



PERAN PUBLIC RELATION DALAM PENINGKATAN KINERJA PT. SOCFINDO, MEDAN

Henny Pratiwi¹, Fahmi Sulaiman²

¹Program Studi Administrasi Binis, Politeknik LP3I, Medan

²Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

e-mail: ¹hennypratiwi78@gmail.com ²fahmisulaiman1990@gmail.com.

Abstrak

Kata kunci: Public Relation, Kinerja, Organisasi

Abstract

In every company or organization that wants to grow and develop, the company needs Public Relations to give a positive image to the company or organization it represents. If a business or organization wants to get a good reputation in the eyes of the public, it must have a Public Relations that is able to improve the image of the business or organization. The point is that the attitude and personality of Public Relations in a business or company also reflects the image of the business or the company's performance in the eyes of the public or the general public. The performance of Public Relations is one of the important assets for an organization or company that must be continuously built and maintained. The performance of good public relations is an important tool, not only to encourage consumers to choose products or services, but also to increase customer satisfaction attitudes towards the company. The performance of Public Relations is closely related to the public or to a large audience. The performance of Public Relations of a company is a picture or impression seen by other parties of a company. Performance of Public Relations is also an important asset of a company or organization as well as the impression obtained on the basis of knowledge and experience.

Keywords: Public Relations, Performance, Organization

I. PENDAHULUAN

Public Relation atau Hubungan Masyarakat saat ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sebuah organisasi atau bisnis. Di banyak perusahaan, *Public Relation* mulai mengambil tempat yang cukup baik dalam struktur organisasi/perusahaan yang ingin bertahan dan bersaing untuk pertumbuhan mereka. atau konsumen), serta publik internal (karyawan dan karyawan perusahaan/organisasi yang bersangkutan), di sisi lain demi mendorong antara publik sasaran dengan publik perusahaan.

Dalam setiap perusahaan atau organisasi yang ingin tumbuh dan berkembang, perusahaan membutuhkan *Public Relation* untuk memberikan citra positif kepada perusahaan atau organisasi yang diwakilinya. Jika sebuah bisnis atau organisasi ingin mendapatkan reputasi yang baik di mata publik, maka harus memiliki

Public Relation yang mampu meningkatkan citra bisnis atau organisasi tersebut. Intinya adalah bahwa sikap dan kepribadian *Public Relation* dalam suatu bisnis atau perusahaan juga mencerminkan citra bisnis atau kinerja perusahaan tersebut di mata publik atau khalayak ramai.

Kinerja dari *Public Relation* merupakan salah satu aset penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan yang harus terus dibangun dan dipelihara. Kinerja dari *Public Relation* yang baik merupakan alat yang penting, tidak hanya untuk mendorong konsumen memilih produk atau jasa, tetapi juga untuk meningkatkan sikap kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Kinerja dari *Public Relations* sangat berkaitan erat dengan publik atau dengan khalayak yang besar. Kinerja dari *Public Relations* suatu perusahaan adalah gambaran atau kesan yang dilihat pihak lain terhadap suatu perusahaan, Kinerja dari *Public Relation* juga merupakan aset penting dari



suatu perusahaan atau organisasi serta kesan yang diperoleh atas dasar pengetahuan dan pengalaman [1]

Memiliki Kinerja *Public Relation* yang baik di masyarakat merupakan keuntungan jangka panjang bagi pelaku usaha dalam suatu perusahaan bahkan karena perusahaan telah mendapatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan dan produk perusahaan yang telah dimiliki. Menurut Siswanto Sutojo [2]. Kinerja *Public Relation* perusahaan yang baik dapat menguntungkan suatu perusahaan, misalnya dengan meningkatkan daya saing jangka panjangnya, menjadi tameng pada saat-saat kritis, menjadi daya tarik bagi aset bisnis, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan mengurangi biaya operasional.

