

**PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA
CITRA POSITIF PT SOCFIN INDONESIA**

KOTA MEDAN

SKRIPSI

Oleh :

FENNY PERMATA SARI

1903110095

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh :

Nama : Fenny Permata Sari
NPM : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif

PT Soefin Indonesia Kota Medan.

Medan, 01 September 2023

Pembimbing



Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0120057303

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan



Dr. Arifin Salch, S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh :

Nama : Fenny Permata Sari

NPM : 1903110095

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023

Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Fenny Permata Sari, NPM 1903110095, menyatakan dengan sungguh – sungguh :

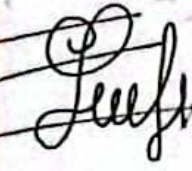
1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang undang – undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang – undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai – nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah serjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 01 September 2023

Yang Menyatakan,




Fenny Permata Sari

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr Wb

Alhamdulillah, Dengan memanjatkan Puja dan Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, serta telah memberikan kekuatan maupun kesehatan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang diberi judul **“PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PT SOCFIN INDONESIA KOTA MEDAN”**, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada Ayahanda tercinta **Edi Junaidi** dan Ibunda tersayang **Ismanizar** serta **Seluruh Keluarga Besar** penulis. Terimakasih atas segala cinta dan kasih serta perhatian moril maupun materil yang telah diberikan selama ini kepada penulis, semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan Keberkahan di Dunia maupun di Akhirat atas budi baik yang telah mereka berikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak, maka dari itu

pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Hj. Dra. Yurisna Tanjung, MAP selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos, M.I.Kom selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran, dan senantiasa selalu memberikan saran maupun nasehat.

9. Seluruh Dosen serta Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Kepada Ibu Francisca Ginting selaku Kepala Bagian Humas dari PT Socfin Indonesia Kota Medan yang telah meluangkan waktu serta bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
11. Seluruh Staff PT Socfin Indonesia Kota Medan yang telah terlibat selama penelitian mulai dari perizinan hingga selesai.
12. Teruntuk teman-teman penulis Nur Assikin, Ayu Lestari, dan Zeni Aulia yang telah setia menemani serta memberikan dukungannya dari awal perkuliahan hingga saat ini.
13. Kepada seluruh teman-teman Angkatan 2019 Ilmu Komunikasi yang telah sama-sama berjuang.

Penulis menyadari kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan Terimakasih.

Medan, Agustus 2023

Penulis

Fenny Permata Sari

1903110095

PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PT SOCFIN INDONESIA

KOTA MEDAN

FENNY PERMATA SARI

1903110095

ABSTRAK

Public Relation memegang peranan yang cukup penting dalam perusahaan, tidak hanya sebagai jembatan komunikasi antara perusahaannya dengan masyarakat, melainkan juga Public Relation turut berperan dalam membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak agar reputasi dari perusahaan dapat terjaga. Maka dari itu ada beberapa peran penting yang harus dimiliki seorang Public Relation menurut Dozier dan Broom, yaitu sebagai Penasehat Ahli (*expert prexcriber*), Fasilitator Komunikasi (*communication facilitator*), dan Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*problem solving process facilitator*), serta Teknisi Komunikasi (*communication techinical*). Hal inilah yang menjadi fokus penelitian dalam Skripsi ini, dimana peneliti akan menganalisis secara mendalam mengenai peran – peran tersebut dengan tujuan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana Public Relation dalam menjalankan peranannya berdasarkan teori tersebut guna menjaga citra positif perusahaan khususnya dimata masyarakat. Adapun subjek penelitian dalam skripsi ini adalah seorang Public Relation dari PT Socfin Indonesia Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Dalam penelitian ini juga menggunakan model Analisis Interaktif, dimana analisis data dilakukan selama peneliti melakukan pengumpulan data dilapangan ataupun setelah semua data terkumpul. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Public Relation dari PT Socfin Indonesia telah menjalankan sebagian peranannya tersebut dalam menjaga citra positif perusahaan.

Kata Kunci : Peran Public Relation, Citra Perusahaan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Definisi Komunikasi	7
2.1.2 Unsur – Unsur dalam Komunikasi	10
2.2 Public Relation	12
2.2.1 Public Relation Sebagai Komunikator	12
2.2.2 Peran Public Relation	14
2.2.3 Ruang Lingkup Public Relation	15
2.2.4 Fungsi Public Relation	16

