



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Aktivitas Humas dalam Menjalankan Media Relation di Perusahaan Pupuk Sriwidjaya Palembang

Amanda Tracy Alexander¹, Retna Mahriani², Raden Ayu Wulantari³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya

Jl. Srijaya Negara, Bukit Lama, Palembang – Indonesia

Korespondensi: radenayuwulantari@fisip.unsri.ac.id

Abstrak

Hubungan masyarakat (Humas) bertumpu pada komunikasi dan relasi. Aktivitas Humas menjadi penting dalam menjaga relasi dengan internal organisasi perusahaan maupun di luar organisasi yaitu publik. Aktivitas *media relation* salah satu dari sekian aktivitas humas dalam menjaga kedua relasi tersebut. Salah satu yang menjalankan adalah PT. Pupuk Sriwidjaya (Pusri) Palembang. Peneliti berupaya menggambarkan bagaimana aktivitas media relations yang dijalankan oleh Humas PT Pusri Palembang sekaligus menjaga reputasi dengan publik dan media. Penelitian ini akan melihat dari sudut pandang kualitatif menggunakan metode pengambilan data dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa Humas dan PT Pusri dalam menjalankan *media relations*-nya dibagi menjadi dua kategori. Pertama, secara umum aktivitas media relations dijalankan dengan memberikan *press release*, *press conference*, *press interview*, *press briefing*, kerjasama dengan media cetak dan media elektronik. Kedua, aktivitas non-formal media relations dijalankan dengan melayani media, hubungan personal dengan pihak media, makan siang bersama media, media gathering, dan Pusri Jurnalistik Award.

Kata Kunci: humas, aktivitas, *media relations*, PT Pupuk Sriwidjaya Palembang

Copyright © 2018 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Humas PT Pusri mempunyai beberapa program unggulan dalam menarik perhatian partner media untuk mengikuti program tersebut. Program unggulan tersebut sifatnya berkelanjutan, misalnya: Pusri Jurnalistik Award (PJA) yang sudah tiga kali berturut-turut dilaksanakan. Program PJA dinyatakan berhasil dan menjadi ajang berkumpulnya para partner media PT Pusri dengan petinggi perusahaan. Sehingga menimbulkan hubungan perusahaan dengan rekan media yang berjalan dengan baik dan harmonis. Humas PT Pusri Palembang sendiri memiliki tiga bagian kerja, diantaranya bagian Komunikasi, Protokol, dan CSR. Di bagian komunikasi bertugas mengelola informasi perusahaan dan data bisnis perusahaan melalui pemanfaatan media teknologi informasi agar lebih mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal investasi atau kerja sama bisnis lainnya.

Media relations merupakan sebuah keharusan, bahkan, Jerry Dalton Jr (dalam (Nurudin, 2008)), salah seorang manajer komunikasi perusahaan di Aircraft Company mengatakan bahwa Humas memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan dengan media. Hal tersebut tidaklah keliru, tapi juga tidak sepenuhnya benar. Memang salah satu tugas yang dipikul seorang Humas adalah menangani wartawan. Tujuan organisasi menjalin hubungan baik dengan publik bisa beragam. Satu diantaranya adalah untuk meningkatkan atau menjaga citra organisasi di mata publik atau stakeholder. Ataupun untuk

mempertinggi atau memelihara reputasi organisasi. Bila satu organisasi sangat baik reputasinya, maka para karyawan pun akan bangga bekerja di organisasi itu. Pihak-pihak yang berhubungan dengan organisasi itupun akan merasa ikut terangkat gengsinya.

Aktivitas media relations yang dilakukan oleh Humas PT Pusri merupakan suatu usaha untuk mencapai pemuatan atau penyiaran yang maksimal atau suatu pesan atau informasi (dari Humas) dalam membentuk pengetahuan dan pemahaman khalayak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas-aktivitas bersama media partner yang dilakukan tersebut ialah semakin baiknya citra PT Pusri Palembang di mata Publik. Selain itu pula hubungan antara dua pihak akan terus terjaga dan harmonis. Humas PT Pusri Palembang juga mendapatkan feedback lainnya seperti peningkatan jumlah produksi pupuk karena banyaknya pemesan dan agen pupuk yang mempercayai PT Pusri Palembang sebagai mitra bisnisnya. Publik internal perusahaan yakni karyawan juga merasakan dampak positifnya dengan semakin bersemangat dalam bekerja dan berprestasi.

Aktivitas melalui media relation PT Pusri menjadi penting untuk diteliti karena relasi yang dijalkan selama bertahun-tahun menghasilkan relasi solid dengan media. Terbukti dengan dimilikinya 22 partner media cetak, tujuh media elektronik dan satu media online. Kuantitas relasi juga dipertimbangkan ketika public ingin mengetahui reputasi perusahaannya. Hubungan dengan publik inilah yang ingin terus dijaga keharmonisannya. Oleh karena itu penelitian ini menjadi penting.

