

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan atau mengejar suatu tujuan tertentu. Saat ini hadir perusahaan-perusahaan yang menawarkan berbagai produk dan jasa, serta dapat mengenalkan dan membentuk citra perusahaannya. Agar perusahaan tetap ada dan bertahan dalam jangka waktu yang lama maka diperlukan strategi serta mampu mempertahankan citra yang positif di mata publiknya. Salah satu hal yang dapat menopang eksistensi sebuah perusahaan adalah dengan menjaga komunikasi yang positif dan terbuka dengan publik atau masyarakat.

Komunikasi yang efektif dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Komunikasi yang buruk dapat menyebabkan perusahaan berjalan tanpa mengikuti tugas dan fungsi sehingga menyebabkan organisasi atau perusahaan menyimpang dari tujuannya. *Public relations* atau yang juga dikenal dengan humas memiliki peran komunikasi yang sangat vital dalam sebuah perusahaan. *Public relations* memiliki berbagai peran, tugas, fungsi, dan tanggung jawab. Setiap perusahaan membutuhkan seorang *public relations* yang berperan dalam membentuk dan mempertahankan citra perusahaan baik itu citra positif maupun memperbaiki citra negatif.

BUMN adalah perusahaan yang dimiliki sepenuhnya maupun sebagian oleh pemerintah serta pemerintah yang memberikan kontrol. Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, definisi Badan Usaha Milik Negara, yang disebut BUMN adalah Badan Usaha yang seluruhnya atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.

PT Perkebunan Nusantara VIII merupakan salah satu perusahaan BUMN yang merupakan anak usaha dari PT Perkebunan Nusantara III yang bergerak pada bidang usaha agroindustri bertempat di Jl. Sindangsirna, No. 4, Bandung. PT Perkebunan Nusantara VIII atau lebih dikenal dengan PTPN VIII memiliki maksud dan tujuan untuk menyelenggarakan usaha pada bidang agrobisnis dan agroindustri, dan optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan barang dan jasa yang bermutu tinggi serta berdaya saing kuat.

Komoditi yang diusahakan oleh PT Perkebunan Nusantara VIII adalah kelapa sawit, karet, teh, aneka kayuan dan aneka tanaman lainnya. Kebun atau unit usaha yang dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara VIII yaitu sebanyak 24 kebun yang tersebar di 11 Kabupaten atau Kota di Provinsi Jawa Barat dan 2 Kabupaten di Provinsi Banten.

Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang serupa maka pelaku bisnis dituntut untuk mampu beradaptasi dengan lingkungannya. Perjalanan PT Perkebunan Nusantara VIII tidak selalu berjalan sesuai harapan perusahaan. PT Perkebunan Nusantara VIII pernah mengalami beberapa krisis yang menimpa

perusahaan yang dapat berakibat pada citra perusahaan dan keberlangsungan perusahaan.

PT Perkebunan Nusantara VIII pun sempat terlibat konflik sengketa aset lahan Megamendung kepemilikan PTPN VIII dengan pesantren FPI (Front Pembela Islam). Aset tersebut berada di Kawasan Gunung Mas, Puncak Bogor, Jawa Barat. Konflik antara PTPN dengan FPI telah berlangsung beberapa kali sejak berdirinya Markaz Syariah FPI pada 2015. Lahan yang dikuasai oleh Markaz Syariah tersebut sebelumnya merupakan lahan PTPN yang diduga telah diserobot penduduk sekitar. Penyebab permasalahan tersebut diketahui bahwa adanya transaksi yang dilakukan oleh pihak FPI dengan Kecamatan di daerah tersebut terkait lahan, lahan tersebut bukanlah milik pemerintah atau perorangan melainkan milik PTPN VIII. Sehingga PTPN VIII melayangkan somasi kepada sejumlah pihak yang menempati lahan tersebut. Somasi tersebut direspons baik oleh publik namun ada juga yang tidak mengindahkannya. Permasalahan tersebut telah selesai dengan perusahaan memenangkan putusan sidang dan PT Perkebunan Nusantara VIII dapat mengambil alih lagi lahan tersebut. Beberapa permasalahan yang menimpa perusahaan tersebut dapat berpengaruh pada citra perusahaan. Sehingga untuk menangani hal tersebut dibutuhkan lah strategi-strategi yang dilakukan *public relations*.

Sehingga setelah PT Perkebunan Nusantara VIII mengalami permasalahan tersebut maka, dibutuhkan upaya atau strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi citra perusahaan. Untuk mempertahankan citra perusahaan yang positif di mata publik, maka diperlukan seorang *public relations* yang tidak hanya berperan untuk menciptakan komunikasi yang efektif,

membangun komunikasi dan mempertahankan hubungan yang baik antara perusahaan dan public, tetapi *public relations* pun mempunyai peran dalam menumbuhkan dan mempertahankan citra positif perusahaan dengan perencanaan strategi *public relations* yang didasarkan pada kesepakatan perusahaan.

*Public Relations* PT Perkebunan Nusantara VIII melakukan strategi dalam menangani *cases* tersebut dengan menggunakan strategi *public relations*. Terdapat komponen penting yang dapat dilakukan oleh seorang *public relations*.

PT Perkebunan Nusantara VIII mulai bangkit kembali setelah melakukan restrukturisasi perusahaan, melakukan transformasi bisnis termasuk efisiensi operasional, *refocusing* bisnis dan mendorong produktivitas tanaman. Kemudian, memperbaiki kompetensi manajemen, dan meningkatkan pengelolaan kebun dan sebagainya.