Hal ini menunjukkan pentingnya Kinerja *Public Relation* dapat menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam mengambil keputusan penting seperti jasad produk perusahaan yang telah dipercaya masyarakat maka mereka tidak akan segan untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Menyadari hal tersebut, pemerintah dan organisasi swasta berusaha untuk memberikan organisasinya sebuah divisi yang bergerak di bidang komunikasi yang disebut *Public Relation* atau Humas (hubungan masyarakat).

Dengan membentuk Kinerja *Public Relation* yang positif, humas perusahaan akan beriklan kepada publik. Perusahaan akan melakukan upaya untuk mempromosikan apa yang dijabarkan melalui *Public Relation* agar masyarakat mengetahui, dan mempercayai perusahaan tersebut seperti yang dilakukan oleh PT Socfin Indonesia (Socfindo), Socfin Indonesia (Socfindo) adalah perusahaan agribisnis yang beroperasi di perkebunan kelapa sawit dan karet dan produsen inti sawit berkualitas tinggi yang telah teruji tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia.

PT Socfindo Humas Perusahaan melakukan banyak kegiatan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Tidak hanya meningkatkan Kinerja *Public Relation* perusahaan, humas juga

meningkatkan citra perusahaan seperti membuat publikasi di media online dan media massa. *Public Relation* selalu melibatkan pemangku kepentingan agar mereka merasakan kehadiran perusahaan untuk memajukan kehidupan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *public relation* di perusahaan.

Kinerja

Hasil kerja dan perilaku kerja yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu adalah pengertian dari kinerja [3]. Kinerja adalah fungsi dari interaksi antara kemampuan atau *ability*, motivasi, dan kesempatan atau *opportunity* [4]. bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai dari apa yang diinginkan oleh organisasi [5].

[6] Kinerja adalah hasil kerja dan perilaku yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Dari pengertian di atas dalam kinerja terkandung arti bahwa kinerja merupakan hasil kerja dan perilaku kerja seseorang dalam suatu periode, biasanya 1 tahun. Kemudian kinerja dapat diukur dari kemampuannya menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Artinya dalam kinerja mengandung unsur standar pencapaian harus dipenuhi, sehingga, bagi yang mencapai standar yang telah ditetapkan berarti berkinerja baik atau sebaliknya bagi yang tidak tercapai dikategorikan berkinerja kurang atau tidak baik.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang menjelaskan suatu hal secara terstruktur dan sistematis. [7]

Penelitian ini dilakukan PT. Socfindo Medan dengan melibatkan 4 orang informan sebagai tim dari *Public Relation* perusahaan.



Metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara dan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data Pekerja PT. Socfindo Medan

Era globalisasi Media dan Informasi menjadikan peran *Public Relation* sangat penting karena berfungsi sebagai “jembatan” untuk mengkomunikasikan kebijakan perusahaan dan keinginan publik di satu sisi mereka dengan di sisi lain lalu baik di dalam dan di luar.

Public Relation dapat membantu perusahaan membangun citra perusahaan yang positif. *Public Relation* diakui sebagai salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan. Diakui juga bahwa *Public Relation* merupakan bagian penting dari proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, baik itu organisasi ekonomi, sosial atau pemerintahan, karena *Public Relation* membantu menyeimbangkan kepentingan perusahaan dengan kepentingan publik.

Mengingat pentingnya fungsi dan peran *Public Relation* dalam suatu perusahaan oleh karena itu PT. Socfindo menempatkan sejumlah orang dalam jabatan *Public Relation* yang akan menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik. Dalam hal didapatkan beberapa data acuan ini informan sebanyak 5 (lima) orang, diantaranya *Public Relation* dari PT Socfindo beserta dua karyawannya dan 1 klien dari PT. Socfindo terlampir dibawah ini :

Tabel 1. Informan

Nama	Umur	Pekerjaan
Francisca Ginting	56 Tahun	<i>Public Relation</i> PT. Socfindo, berkerja sejak tahun 1983
Juliani	35 Tahun	Staff <i>Public Relation</i> PT. Socfindo, berkerja sejak tahun 2006