Kerangka Teoritis

Dalam upaya membina *media relations*, maka Humas melakukan berbagai aktivitas yang bersentuhan dengan media massa atau pers. Menurut Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si (Ardianto, 2014) mengatakan bahwa setidaknya ada 8 aktivitas Humas dalam menjalankan *media relations*:

(1) *press conference*. Adalah aktivitas sosialisasi dan konfirmasi atas aktivitas, berita, produk dan jasa yang menyangkut masyarakat;

(2) *temu pers* atau *jumpa pers*. Yaitu informasi yang diberikan secara simulutan/berbarengan oleh seseorang dari yaitu pejabat pemerintah kepada sekelompok wartawan, bahkan bisa ratusan wartawan;

(3) *press briefing*. Pemberian informasi diselenggarakan secara reguler oleh seorang pejabat Humas. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih perinci;

(4) *press tour*. Kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan mereka (media/pers) diajak menikmati objek wisata yang menarik;

(5) *press release*. Merupakan media yang banyak digunakan dalam kegiatan Humas untuk menyebarkan berita. Press release diartikan juga sebagai pengumuman yang dibuat instansi/lembaga/perusahaan untuk dikonsumsi media massa. Tujuannya jelas, agar kegiatan perusahaan diliput oleh media massa. Publisitas perusahaan/lembaga/instansi di media massa yang menjadi target utamanya. Dalam membuat perss release, Humas merancanganya dengan baik agar dianggap penting bagi publik agar disiarkan dengan media;

(6) *special event*. Yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan Humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, yang mampu meningkatkan pengetahuan dan selera publik, seperti pameran, lokakarya, open house dan lainnya;

(7) *press luncheon*. Yaitu pejabat Humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan/lembaga guna mendengarkan perkembangan lembaga tersebut;

(8) *press interview*. Yaitu wawancara yang sifatnya lebih pribadi, lebih individu. Humas atau pimpinan puncak yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan atau reporter yang

bersangkutan. Meskipun pejabat itu di wawancarai sesuai meresmikan suatu acara oleh banyak wartawan, tetap saja wawancara itu bersifat individu.

Metode Penelitian

Sumber data utama dari penelitian ini adalah staf bagian komunikasi Departemen Humas beserta seluruh pihak yang berkaitan langsung dengan hubungan media perusahaan. Kepada informan akan dilakukan wawancara mendalam. Adapun *key informant* yaitu staf Komunikasi Departemen Hubungan Masyarakat PT Pusri Palembang dan *clerk* Komunikasi Departemen Hubungan Masyarakat PT Pusri Palembang Palembang. *Key informant* ditarik dengan menggunakan *purposive sampling* dengan sejumlah kriteria yang dapat menggambarkan secara rinci dan jelas mengenai aktivitas Humas PT Pusri Palembang. Informan lainnya adalah partner media PT Pusri di mana data hasil wawancara akan dicrosscheck menggunakan triangulasi sumber kepada *Video Journalist Crew* TV One dan wartawan Koran Sumeks.

Hasil wawancara akan dianalisis menggunakan Teknik deskriptif untuk menjelaskan aktivitas humas melalui *media relation* PT Pusri Palembang.

Hasil Penelitian

Hubungan pers atau hubungan media adalah suatu usaha untuk mencapai pemuatan atau penyiaran yang maksimal atas suatu pesan atau informasi dari Humas dalam membentuk pengetahuan dan pemahaman khlayak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Ardianto S. S., 2008). Tujuan pokok diadakannya hubungan pers adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman, bukan semata-mata untuk menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan perusahaan induk atau klien demi mendapatkan “suatu citra atau sosok yang lebih indah daripada aslinya di mata umum.” Tidak seorang pun yang berhak mendikte apa yang harus diterbitkan atau disiarkan oleh media massa, setidaknya-tidaknya disuatu masyarakat yang demokratis.

Kejujuran dan kenetralan sebaiknya dipegang teguh oleh kalangan Humas. Setiap pesan atau berita yang mereka sampaikan kepada masyarakat melalui pers haruslah sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Baik buruknya Humas diukur berdasarkan kejujuran dan sikap netralnya. Kepentingan masyarakat, dalam hal ini para pembaca, pendengar atau pemirsa, harus senantiasa diutamakan. Jika hal ini benar-benar diperhatikan, dengan sendirinya sambutan khalayak pembaca, pendengar dan pemirsa, akan positif sehingga perusahaan induk atau klien PR akan memperoleh suatu publisitas yang baik seperti yang dinginkannya. Pada saat itulah kepentingan-kepentingannya sendiri akan dapat terpenuhi.

Humas PT Pusri Palembang terus berupaya untuk menjaga hubungan baik dengan media pertnernya. Mengingat banyaknya media yang bekerjasama dengan PT Pusri Palembang, pihak Humas mengadakan beberapa aktivitas dengan pihak media yang dapat mengakrabkan hubungan personal dan dapat mengenal lebih dekat lagi satu sama lainnya. Walaupun dalam beberapa acara perusahaan pihak Humas secara bergantian mengundang media partner untuk liputan dikarenakan terbatasnya ruang dan anggaran untuk liputan. Media partner dari PT Pusri Palembang sendiri terdiri dari media lokal dan nasional, baik itu cetak maupun eletronik. Humas PT Pusri Palembang mengerti bahwa wartawan dibutuhkan untuk menyampaikan informasi atau promosi kepada masyarakat luas, dan wartawan juga menyadari bahwa kebutuhan akses narasumber salah satunya dapat difalitisasi oleh Humas.

Dalam upaya membina hubungan dengan media, Humas PT Pusri Palembang melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media. Dari wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti dengan Humas PT Pusri Palembang didapat bahwa Humas melakukan Aktivitas *Media Relations* sesuai dengan teroi yang diungkapkan oleh Ardianto Elvinaro (Ardianto E. , 2014) dengan menggunakan 7 konsep yaitu *press conference*, *press briefing*, *press tour*, *special event*, *press luncheon*, *press interview* dan *media gathering*.

