal ini dikarenakan PTSB merupakan bagian dari BUMN yang didanai sebagian besar oleh negara dan menguasai sektor yang vital bagi kehidupan masyarakat. Selain itu sebagian masyarakat juga sudah tahu bahwa gaji dari BUMN tidak sedikit, hal ini tentu diincar banyak *job seeker* mengenai bagaimana posisi ia dimata masyarakat.

Dengan adanya alasan-alasan tersebut, penerimaan pegawai baru PTSB selalu dinantikan oleh masyarakat baik yang sudah memiliki pengalaman kerja ataupun yang baru lulus pendidikan. Namun ada beberapa keganjalan yang dirasakan masyarakat mengenai penerimaan pegawai baru yang diadakan PTSB. Masyarakat menilai bahwa seleksi penerimaan pegawai baru PTSB sarat akan KKN dan titipan orang dalam dari PTSB. Hal ini dikarenakan penerimaan pegawai yang biasanya dilakukan perusahaan BUMN sekelas PTSB seharusnya melibatkan pihak ketiga yang memiliki kompetensi tinggi untuk menyeleksi calon pegawai yang nantinya akan bekerja di sana. Namun, diduga dari PTSB tidak menggunakan lembaga yang memiliki independen dalam penilaian untuk merekrut pegawai baru dari perusahaan BUMN. Terlebih, ketika penyeleksian calon pegawai baru PTSB yang dilakukan sangat tidak profesional.

Pengalaman yang ada dari tim penyeleksi yang ditunjuk PTSB juga belum terbukti pengalamannya dalam penyeleksian karyawan sekelas PTSB. Dari data yang diperoleh, CS *Creative Consulting* menjadi pemenang tender dalam perekrutan pegawai untuk PTSB. Akan tetapi, tender yang selama ini digunakan PTSB tidak pernah dipublikasikan ke publik dan membuat dugaan masyarakat bahwa ada penunjukan langsung dari pihak PTSB untuk tim seleksi penerimaan pegawai baru. Diduga, dengan adanya penunjukan langsung tetapi dibalut menggunakan *system tender* PTSB dapat melakukan permainan dalam penerimaan pegawai.

Dengan tidak profesionalnya penerimaan pegawai PTSB membuat peserta yang memang memiliki kompetensi dibidangnya menjadi tersisih. Dari peserta yang melamar dalam penerimaan pegawai baru PTSB untuk tahap pertama sebanyak 6000 peserta dilanjutkan tahap kedua menjadi sebanyak 600 peserta dan terakhir tahap ketiga hanya 177 peserta dari lulusan S1, D3 dan SMA yang dinyatakan lulus.

Akan tetapi, dari 177 peserta yang dinyatakan lulus menjadi pegawai PTSB hanya 1% dari warga Baturaja. Padahal, dari MoU yang pernah dilakukan PTSB dengan Bupati Oku jika dalam penerimaan pegawai PTSB akan memprioritaskan warga atau kalangan muda dari Oku.

Hal ini menyebabkan protes yang dilakukan masyarakat Oku yang tergabung dalam Himpunan Masyarakat Oku, Garda Oku, Alumni Mahasiswa Unbara dan para aktivis pemuda Oku menuntut agar pihak direksi PTSB menjadi terbuka dan transparansi dalam sistem penerimaan atau perekrutan seleksi karyawan di PTSB.

2. Rusaknya Citra dan Reputasi PTSB di Mata Masyarakat yang Diakibatkan oleh Pemberitaan Buruk di Media Massa.

Sebagai perusahaan BUMN yang bergerak di industri semen dan beroperasi menggunakan pabrik membuat PTSB tidak akan lepas dari kontra oleh berbagai pihak, tidak hanya dari sistem operasi pabrik tetapi juga permasalahan yang datang dari pegawai ataupun pihak eksternal. Dengan adanya kontra itulah yang menyebabkan banyaknya pemberitaan yang berbau negatif yang di buat oleh media baik media cetak ataupun media online. Humas PTSB harus siap dengan terpaan

berita yang akan datang baik yang sudah bisa diprediksi atau tidak terprediksi sebelumnya dan harus selalu siap dengan berbagai peristiwa yang penuh kejutan.