2.3	Citra Positif.....	17
2.3.1	Definisi Citra Positif Perusahaan	17
2.3.2	Pentingnya Citra Perusahaan.....	18
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Kerangka Konsep	20
3.3	Definisi Konsep	21
3.4	Kategorisasi Penelitian	23
3.5	Informan atau Narasumber	23
3.6	Teknik Pengumpulan Data	24
3.7	Teknik Analisis Data	25
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Hasil Penelitian.....	26
4.1.1	Deskripsi Identitas Narasumber	26
4.2	Hasil Wawancara.....	26
4.3	Pembahasan	32
BAB V PENUTUP		38
5.1	Simpulan.....	38
5.2	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		42
DOKUMENTASI		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategori Penelitian	23
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	21
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Diterima Untuk Penelitian

Lampiran 3 Surat Selesai Penelitian

Lampiran 4 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Lampiran 5 SK-2 Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing

Lampiran 6 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 7 SK-4 Undangan Panggilan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 8 SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 9 SK-10 Undangan Panggilan Ujian Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relation hingga saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat diseluruh dunia termasuk di Indonesia, baik dari segi ilmu pengetahuan maupun dari segi praktiknya. Kini Public Relation tidak hanya mulai dikenal oleh masyarakat luas, tetapi juga sudah banyak perusahaan-perusahaan yang saat ini telah menjadikan Public Relation sebagai bagian yang memegang pengaruh cukup besar dalam keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Public Relation diharapkan dapat menjelma sebagai mulut, mata, dan telinga dari perusahaannya, Dimana ia tidak hanya berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan masyarakatnya saja, melainkan Public Relation juga harus dapat mewakili perusahaan dalam menyampaikan atau menyebar luaskan informasi terkait perusahaan. Informasi yang disampaikan dapat berupa mengenai sejarah didirikannya perusahaan ataupun mengenai kehebatan dari perusahaan tersebut, dan kegiatan-kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, hingga terkait permasalahan atau krisis yang sedang dihadapi oleh perusahaan, dimana permasalahan tersebut dapat mempengaruhi citra dari perusahaannya.

Public Relation memiliki tanggung jawab pula untuk melihat bagaimana masyarakat umum dalam menilai citra dari perusahaan, maupun isu-isu apa saja yang tengah berkembang dimasyarakat. Hal itu dilakukan agar Public Relation dapat mengetahui lebih awal apabila adanya pandangan atau isu tidak baik

mengenai perusahaan, terlebih lagi apabila hal tersebut dapat mempengaruhi citra atau image dari perusahaannya maka Public Relation tentunya akan berupaya untuk memberikan solusi atau masukan yang tepat kepada perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai keterkaitan dengan masyarakat luas, maka peran Public Relation tidak hanya sebatas menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan internalnya saja, melainkan Public Relation juga memiliki tugas dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan lingkungan eksternal khususnya masyarakat. Terkait peranannya dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakatnya tersebut, seorang Public Relation dituntut agar dapat berperan pula menjadi pelayan untuk publik, dimana dalam posisi ini seorang Public Relation harus dapat mewakili kepentingan masyarakat luas dalam menjalankan pekerjaannya. Mulai dari memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, hingga menganalisis serta mengkomunikasikannya kepada perusahaan mengenai apa saja keinginan maupun kebutuhan masyarakat terhadap perusahaan, dengan begitu perusahaanpun dapat menyesuaikannya dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Hal ini dilakukan tidak hanya untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat saja, melainkan juga agar terciptanya penilaian baik dari masyarakat yang dapat mempengaruhi citra dari perusahaan tersebut. Dapat dikatakan pula bahwa dalam menjalankan peranannya seorang Public Relation tidak hanya bekerja untuk perusahaannya saja melainkan juga untuk masyarakat.

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan citra positif dimata publiknya, baik perusahaan yang sedang berkembang maupun perusahaan yang sudah maju

sekali pun. Sebab citra positif tidak hanya memberikan kemudahan bagi perusahaan tersebut dalam berkomunikasi dan mencapai tujuannya secara efektif, melainkan citra positif juga dapat menjadi pelindung perusahaan terhadap kesalahan kecil. Hingga kini tidak sedikit pula perusahaan-perusahaan yang telah berhasil membangun citra yang baik di mata publik atas bantuan dari peran seorang praktisi Public Relation. Seperti halnya PT Socfin Indonesia (Socfindo) yang berkantor pusat di Kota Medan yang telah berdiri sejak tahun 1930, dan merupakan salah satu perusahaan swasta dengan reputasi yang sangat baik di mata publiknya.