Press Conference. Menurut Jefkins (Jefkins, 1996), konferensi pers adalah sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat dibicarakan. Acara khusus ini dibuat sebagai sarana untuk mengumumkan, menjelaskan, mempertahankan atau mempromosikan kebijaksanaan dengan maksud untuk mengukuhkan pengertian dan penerimaan publik pada pihak pemrakarsa acara.

Di PT Pusri Palembang sendiri tujuan utama konferensi pers adalah untuk mewujudkan keinginan pemrakarsa untuk menyampaikan pernyataan atau informasi oleh organisasi atau individu dengan mengundang media massa agar datang dan meliput dengan harapan berita akan disiarkan seluas-luasnya. Publikasi informasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran.

Tabel 1. Gambaran Umum Press Conference oleh Humas PT Pusri Palembang

No.	Tema Press Conference	Keterangan
1	Tujuan Press Conference	<ul style="list-style-type: none"> - PT Pusri Palembang mengadakan press conference dengan tujuan untuk mengenalkan produk baru (PUSRI Seed, benih padi dan pupuk urea), peresmian pabrik baru (Pabrik PUSRI II B), dan penandatanganan kerjasama penting perusahaan kepada publik (perjanjian kerjasama NPK Fusion II). - Untuk membantah isu atau berita miring (pada saat isu Asap produksi PT Pusri yang menghalangi penonton dalam menyaksikan Gerhana Matahari total beberapa tahun lalu)
2	Waktu Pelaksanaan	- Kegiatan ini diselenggarakan 2 kali dalam setahun, isu miring yang membutuhkan klarifikasi dan kegiatan besar atau yang dilaksanakan oleh PT PUSRI Palembang
3	Tempat Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Gedung Diklat Musi II dan - Graha PT Pusri Palembang

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Tabel 2. Berita / Informasi yang Disampaikan

No	Persiapan Press Conference	Keterangan
1	Tema press conference	<ul style="list-style-type: none"> - Groundbreaking Proyek NPK Fusion II - Peresmian pabrik Pusri II B
2	Pengiriman undangan	<ul style="list-style-type: none"> - Melalui pos - Melalui email
3	Dokumen yang disiapkan	<ul style="list-style-type: none"> - Press release - Daftar absensi buku tamu - Metari narasumber
4	Perlengkapan acara	- Peralatan dokumentasi (kamera, perekam suara, dan presentasi)

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Tabel 3. Pihak yang dilibatkan pada penyelenggaraan Press Conference

No	Pihak yang Dilibatkan	Keterangan
1	Narasumber conference Media Partner	Direktur Direktur Utama yaitu bapak Mulyono Prawiro dan Direktur Produksi bapak Filius Yuliandi
2	Bagian internal perusahaan yang dilibatkan	<ul style="list-style-type: none"> - Staf Humas protokoler, komunikasi dan CSR (Dilibatkan dalam menyusun acara, menyiapkan tamu undangan dan dokumentasi acara) - Bagian Komersil, Pemasaran dan Ketenagakerjaan (Dilibatkan dalam hal penyiapan materi narasumber)
3	Tamu Undangan Pemerintah	Kementerian BUMN, Kementerian Perindustrian RI dan Pejabat Kota Palembang

4	Tamu Undangan Perusahaan Mitra	Direktur Utama PT Wijayakarya dan Pertamina
5	Media partner yang hadir	<ul style="list-style-type: none"> - Media cetak lokal (Sriwijaya Post, Sumatera Express, Tribun Sumsel, Suara Nusantara, Suara Pemred, Sumsel Post, Suara Sumsel) - Media Cetak Nasional (Kompas, Media Indonesia, Republika) - Media Elektronik Lokal (Pal TV dan TVRI Sumsel) - Media Elestronik Nasional (Metro Tv dan TV One)

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Press Briefing. Press Briefing merupakan kegiatan rutin yang diselenggarakan Humas guna menjalin hubungan baik, harmonis, dan dinamis dengan pers. Dengan kata lain untuk memperkokoh kemitraan antara perusahaan dan media massa. Press Briefing ini dilakukan pula untuk perbaikan pelayanan informasi dari perusahaan kepada media massa. Menurut Soemirat (Ardianto S. S., 2008) dalam kegiatan ini, informasi yang disampaikan kepada pers ialah tentang kegiatan yang baru atau yang akan terjadi, juga diadakan tanya – jawab apabila wartawan memiliki pertanyaan atau ingin mengetahui informasi dengan lebih detail.

Perbincangan dengan media atau press breafing diselenggarakan secara reguler oleh Humas. Dalam kegiatan ini, Humas menyampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang akan baru terjadi kepada media untuk sebagai arahan kepada media dalam proses peliputan nantinya. Press briefing juga dilakukan pada saat Humas kedatangan banyak wartawan yang biasanya tidak diundang ke acara supaya media dapat melakukan proses liputan dengan lancar. Humas PT Pusri Palembang menganggap perlunya media diberikan arahan terlebih dahulu sebelum melakukan proses liputan.