Peristiwa negatif atau krisis dapat berdampak buruk bagi perusahaan hingga menyebabkan kerugian finansial bahkan kebangkrutan. Pada situasi tersebut, diperlukan peran humas untuk menangani dengan penanganan yang tepat agar terhindar dari kegagalan dan harus selalu siap menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi dengan perencanaan yang akan di ambil berikut konsekuensinya. Hal itu dilakukan agar reputasi dan citra PTSB tetap dapat di jaga dengan baik oleh humas PTSB.

Sebuah perusahaan membutuhkan waktu yang lama untuk membangun reputasi dan citra yang baik. Akan tetapi yang menjadi pembeda antara kedua hal tersebut adalah jika citra baik bisa didesain lebih instan, namun tidak dengan reputasi. Resiko reputasi menjangkiti seluruh perusahaan. Terlebih perusahaan yang mengandalkan jaminan kepercayaan konsumen. Reputasi bisa rusak berkaitan isu keamanan atau keselamatan, produk/jasa tidak sesuai standar, *product recall*, pelanggaran regulasi, skandal atau praktek tidak etis, atau sebab lainnya.

Rusaknya reputasi dipicu dari publikasi yang buruk tentang perusahaan. Terlepas dari publikasi tersebut benar atau fitnah, tapi itulah informasi yang membentuk persepsi dan kepercayaan *stakeholder* khususnya konsumen. Di tengah kompetisi ketat, opini dan pemberitaan negative dengan mudahnya memicu konsumen beralih ke barang/jasa substitusi. Dalam 2 (dua) tahun terakhir sudah begitu banyaknya pemberitaan negatif yang dimuat di media yang membahas mengenai PTSB. Berikut penjelasannya:

Tabel 2
Pemberitaan Negatif Mengenai PT SB Tahun 2014-2015

No	Nama Media	Jenis Media	Hari/Tanggal Publikasi	Judul Berita
1	Berita Pagi	Cetak	Minggu/ 6 May 2014	Kontribusi PT Semen Baturaja Dipertanyakan
2	Koran Sindo	Cetak	Rabu/ 17 Oktober 2014	Kejagung Tutupi SP3 Korupsi PT Semen Baturaja
3	Tribun Sumsel	Cetak	Selasa/ 17 Maret 2015	PT Semen Baturaja dan Baturaja Multi Gemilang Dilaporkan Ke Polda Sumsel
4	Rakyat Merdeka	Cetak	Kamis/ 19 Maret 2015	Bahas Debu PT Semen Baturaja
5	Merdeka (www.merdeka.com/amp/peristiwa/pegawai-pt-semen-baturaja)	Online	Selasa/ 19 November 2014, 07:26 WIB	Pegawai PT Semen Baturaja Ditangkap Polisi Karena Cabuli Anak
6	Antara Sumsel (www.antarasumsel.com/berita/287382)	Online	Kamis/ 12 Juni 2014, 20:11 WIB	Warga Sekitar PT Semen Baturaja Tak Terima CSR
7	Sumatera Bisnis (www.sumatera.bisnis.com/read/20140614/7/50909)	Online	Sabtu/ 14 Juni 2014, 11:55 WIB	SEMEN BATURAJA: Warga Ogan Komering Ulu Tolak Ganti Rugi 120 Ha Lahan
8	Harian Lidik (www.harianlidik.com/?p=2401)	Online	Senin/ 9 November 2015	GNPK Sumsel Laporkan PT Semen Baturaja

Sumber: Diolah oleh peneliti

Humas PT SB harus bekerja ekstra untuk meredakan isu serta permasalahan-permasalahan yang terjadi baik di internal maupun eksternal perusahaan. Cara yang paling tepat di tempuh untuk meredakan permasalahan-permasalahan tersebut yaitu

dengan menjaga *human relation* yang baik dengan semua pihak agar perusahaan dapat terus berproduksi seperti biasa.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan tema sentral masalah atau problem atau *issue* sebagai gambaran ringkas secara kondisional dan situasional fenomena yang dihadapi sehingga menggugah untuk dilakukan dalam penelitian dalam waktu dekat atau cepat.¹⁴