Norma	47 Tahun	Staff <i>Public Relation</i> PT. Socfindo, berkerja sejak tahun 1999
Amir sakib Arsalam	38 Tahun	PT. Permata Group

Pemaparan Ungkapan Dalam Bekerja Oleh Pekerja PT. Socfindo Medan Dalam Menjaga Hubungan Terhadap Pihak Yang dihadapi

1. Hubungan Dengan Pelanggan (*Customer Relation*)

Hubungan dengan pelanggan (*customer relation*), dimana hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti memberi memberi informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu penyelenggaraan acara.

a. Kepala Bagian *Public Relation*

Nama : Fransisca Ginting
Pekerjaan : Bekerja di Socfindo Sejak Tahun 1983
Umum : 56 Tahun

Untuk membangun citra baik dan dikenal masyarakat. Cara mengatasi komplain dengan melakukan klarifikasi seperti kejadian di kebun dengan membina hubungan baik dengan masyarakat melalui kepala lingkungan, aparat, dan pemerintahan disana, dengan memanggil mereka dan pemerintah menjadi penengah, seperti terjadi limbah dengan mengeluarkan bau, menjelaskan kepada masyarakat bahwa perusahaan bergerak sesuai aturan sesuai standar pemerintah ada dan kami meminimalisir limbah dengan menjaga lingkungan cara RSPO, ISO, ispo, mengikuti CSR, dan pembangunan air kelingkungan yang bersih.

Dengan customer melakukan gathering setiap tahunnya seperti mengajak jalan-jalan melakukan organizing seperti melakukan seminar kecil dan menanyakan masalah mereka dan memberikan solusi, memberikan juga jalan-jalan sebagai hiburan entertain. Dan mengadakan perayaan 17 agustus dan acara-acara lain disekitar



kebun, untuk karyawan yang telah bekerja lebih 25 tahun diberi apresiasi seperti penghargaan menambah gaji atau memberi piagam.

Dengan adanya humas menurut Ibu Francisca dapat menjembatani karyawan dan customer, diharapkan mestinya lebih baik dengan keliatan lebih soft dengan dimata customer.

b. Staff Public Relation

Nama : Juliani

Pekerjaan : Bekerja di Socfindo Sejak Tahun 2006

Umum : 35 Tahun

Sering komunikasi dengan customer. Hubungan dengan customer baik. Tindakan yang dilakukan ketika salah paham berkomunikasi bila terjadi salah paham dengan customers.

2. Hubungan Dengan Penduduk atau dengan Masyarakat (Community Relation)

Hubungan dengan penduduk atau masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Ibu Juliani, mengenal dekat masyarakat sekitar perusahaan. melibatkan acara masyarakat dalam beberapa acara perusahaan seperti 17 agustus. Masyarakat mendukung kegiatan perusahaan.
- b. Menurut Ibu Norma, dengan masyarakat sekitar tidak dekat. Saya tidak pernah melibatkan masyarakat luar masalah kegiatan. Masyarakat mendukung kegiatan perusahaan seperti kegiatan kurban saat lebaran haji dengan membagikan daging potong ke masyarakat sekitar
- c. Menurut Ibu Francisca Cara mengatasi komplain dengan melakukan klarifikasi seperti kejadian dikebun dengan membina hubungan baik dengan masyarakat melalui kepala lingkungan, aparat, dan pemerintahan disana, dengan memanggil mereka dan pemerintah menjadi penengah, seperti terjadi limbah dengan mengeluarkan bau, menjelaskan kepada masyarakat bahwa perusahaan bergerak sesuai aturan sesuai standar pemerintah ada dan kami meminimalisir limbah.

dengan menjaga lingkungan cara RSPO, ISO, ispo, mengikuti csr, dan pembangunan air kelilingkungan yang bersih.