Tabel 4. Gambaran Umum Press Briefing Humas PT Pusri Palembang

No	Gambaran Umum Press Briefing	Keterangan
1	Bagian Humas yang mengarahkan briefing	<ul style="list-style-type: none"> - Informan 2 dalam hal ini adalah Ibu Glory Liani selaku clerk Komunikasi Humas PT Pusri Palembang. Ibu Glory mengarahkan dan memimpin diskusi press briefing dengan media - Bapak Alfin selaku Kameramen Humas PT Pusri Palembang. Bapak alfin bertugas untuk mendokumentasikan press briefing
2	Waktu Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Sebelum liputan acara perusahaan, atau - Sesudah liputan acara perusahaan
3	Tempat Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Pelataran gedung kantor PT Pusri Palembang - Di ruang tamu Departemen Humas PT Pusri Palembang

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Tabel 5. Isi Press Briefing oleh Humas PT Pusri Palembang

No	Isi Briefing	Keterangan
1	Press Briefing yang pernah dilaksanakan	<ul style="list-style-type: none"> - Press briefing untuk acara Pelepasan Pasar Murah Ramadhan tahun 2017 PT Pusri Palembang - Press briefing untuk acara Buka dan Doa bersama 1000 Anak Yaitm PT PUSRI Palembang
2	Materi briefing	<ul style="list-style-type: none"> - Humas memberikan masukan kepada awak media untuk waktu publikasi berita paling lambat 2 hari setelah acara. - Humas memberikan informasi mengenai data nama tamu undangan, nama narasumber atau pembuka acara, jumlah data mengenai program pasar murah dan lokasi-lokasi pasar murah.
3	Hal yang ditanyakan oleh pihak media	<ul style="list-style-type: none"> - Diperbolehkan atau tidak melakukan wawancara langsung dengan direktur

	- Diberikan atau tidaknya press release dari Humas
--	--

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Tabel 6. Persiapan Press Briefing Pelepasan Program Pasar Murah Ramadan PT PUSRI Palembang 2017

No	Persiapan Press Briefing	Keterangan
1	Dokumen yang dibutuhkan	- Press release (sebagai acuan data berita acara Pelepasan Program Pasar Murah Ramadan 2017 PT PUSRI Palembang) - Absensi / daftar hadir wartawan
2	Perlengkapan dokumentasi Humas	- Kamera - Perekam suara
3	Monitoring media	- Publisitas Berita oleh media - Pengumpulan berita - Pemilihan berita - Analisis Berita - Tanggapan / Apresiasi Media

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Press Tour. *Press Tour* atau Wisata Media, diselenggarakan oleh perusahaan untuk mengunjungi daerah tertentu dan media diajak menikmati objek wisata yang menarik. Namun, Humas PT PUSRI Palembang belum pernah mengadakan wisata pers hingga saat ini. Menurut informan 1 hubungan kedekatan dengan pihak media belum sampai dengan tahapan yang sangat dekat seperti melakukan wisata bersama:

“Untuk wisata pers kita belum pernah adakan, hubungan kita dengan media partner masih dibatas media gathering yah. Masih sebatas bertemu, tatap muka, silaturahmi, tapi untuk darmawisata kemana gitu belum, karena untuk anggarannya besar dan belum ada.” (Informan 1)

PT PUSRI Palembang mempunyai pabrik dan area perkantoran yang sangat luas. Sehingga untuk mencapai akses ke pabrik, pengunjung diharuskan memiliki izin terlebih dahulu dan disediakan transportasi khusus untuk sekedar mengelilingi pabrik. Tidak sembarang orang dan kepentingan bisa masuk kedalam pabrik karena aktivitas didalam pabrik yang sangat sibuk dan berbahaya bagi keselamatan pengunjung. Untuk itu pihak Humas pada saat acara pengantungan pupuk terakhir dan perdana pada desember 2017 lalu, mengundang wartawan untuk menghadiri konferensi pers didalam pabrik sekaligus *live report* acara tersebut. Wartawan yang diundang di fasilitasi oleh Humas untuk mengunjungi pabrik sekaligus liputan. Hal ini dijelaskan oleh Informan 2 selaku clerk komunikasi Humas:

“Selama ini belum pernah kalau untuk jalan-jalan dengan para media partner, tapi kalau site visit sudah tu. Jadi pada saat acara pengantungan pupuk terakhir 2017 waktu itu, sebelum acara para wartawan diajak untuk mengelilingi pabrik sebentar untuk pengenalan lingkungan pabrik Pusri. Setelah itu baru diajak ke lokasi pengantungan pupuk.” (Informan 2).

Kegiatan-kegiatan PT PUSRI Palembang yang berlokasi di luar kota juga butuh tim dokumentasi dan publikasi. Maka dari itu Humas biasanya mengajak *media partner* untuk liputan keluar kota, namun media yang diajak liputan adalah media lokal terdekat saja dan biasanya media cetak. Untuk liputan keluar kota, Humas berkewajiban untuk memfasilitasi semua kebutuhan wartawan pada saat liputan berlangsung. Informan 4 selaku wartawan media cetak Sriwijaya Post pernah mengikuti liputan untk

acara perusahaan yang berada di luar kota. Beliau menjelaskan bahwa media partner yang diikutsertakan hanya media yang terdekat saja:

“Kita tu ngga pernah diajak jalan berwisata gitu tapi pernah sih diajak penugasan berita liputan ke daerah-daerah waktu acara panen raya di mana itu yah saya lupa pokoknya diluar kota. Tapi Humas cuma ajak Sripo dan Sumeks media cetak. 2017 awal, seingat aku kita balik hari itulah dek. Dari pagi berangkat malenmya udah dipalmbang lagi.” (Informan 4)

Peneliti menggambarkan bagan indikator dimensi *press tour* yang seharusnya menjadi acuan peneliti dalam pencarian data pada teknik wawancara dengan informan, namun kenyataannya dilapangan bahwa *press tour* tidak pernah diadakan oleh Humas PT PUSRI Palembang.