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan peneliti, maka dapat di tarik permasalahan yang dapat di angkat dalam penelitian ini yaitu dengan topik Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Menjaga *Human Relation* Perusahaan (Studi Pada Humas PT Semen Baturaja) yaitu sebagai berikut :
Bagaimana peran humas PTSB dalam menjaga *human relation* tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, disusunlah tujuan penelitian guna menjawab perumusan masalah, yaitu untuk mengetahui bagaimana peran humas PTSB dalam menjaga *human relation*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademik/teoritis:

- a Penelitian ini berguna sebagai dasar penyusunan skripsi agar memperoleh hasil dan daya yang akurat.
- b Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi peneliti dalam mengkaji fungsi unit kerja bagian humas di PTSB (Persero) Tbk.
- c Sebagai dasar penelitian tentang humas dan *human relation*, dan juga sebagai pemberi informasi tentang pentingnya peran humas di dalam perusahaan dan pentingnya menjaga *human relation* bagi sebuah perusahaan.

¹⁴ Ardianto Elvinaro, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) hlm. 13

- d Menambah pengembangan ilmu untuk menjadi daya tarik orang lain dalam melanjutkan penelitian selanjutnya mengenai kasus yang sama.
- e Menambah literatur bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji fungsi unit kerja bagian humas di PTSB (Persero) Tbk.

2. Manfaat praktis:

- a Menjadi pertimbangan bagi perusahaan dan pegawai humas PTSB dalam menjalankan perannya kedepan agar lebih baik lagi.
- b Penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada devisi humas PTSB dalam menerapkan peranan humas dalam menjaga *human relation* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Acocella Calhoun. 1995. *Psikologi Tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan*. Terjemahan oleh Satmoko. Semarang: IKIP Semarang
- Alex Sobur. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya
- Ali Hasan. 2010. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo
- Andipate, Anwar Arifin. 2015. *Paradigma Baru, Public Relations: Teori, Strategi dan Riset*. Jakarta Pusat: Pustaka Indonesia Jakarta.
- Anggoro, M. Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Anthony Davis. 2003. *Everything You Should Know About Public Relations*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Ardianto Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Deddy, Djamaluddin Malik dan Yosol Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relation & Public Relation*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cetakan ke-23*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- F. Rachmadi. 1992. *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Febriani. 2005. *Pengertian dan Tujuan Pengawasan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- George R, Terry. 2006. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Gozali, Dodi M. 2005. *Communication Measurement: Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Herimanto, Bambang. 2007. *PR dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusa
- I.G. Ngurah Putra. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Jeffkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kadarman. 2001. *Manajem Strategik*. Jakarta: Gunung Agung.
- Kadarsah, Suryadi, dan Ramdani, M. Ali. 2002. *Sistem Pendukung Keputusan: Suatu Wacana Struktural Idealisasi dan Implementasi Konsep Pengambilan Keputusan*. Bandung: Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musanef. 1991. *Manajemen Kepegawaian di Indonesia*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Muslimin. 2004. *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*. Malang: UMM
- Richard West, Lynn H. Turner. 2008. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 3rd edition*. Jakarta: Salemba Humanika
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Susanto, Astrid. 1982. *Komunikasi Massa I*. Bandung: Bina Cipta
- Soekanto, Soerjono. 1987. *Sosiologi Hukum dalam Masyarakat*. Jakarta: Rajawali
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2002. *Dasar-dasar Public relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Soemirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Skripsi:

- Pribadi, Muhammad Adi. 2013. *Peranan Public Relations dalam Kegiatan Human Relation Perusahaan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Ciptalift Sejahtera*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Trisari, Reny. 2010. *Hubungan Human Relation Dengan Kinerja Karyawan PT (Persero) Angkasa Pura II (Studi Kasus Kantor Cabang Utama Bandara Soekarno-Hatta)*. Jakarta: Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Siska. 2014. *Peran Human Relation dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Humas Kantor Bupati Kabupaten Kampar*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.