Peran *Public relations* PT Perkebunan Nusantara VIII yang dapat berkomunikasi dengan baik untuk membentuk dan mempertahankan citra perusahaan menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kesuksesan ataupun keberadaan perusahaan. Keberadaan *public relations* di PT Perkebunan Nusantara VIII merupakan sebagai jembatan dan ujung tombak dari perusahaan dalam membawa nama perusahaan serta dapat membantu mempertahankan citra perusahaan, reputasi, maupun membangun kredibilitas. Salah satu hal yang berpengaruh terhadap eksistensi dari sebuah perusahaan yaitu citra positif perusahaan. Karena melalui citra positif tentunya dapat memberikan kepercayaan publik terhadap perusahaan serta menarik perhatian target perusahaan.

Citra perusahaan merupakan kesan, perasaan, serta gambaran dari publik kepada perusahaan, kesan yang tercipta dari suatu objek, orang, maupun organisasi. (Soemiras dan Ardianto, 2007). Sehingga, *public relations* PT Perkebunan Nusantara VIII sangat diperlukan dalam membuat strategi agar memperoleh citra perusahaan yang baik di mata publik.

Strategi untuk mempertahankan citra positif perusahaan atau organisasi dapat dibangun dengan banyak cara atau menyusun strategi yang dipikirkan dengan matang dan terencana untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan. Strategi *Public relations* juga dikenal sebagai teori bauran *Public relations* Philip Kotler yakni strategi PENCILS. Strategi *public relations* PENCILS ini terdiri dari *Publications, Event, News, Community involvement, Inform or image, Lobbying and negotiation, Social responsibility*. Teori bauran ini merupakan gagasan dari dua pakar pemasaran yaitu Philip Kotler dengan Megamarketing dan Thomas L. Harris dengan *Marketing Public Relations* (Reswari, 2008)

*Publications* merupakan fungsi dan tugas humas dalam menyebarkan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas diketahui oleh publik. *Event* merupakan rancangan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan yang dapat berpengaruh pada opini publik. *News* yaitu strategi humas dalam membuat berita melalui *press relase, news letter dan bulletin*, dan lain-lain. *Community Involvement* merupakan strategi dengan menjaga kontak sosial dengan kelompok masyarakat dalam rangka menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau perusahaan. *Inform or image* yaitu menyampaikan sesuatu kepada

publik atau untuk menarik perhatian. *Lobbying and negotiation* yaitu strategi humas dengan kemampuan melobi atau negosiasi untuk mencapai kesepakatan. *Social responsibility* merupakan strategi humas dalam aspek tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. (Ruslan, 2013)

Dilihat dari betapa pentingnya peran seorang humas PTPN VIII yang mampu dalam mempertahankan citra perusahaan demi menunjang kegiatan serta keberlangsungan perusahaan, maka peneliti tertarik menggunakan Teori Bauran Strategi *Public Relations* PENCILS Philip Kotler dan Thomas L. Hariss untuk melakukan penelitian mengenai strategi apa saja yang dilakukan oleh *Public Relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam mempertahankan citra perusahaan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi *Public Relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan penjabaran konteks penelitian, maka fokus peneliti pada penelitian ini adalah **“Bagaimana Strategi *Public Relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”**.

### **1.2.1 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, peneliti mengelompokkan masalah yang diteliti ke dalam identifikasi masalah berikut ini agar peneliti dapat melakukan penelitian secara objektif dan menyeluruh:

Peneliti memfokuskan penelitian ke dalam beberapa pertanyaan pokok, yaitu:

- 1) Bagaimana strategi *Publications* yang dilakukan *public relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam mempertahankan citra perusahaan?
- 2) Bagaimana strategi *News* yang dilakukan *public relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam mempertahankan citra perusahaan?
- 3) Bagaimana strategi *Lobbying and Negotiation* yang dilakukan *public relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam mempertahankan citra perusahaan?
- 4) Bagaimana strategi *Social responsibility* yang dilakukan *public relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam mempertahankan citra perusahaan?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari pertanyaan-pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui strategi *Public Relations* PT Perkebunan Nusantara VIII dalam melaksanakan *publications* untuk mempertahankan citra perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui strategi *Public Relations* dalam membuat *news* untuk mempertahankan citra PT Perkebunan Nusantara VIII.
- 3) Untuk mengetahui strategi *Public Relations* dalam melaksanakan *Lobbying and negotiation* untuk mempertahankan citra PT Perkebunan Nusantara VIII.

- 4) Untuk mengetahui strategi *Public Relations* dalam melaksanakan *social responsibility* untuk mempertahankan citra PT Perkebunan Nusantara VIII.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan ada banyak manfaat yang dapat diambil dan berguna baik secara umum serta dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### **1. Kegunaan teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah dapat mengembangkan ilmu khususnya ilmu komunikasi di dalam bidang kajian Humas khususnya dalam strategi humas. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbang saran dan literatur bagi PT Perkebunan Nusantara VIII

#### **2. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dari penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi peneliti. Kegunaan praktis bagi perusahaan untuk memberikan masukan dan saran agar dapat lebih meningkatkan dan mengevaluasi bidang humas PT Perkebunan Nusantara VIII dalam meningkatkan citra perusahaan.