Dari pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Humas PT PUSRI Palembang sejauh ini belum mengadakan wisata pers secara khusus, karena belum masuk dalam perencanaan dan program kerja Humas dalam aktivitasnya dengan para *media partner* mereka. Untuk melaksanakan *Press Tour*, Humas harus memperhatikan jam terbang wartawan, karena mengingat wartawan tidak dapat diundang kapan saja. Humas juga harus memperhatikan semua persiapan yang dibutuhkan selama perjalanan Wisata Media. Selain itu tidak adanya anggaran Humas untuk menjalankan *press tour*. Itulah alasan mengapa Humas PT Pusri belum mengadakan Wisata Pers. Berbeda dengan lembaga provit maupun non provit lainnya yang bergerak dibidang pariwisata seperti Kementerian Pariwisata dan Dinas pariwisata yang harus menjalankan *press tour* karena dengan melalui berwisata dengan media dapat membantu lembaga dalam mempromosikan dan meningkatkan citra daerah-daerah melalui *press tour*.

Press Release. Menurut Soemirat dan Ardianto (Ardianto S. S., 2008) *press release* atau siaran pers adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh Humas suatu organisasi/ perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/ redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut. Isi dari *Press release* biasaya singkat, *to the point*, dan jelas. *Press Release* disebarkan kepada wartawan yang hadir pada *press conference* dan *press briefing*, dimana detail *press release* yang diberikan tersebut tidak akan lepas dari acara yang dilaksanakan oleh perusahaan. Indikator dalam dimensi ini adalah Struktur penulisan data sebagai bahan untuk penulisan berita dan Pengiriman *press release* ke pihak media Ketiga indikator tersebut akan disajikan dan dianalisis satu-

persatu. Peneliti juga menganalisis serta memberikan kesimpulan dari setiap dimensi variabel. Berikut indikator pertama dari *press release*, yaitu struktur penulisan *press briefing*:

Karakteristik Penulisan Release. Untuk penulisan *press release*, Humas PT PUSRI Palembang memakai aturan penulisan berita ada umumnya. Humas mengatakan bahwa penulisan *release* seharusnya tidak terlalu panjang dan maksimal satu lembar. *Release* juga dibantu dengan menggunakan tabel agar tidak boros kata dan mudah dipahami oleh wartawan dalam membaca data kegiatan perusahaan.

Tabel 7. Karakteristik Penulisan Release ‘Pelepasan Pasar Murah Ramadhan’ tahun 2017:

No	Karakteristik Penulisan Release	Keterangan
1	Unsur-unsur penulisan	Menggunakan Unsur berita 5W+1H \: Apa: Pelepasan program pasar murah ramadhan 2017 Siapa: PUSRI Kapan: Juni 2017 Dimana: pelepasan dilakukan di halaman depan kantor pusat PT PUSRI Bagaimana: Acara ini dihadiri oleh Direktur utama perusahaan beserta tamu undangan pemerintah kota Mengapa: acara ini dilaksanakan sebagai bentuk perhatian PT PUSRI dalam menyambut bulan ramadhan dan sebagai perhatian sosial perusahaan

2	Gaya Bahasa	Menggunakan ejaan bahasa indonesia yang disempurnakan
3	Pengaturan huruf, spasi dan layout release	<ul style="list-style-type: none"> - Huruf Times New Roman - Font 12 Spasi - Layout bingkai press release PT PUSRI Palembang - Release max 1 lembar

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Sumber Data Penulisan Press Release. Dalam acara-acara besar perusahaan atau acara yang bersifat situasional, Humas menjadi fasilitator untuk persiapan acara, susunan acara, publikasi, maupun protokoler acara. Untuk mendapatkan data sebagai bahan menulis press release, biasanya Humas mendapatkannya dari bagian kerja yang mempunyai acara. Pada saat pembuatan press release mengenai acara Pelepasan Pasar Murah Ramadan tahun 2017 lalu, Humas PT PUSRI Palembang dibantu bagian kerja lain yang mengurus secara langsung penyelenggaraan acara, berikut tabel penjelasan dari indikator Sumber Data Penulisan Press Release pada acara Pasar Murah Ramadan tahun 2017:

Tabel 8. Sumber Data Penulisan Press Release Acara Pelepasan Pasar Murah Ramadan 2017

No	Sumber Data Penulisan Release	Keterangan
1	Sumber data berita	Sumber penulisan data press release Pelepasan Pasar Murah Ramadan bersumber dari bagian kerja Bidang Bina Lingkungan yang menyelenggarakan acara
2	Bentuk penyajian data release	Data disajikan dalam bentuk tabel. Tabel berisi : 1. Lokasi pasar murah PT PUSRI 2. Daftar paket dan harga sembako yang dijual PT PUSRI

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Pengiriman Press Release. Untuk penyebaran press release kepada para media partner, Humas PT PUSRI Palembang memberikan press release kepada wartawan yang hadir pada saat liputan acara perusahaan dan tidak secara langsung bila ada wartawan yang tidak meliput kegiatan perusahaan. Berikut adalah tabel penjelasan dari indikator Pengiriman *Press release*:

Tabel 9. Pengiriman Press Release oleh Humas PT PUSRI Palembang

No	Pengiriman Press Release	Keterangan
1	Secara langsung	<ul style="list-style-type: none"> - Press release dibagikan pada saat press briefing - Press release dibagikan pada saat sebelum acara perusahaan
2	Secara tidak langsung	<ul style="list-style-type: none"> - Jalur pribadi kepada wartawan Via Email - Jalur pribadi kepada wartawan Via Whatsapp

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Special Events. *Special Events* atau ajang khusus yang dibuat oleh Humas untuk pihak media sebagai suatu bentuk apresiasi kepada media dan menarik minat semua stakeholder perusahaan dalam ajang khusus. Rachmat Kriyantono (Kriyantono, 2012) menyampaikan bahwa Arti *Special Event* menurut istilah lain sebagai berikut: (1) *Special*, atau spesial berarti sesuatu yang “istimewa”, pengecualian (khas) dan tidak umum; (2) *Event*, Suatu kejadian penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal, maupun nasional dan bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa (*event*) secara internasional.