3. Hubungan Dengan Pers/Media Massa (Pers Relation)

Hubungan dengan pers atau media massa adalah sebagai berikut:

- a. Ibu Juliana mengatakan, menjalin hubungan baik dengan media seperti menaruh iklan di medianya sehingga hubungan dengan media menjadi lebih baik
- b. Ibu Norma mengatakan hubungan dengan media selalu baik dengan kerja, seperti memberikan informasi seputar kegiatan yang selalu diadakan PT. Socfindo.
- c. Ibu Francisca mengatakan hubungan dengan media baik, mengklarifikasi pemberitaan yang memiliki unsur negatif dan membuat sanggahan komedian, contoh berita miring memanggil media dan membuat realitas kembali. Bekerja sama ke semua media seperti media cetak dan media online, seperti brosur, seperti analisa, sip, riau pos dan lain-lain. Tujuan yang ingin dicapai perusahaan dengan membina hubungan baik dengan Media Massa untuk membangun citra baik dan dikenal masyarakat.

4. Hubungan dengan Instansi Pemerintah (Government Relation)

Hubungan dengan pemerintah adalah sebagai berikut:

- a. Ibu Norma mengatakan tentang instansi, Sejauh ini kami tidak ada masalah dengan pemerintah
- b. Ibu Julian mengatakan tentang instansi, Hubungan dengan instansi baik. Menjalani komunikasi dengan baik dan mencari jalan tengah ketika terdapat masalah.
- c. Ibu Francisca mengatakan tentang instansi citra perusahaan keluar dan ke dalam, harus berkomunikasi baik kepada customer, kerjasama yang baik dan patuh kepada peraturan termasuk pajak, kalau bukan kita siapa lagi, disiplin.



Peran *Public Relation* di PT. Socfindo dalam menjaga citra positif selalu menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak, baik hubungan pelanggan, hubungan masyarakat yang baik, hubungan media yang baik maupun hubungan baik dengan instansi pemerintah dalam menjalankan kegiatan yang dilakukan sebagai petugas *Public Relation*. Tidak hanya menjaga hubungan namun juga harus menciptakan kesan yang baik dengan pelanggan dan menciptakan kepercayaan pelanggan, sehingga menciptakan citra positif bagi PT dan Socfindo di mata para pemangku kepentingan Socfindo.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil pemaparan di atas menunjukkan peran *Public Relation* PT. Socfindo sangat menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Selaku kepala *Public Relation* PT. Socfindo Francisca Ginting mengatakan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan perlukan melakukan kegiatan dengan customer seperti melakukan gathering setiap tahunnya yaitu mengajak jalan-jalan melakukan organizing seperti melakukan seminar kecil dan menanyakan masalah mereka dan memberikan solusi, memberikan juga jalan-jalan sebagai hiburan entertain.

Kemudian sebagai *Public Relation* PT. Socfindo ibu Juliani mengatakan untuk menjaga hubungan baik dengan customer atau pelanggan, selalu berkomunikasi dan menjelaskan kesalahpahaman jika terjadi antara customer dengan PT. Socfindo. Dan hal yang sama dilakukan oleh ibu Norma selaku staff PT. Socfindo adalah sering melakukan komunikasi dengan customer agar hubungan baik tetap terjaga.

Kemudian dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar, selaku kepala humas PT. Socfindo ibu Francisca menjelaskan bahwa pihak PT. Socfindo sering melakukan kerjasama untuk menjaga lingkungan yang melibatkan warga sekitar untuk menjaga lingkungan dan

memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar.