Untuk ajang khusus ini sendiri, Humas PT PUSRI Palembang mengadakan *PUSRI Journalistic Award* atau disingkat menjadi PJA dan *Media Gathering*. Untuk penjelasannya akan dibagi menjadi dua bagian:

PUSRI Journalistics Award. *PUSRI Journalistic Award* atau PJA adalah ajang perlombaan sekaligus penganugerahan kepada *media partner* perusahaan yang telah bekerjasama dan membantu Humas dalam proses publikasi dan promosi perusahaan. PJA sendiri merupakan kegiatan tahunan yang telah diadakan 4 kali untuk tahun ini dan ditujukan untuk mengapresiasi pihak media dalam hal kerjasama untuk hal publikasi perusahaan.

Perencanaan Event PJA. Untuk menyelenggarakan event yang besar, perusahaan juga harus mempunyai perencanaan yang besar dan matang. PT PUSRI Palembang dalam hal ini Humas merencanakan agenda-agenda dan runtutan kegiatan baik itu sebelum dan sesudah acara berlangsung. Untuk itu Humas PT PUSRI Palembang mempunyai persiapan dan energi yang tidak sedikit pada acara *PUSRI Journalistic Award*. Berikut merupakan tabel data mengenai perencanaan event *PUSRI Journalistic Award* yang dilaksanakan oleh PT PUSRI Palembang:

Tabel 10. Tabel Perencanaan Event *PUSRI Journalistic Award*

No	Perencanaan Event	Keterangan
1	Tema PJA	<ul style="list-style-type: none"> - Tema Besar : Mengabdikan untuk Negeri, Mewujudkan Kemandirian Pangan Nasional - Sub Tema : <ul style="list-style-type: none"> a. Peran industri pupuk dalam mewujudkan kemandirian pangan dan pemberdayaan sector pertanian b. Kiprah industri pupuk dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan dan pemberdayaan masyarakat lingkungan dan masyarakat
2	Jenis perlombaan yang diusung	<ul style="list-style-type: none"> - Lomba tulis artikel sesuai dengan tema - Lomba potografi sesuai dengan tema
3	waktu / penjadwalan penyelenggaraan event	<ul style="list-style-type: none"> - Jangka waktu perlombaan antara periode Januari 2018-April 2018 - Malam penganugerahan sekaligus pengumuman pemenang PJA akan dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2018
4	Tempat penyelenggaraan	<ul style="list-style-type: none"> - Malam penganugerahan sekaligus pengumuman pemenang PJA akan dilaksanakan di gedung Graha Puspa, PT PUSRI Palembang
5	Susunan acara	<ul style="list-style-type: none"> - Pembukaan (penampilan company profile, kata sambutan, dsb) - Isi (pemutaran foto dan hasil karya peserta, pembacaan nominasi dan pemenang) - Penutup (pembagian hadiah, hiburan dan tertib)

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Sumber Daya Manusia PJA. Pada pelaksanaan event *Pusri Journalistic Award*, pihak yang terlibat dalam pengerjaan acara baik itu sebelum maupun setelah acara Humas dibantu dengan bagian kerja lain. Baik itu sumber daya manusia internal perusahaan maupun bagian kerja eksternal perusahaan. Pada tabel dibawah ini akan digambarkan siapa saja sumber daya manusia atau bagian kerja mana saja yang dilibatkan dalam proses pengerjaan event PJA sebelum hingga sesudah acara.

Tabel 11. Sumber Daya Manusia *Pusri Journalistic Award*

No	Sumber Daya Manusia	Keterangan
1	Bagian kerja internal perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sekretaris Perusahaan: Pengawas dan yang memberikan legalitas acara 2. Humas

		<ul style="list-style-type: none"> - Bagian Komunikasi: Menyebarkan undangan, informasi perlombaan, mengatur tamu, mencari juri dan dokumentasi. - Bagian CSR: penganggaran acara dan mengalokasikan dana kesetiap keperluan acara - Bagian Protokoler: menyusun susunan acara pada saat malam penganugerahan dan melakukan pengawasan pada hari H. <p>3. Bagian Sarana & Umum: membantu Humas dalam penyediaan perlengkapan, konsumsi, akomodasi selama acara berlangsung.</p>
2	Bagian kerja eksternal perusahaan	<p>1. Tim Media lintas Informasi (MeLi): terdiri dari wartawan-wartawan senior yang menjadi panitia khusus penjurian selama perlombaan</p> <p>2. Media Partner: sebagai peserta lomba (belum ada jumlah pasti)</p>

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Media Gathering. *Media Gathering* atau temu media adalah pertemuan pers secara informal, khususnya hubungan (good relationship) antara pihak Humas dan wartawan yang dilaksanakan oleh Humas dengan mengundang para *media partner* untuk membicarakan suatu topik pembahasan tertentu. Bentuk kontak ini lebih menekankan pendekatan pribadi ke pribadi sebagai upaya lebih dekat mengenal satu sama lain untuk membangun hubungan saling keakraban, saling pengertian, saling mengenal, saling mendukung dan saling menghormati profesi satu sama lain sebagai mitra kerja yang positif. Humas PT PUSRI Palembang sering melakukan *media gathering* di daerah-daerah pemasaran PT PUSRI Palembang seperti di Semarang, Yogyakarta, dan Lampung. Perbedaan antara *press conference* dengan *media gathering* ini adalah dilihat dari situasi pada saat acaranya. *Press conference* dilakukan dalam suasana formal dan biasanya bertepatan dengan kegiatan perusahaan yang dilakukan pada hari itu. Namun *media gathering* dilakukan dengan suasana nonformal dan tidak ada acara perusahaan lainnya pada hari itu

Perencanaan Event Media Gathering. Perencanaan *media gathering* PT PUSRI Palembang tidak jauh berbeda dengan perencanaan event PJA. Namun di event *media gathering* Humas tidak perlu mencari tim penjurian dan mempersiapkan daftar pemenang lomba. Karena event ini bersifat pertemuan antara media dengan pihak perusahaan maka Humas merencanakan event *media gathering* lebih mudah dari event PJA. Yang berbeda dari *Media Gathering* adalah tempat pelaksanaannya bukanlah di wilayah PT PUSRI Palembang, melainkan di daerah pemasaran PT PUSRI Palembang.

Tabel 12. Tabel Perencanaan Event *Media Gathering*

No	Perencanaan Event	Keterangan
1	Tema PJA	Media Gathering PT PUSRI Palembang 2016
2	Isi acara	<ul style="list-style-type: none"> - Menyelenggarakan silaturahmi dengan media lokal bandar lampung atau daerah lokasi <i>media gathering</i> - Diskusi seputar perusahaan, produk baru, dan kegiatan di perusahaan - Hiburan - Makan Bersama
3	waktu / penjadwalan penyelenggaraan event	- Pernah diadakan pada tanggal 5 Februari 2016
4	Tempat penyelenggaraan	- Di Rumah makan Saung Desa, Bandar Lampung
5	Susunan acara	<ul style="list-style-type: none"> - Pembukaan - Pemberian materi dari pihak perusahaan - Diskusi antara media dengan pihak perusahaan - Hiburan - Makan bersama - Penutup

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Sumber Daya Manusia Event Media Gathering. Untuk sumber daya manusia dalam menyelenggarakan event media gathering, Humas PT PUSRI Palembang masih membutuhkan bantuan dari bagian kerja eksternal perusahaan untuk keperluan akomodasi ke tempat lokasi acara. Karena media gathering sendiri merupakan event yang diselenggarakan di luar kota atau diluar lingkungan PT PUSRI Palembang.

Tabel 13. Sumber Daya Manusia Event Media Gathering

No	Sumber Daya Manusia	Keterangan
1	Bagian kerja internal perusahaan	1. Sekretaris Perusahaan : Pengawas dan yang memberikan legalitas acara 2. Humas <ul style="list-style-type: none"> - Bagian Komunikasi: Menyebarkan undangan, mengatur tamu, dan dokumentasi. - Bagian CSR: penganggaran acara dan mengalokasikan dana kesetiap keperluan acara - Bagian Protokoler: menyusun susunan acara pada saat malam penganugerahan dan melakukan pengawasan pada hari H. 3. Bagian Sarana & Umum: membantu Humas dalam penyediaan perlengkapan, konsumsi, akomodasi selama acara berlangsung.
2	Bagian kerja eksternal perusahaan	1. Tim wilayah kerja PUSRI bagian wilayah pemasaran Kota Bandar Lampung 2. Tim ekspedisi Pemasaran PT PUSRI PAlembang

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Press Luncheon. Menurut Soemirat (Ardianto S. S., 2008) Press luncheon merupakan suatu kegiatan dimana Humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wartawan sehingga pihak pers bisa bertemu dengan pimpinan perusahaan untuk mengetahui perkembangan yang dialami oleh perusahaan. Humas PT PUSRI Palembang selalu mengundang makan siang wartawan yang sedang meliput acara jika acara tersebut memang ada jam makan siangnya:

Gambaran Press Luncheon. Humas PT PUSRI Palembang menjelaskan kepada peneliti bahwa tidak banyak yang harus dilakukan Humas pada saat menyelenggarakan press luncheon ini. Karena press luncheon sendiri diselenggarakan berbarengan dengan acara perusahaan yang melibatkan para media partner untuk meliput acara dan mempunyai jamuan makan siangnya. Seperti pada saat peneliti melakukan observasi pada acara Penyerahan Beasiswa Pusri yang diadakan oleh Divisi PKBL Pusri bulan mei 2017 lalu, peneliti melihat ada beberapa media partner yang diundang oleh Humas untuk meliput kegiatan. Pada saat selesai acara, Humas mengajak para wartawan untuk makan siang bersama.

Tabel 14. Gambaran Press Luncheon

No	Gambaran Press Luncheon	Keterangan
1	Tempat Press Luncheon	Makan siang bersama dilaksanakan di ruang pertemuan Gedung Musi Diklat PT PUSRI Palembang
2	Pengaturan tempat makan	Tempat makan antara pihak media dan karyawan perusahaan di gabungkan.
3	Perlengkapan dokumentasi	<ul style="list-style-type: none"> - Kamera - Perekam suara

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Press Interview. Wawancara pers adalah kegiatan pers yang mewawancarai narasumber dari perusahaan yang sifatnya lebih pribadi atau lebih individu. Humas atau pimpinan puncak yang diwawancarai hanya berhadapan dengan satu wartawan atau *media partner* saja. Meskipun pejabat itu di wawancarai seusai

meresmikan suatu acara oleh banyak wartawan, bahkan diliput radio dan televisi, tetap saja tetap saja wawancara itu bersifat individu. *Press interview* juga dapat diadakan secara resmi diluar kegiatan acara untuk membahas suatu topik tentang perusahaan. Misalnya, perusahaan diundang media cetak maupun elektronik dalam acara bincang-bincang ataupun wawancara mengenai *company profile*, atau profil direksi, *lunching* produk dan sebagainya yang tetap sifatnya hanya memakai satu media partner saja.