PT. Socfindo juga menjaga hubungan baik dengan media maupun pers yang bekerjasama dalam menerbitkan kegiatan maupun aktivitas yang dilakukan PT. Socfindo, seperti yang dikatakan Ibu Francisca Ginting hal yang dilakukan *Public Relation* untuk menjaga hubungan baik dengan media/pers biasanya membuat klipring maupun menganalisa opini dari kelompok-kelompok tertentu terhadap PT. Socfindo

PT. Socfindo juga menjaga hubungan baik dengan instansi-instansi yang bekerjasama dengan PT. Socfindo dengan cara menjaga komunikasi sehingga adanya kerjasama antara PT. Socfindo dan instansi-instansi terkait. Terutama dengan instansi yang menyangkut perpajakan. Sebagai kepala *Public Relation* Socfindo ibu Francisca mengatakan untuk menjaga hubungan baik dengan instansi, pihak PT. Socfindo harus mengikuti peraturan pemerintahan yang ada serta selalu membayar pajak agar tidak bermasalah dengan instansi yang terkait perpajakan.

IV. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Peran *Public Relation* PT. Socfindo berpengaruh terhadap citra positif bagi sebuah PT. Socfindo, sehingga humas PT. Socfindo harus bisa menjaga hubungan baik dengan seluruh pihak yang bekerja sama dengan PT. Socfindo, seperti customer, masyarakat, media dan instansi-instansi terkait.
- b. *Public Relation* PT. Socfindo sangat menjaga hubungan baik dengan customer dengan melakukan kegiatan yang bertujuan menghibur customer seperti mengajak para customer liburan dan memberikan hiburan agar para customer tetap merasa nyaman dengan pelayan dan perhatian Humas PT. Socfindo.
- c. Dalam menjaga hubungan baik dengan



masyarakat *Public Relation* PT. Socfindo selalu memberikan bantuan, memberikan pembinaan kepada masyarakat yang ingin berkebun serta melibatkan masyarakat dalam kegiatan yang di lakukan di sekitar wilayah PT. Socfindo.

- d. Hubungan baik yang dilakukan *Public Relation* PT. Socfindo dengan pemerintah cukup baik dengan menjalankan usahap roduksi tanpa adanya melakukan pelanggaran yang dapat berakibat buruk bagi PT. Socfindo.

V. SARAN

Ada beberapa saran yang diberikan kepada pihak perusahaan, yaitu:

- a. Lebih bersaing lagi dengan perusahaan penyedia bibit lainnya agar mendapatkan kepercayaan dan loyalitas yang tinggi dari customer terus menjaga kualitas produksi bibit agar tetap mendapatkan kepercayaan customer
- b. *Public Relation* PT. Socfindo harus mempertahankan hubungannya dengan customer, Masyarakat dan instansi-instansi lainnya.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Mahanani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)," p. 128, 2010.
- [2] R. S. Bansode *et al.*, "BAB 3," *Comput. Ind. Eng.*, vol. 2, no. January, p. 6, 2018, [Online]. Available: <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp-content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf%0Ahttp://wwwlib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022%0Ahttps://github.com/ether-eum/wiki/wiki/White-Paper%0Ahttps://tore.tuhh.de/hand>.
- [3] D. Triasmoko and M. D. Mukzam, "Penelitian pada Karyawan PT Pos

Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri," *J. Adm. Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 1–10, 2014, [Online].

Available:

<https://media.neliti.com/media/publications/82871-ID-pengaruh-pelatihan-kerja-terhadap-kinerj.pdf>.

- [4] Y. Yuliana, J. Jeffry, A. Akbar, W. Weny, and M. Jackson, "Pengaruh Motivasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT. Bank Central Asia Cabang Golden Trade Medan," *J. Ilm. Simantek*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [5] Y. K. Mauliy, "Metode Pembelajaran Daring Menggunakan Aplikasi Online Pada Masa Pandemi Covid-19," *J. Metod. Pembelajaran Daring*, vol. 1, no. 1, p. 23, 2020.
- [6] R. Irawati and D. A. Carrollina, "Analisis Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Operator Pada Pt Giken Precision Indonesia," *Inovbiz J. Inov. Bisnis*, vol. 5, no. 1, p. 51, 2017, doi: 10.35314/inovbiz.v5i1.171.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung, 2019.