Gambaran umum press interview. *Press interview* ini bukanlah hal yang sengaja yang diselenggarakan oleh Humas namun *Press interview* diselenggarakan oleh Humas PT PUSRI Palembang jika ada media yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai suatu kebijakan, produk baru, maupun profil petinggi perusahaan yang nantinya akan dimuat di mediana.

Tabel 15. Gambaran umum press interview PT PUSRI Palembang

No	Gambaran Umum	Keterangan
1	Pembahasan Interview	1. Untuk memberitahu Publik tentang rencana acara Peresmian Pabrik PUSRI II B bersama metro TV 2. Wawancara bersama direktur perusahaan mengenai profil direksi untuk pemenuhan bagian <i>company profile</i> di majalah <i>Bisnis Indonesia</i>
2	Waktu Penyelenggaraan	Juni dan Agustus 2017
3	Tempat penyelenggaraan	1. Ruang Studio 2. Ruang Tamu Humas PT PUSRI
4	Media Partner	1. Metro TV 2. Majalah <i>Bisnis Indonesia</i>
5	Narasumber Interview	1. Direktur Utama 2. Direktur Produksi

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Persiapan Press Interview. Dalam mempersiapkan penyelenggaraan *press interview*, Humas hanya bertugas sebagai pendamping Direktur dalam melakukan wawancara. Untuk persiapan teknisnya dilapangan semua diatur oleh pihak media yang menginginkan wawancara media. Humas tetap mempersiapkan materi dan kebutuhan yang diperlukan pada saat melakukan wawancara dengan media.

Tabel 16. Persiapan Press Interview

No	Persiapan Interview	Keterangan
1	Materi Interview	1. Data mengenai perkembangan pembangunan proyek pabrik PUSRI IIB dan yang terkait didalamnya 2. Data mengenai <i>company profile</i> dan videonya
2	Perlengkapan dokumentasi Humas	1. Kamera 2. Perekam Suara

Sumber: hasil oleh data primer (wawancara penelitian), Maret 2018

Humas PT Pusri menjalankan aktivitas *media relation* sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Soemirat.

Kesimpulan

Dalam menjalankan fungsinya, Departemen Humas PT Pusri Palembang telah melakukan berbagai aktivitas agar keharmonisan dengan media dapat terjaga. Ada beberapa aktivitas yang telah dilakukan dengan media, secara umum aktivitas yang sering dilakukan adalah hubungan kerjasama penulisan dengan media cetak dan promosi perusahaan, memberikan *press release*, *press conference*, *press interview*, *press dan press briefing*. Secara khusus Humas telah melakukan berbagai aktivitas dengan media, diantaranya, *special events* (PUSRI *Journalistic Awards* dan *Media Gathering*), *press*

lucheon, dan *press interview*. selain ke itu Humas PT PUSRI Palembang juga melakukan Monitoring Media untuk mengawasi peredaran pemberitaan yang telah dilakukan oleh para *media partner*.

Meski hubungan yang dijalankan oleh Departemen Humas dengan media berlangsung cukup baik, namun jalinan yang dibangun bukan tanpa halangan. Ada kendala yang dihadapi oleh Departemen Humas PT Pusri Palembang dalam menjalankan media relations, yaitu masih kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. SDM yang dimaksud adalah masih kurangnya jumlah pegawai yang memiliki latar belakang keilmuan yang berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi maupun yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik maupun kehumasan, sehingga perlu diadakan perekrutan karyawan baru yang memang berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi Kehumasan. Terlepas dari kendala SDM, Departemen Humas PT Pusri Palembang sudah baik dalam menjalankan aktivitas kehumasannya. Sarana dan prasarananya pun sudah baik dan semua program Humas sudah berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Handbook of Humas, Pengantar Komprehensif*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media
- Anggoro, Linggar. 2002. *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi
- Abdullah, Aceng. 2001. *Press Relations, Kiat Berhubungan dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Intermesa.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Christine Daymon, Immy Holloway. 2008. *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Humas dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang
- Dr. Silalahi, Ulber, MA. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, Frank. 1998. *Humas (alih bahasa: Aris Munandar)*. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank. 1996. *Public Relations: Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank. 1988. *House Journal & PR Writing*. (Journal)
- Kriyanto, Rachmat & Risek. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadia Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations Writing - Edisi Kedua*. Bandung: Kencana Prenada Media
- Lattimore, Dan, dkk. 2010. *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Michael Walizer dan Paul I. Winner. 1993. *Metode dan Analisis Penelitian: Mencari Hubungan, Terjemahan Arief Sadiman*. Jakarta: Erlangga.
- Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2008. *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Uchjana Effendy, Onong. 2009. *Human Relation & Public Relation*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Saverin, J Werner & Tankard JR, W James. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan Di dalam Media Massa, Edisi Ke 5*. Jakarta: Kencana
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

website

www.Pusri.co.id

ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4448/4057

ejournal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/download/2396/2587

Pusrijournalisticaward.com