PT Socfin Indonesia (Socfindo) itu sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit dan karet, yang telah beroperasi di Provinsi Sumatera Utara dan Aceh, serta telah menjadi perusahaan penghasil benih unggul kelapa sawit yang telah teruji dan terbukti tidak hanya di Indonesia melainkan juga hingga ke Internasional, maka tidak heran apabila kualitas dari bibit kelapa sawit yang ditawarkan oleh PT Socfin Indonesia telah dipercaya oleh masyarakat luas. Tidak hanya memberikan kualitas produk yang baik kepada masyarakat, melainkan PT Socfin Indonesia juga turut melibatkan Public Relation dalam menjaga kestabilan hubungan perusahaan dengan masyarakat khususnya masyarakat yang berada di seputaran pabrik pengolahan kelapa sawit milik PT Socfindo. Dimana dalam hal ini Public Relation dari PT Socfindo tidak hanya turut berperan dalam menyampaikan informasi mengenai perusahaannya saja kepada masyarakat, melainkan juga turut membantu pihak manajemen perusahaan untuk selalu mengetahui apa yang diinginkan dan yang dibutuhkan oleh masyarakat di sekitar pabrik terhadap perusahaan, serta turut aktif pula dalam mengadakan

kegiatan-kegiatan sosial yang melibatkan langsung masyarakat seputaran pabrik. Dilakukannya hal tersebut diharapkan masyarakat dapat percaya bahwa hadirnya perusahaan mampu memberikan manfaat dan memajukan masyarakat sekitar, dengan begitu citra dari PT Socfin Indonesia yang telah lama terbentuk tentunya akan tetap terjaga melalui hubungan yang dijalin dengan baik antara perusahaan dengan masyarakatnya.

Perlu diketahui pula bahwa citra positif merupakan sesuatu yang rapuh, sehingga perlu adanya strategi atau langkah antisipasi dalam menjaga citra positif tersebut dari berbagai kemungkinan-kemungkinan munculnya permasalahan yang dapat mempengaruhi citra dari perusahaan. Maka dari itulah seorang Public Relation diharuskan untuk mampu menjalankan peranannya sebaik mungkin dalam mengatasi permasalahan tersebut dengan tepat.

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui dan mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana seorang Public Relation dari PT Socfin Indonesia (Socfindo) dalam menjalankan peranannya untuk menjaga citra positif yang telah lama dimiliki oleh perusahaannya. Oleh karena itu peneliti mengangkat tema skripsinya mengenai “PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PT SOCFIN INDONESIA KOTA MEDAN”.

1.2 Pembatasan Masalah

Agar dapat lebih efektif, efisien, terarah serta dapat dikaji lebih dalam maka diperlukannya suatu pembatasan masalah dalam penelitian skripsi ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini merupakan pihak eksternal dari PT Socfin Indonesia yaitu masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimanakah Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Kota Medan?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini dilakukan yaitu, agar peneliti dapat mengkaji lebih dalam mengenai “Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Kota Medan”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang diharapkan penulis dari hasil penelitian ini, adalah :

1) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya dapat menambah wawasan secara teoritis, melainkan juga dapat digunakan untuk pengaplikasian teori mengenai peran Public Relation dengan kondisi yang ada dilapangan. Diharapkan juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai pendoman untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam khususnya dibidang Public Relation.

2) Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat disumbangkan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi, dengan tujuan untuk memperkaya penelitian, serta menjadi sumber bacaan mengenai Peran Public Relation.

3) Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk berbagai pihak terutama bagi perusahaan terkait, khususnya mengenai peran dari seorang Public Relation dalam menjaga citra positif perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang penjelasan teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti, meliputi teori mengenai komunikasi (*communication*), humas (*Public Relations*), dan citra positif perusahaan (*image*).

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, dimulai dari jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, narasumber, teknik pengumpulan data, dan analisis data, serta lokasi hingga waktu penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian hasil dari data yang diperoleh oleh peneliti, berupa hasil wawancara serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan uraian mengenai simpulan dari penelitian dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian integral dalam suatu proses sosial yang tidak dapat dilepas dari kehidupan manusia di dunia. Sebab dari berbagai aspek kehidupan setiap manusia tentunya akan melakukan komunikasi, baik pada dirinya sendiri maupun kepada orang lain. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Menurut Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (Yasir, 2020), komunikasi dapat membantu individu secara bersama dalam menciptakan serta meregulasikan realitas sosial yang terjadi di dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi juga, seseorang dapat membangun serta menafsirkan atau mendefinisikan suatu makna di dalam lingkungan mereka dengan menggunakan simbol-simbol tertentu.

Definisi dari komunikasi itu sendiri telah dikemukakan oleh Eduard Depari (Hendrayady et al., 2021), di mana menurutnya komunikasi merupakan suatu proses dalam menyampaikan ide ataupun gagasan, harapan dan pesan, di mana hal tersebut disampaikan dalam bentuk simbol atau lambang tertentu yang memiliki sebuah makna khusus, dengan tujuan agar orang yang menerima pesan mendapatkan suatu kebersamaan. Terbentuknya relasi kebersamaan dalam hal ini tidak hanya diartikan sebagai hubungan yang positif seperti keakraban dan lainnya, melainkan terbentuknya kontak hubungan antara pengirim pesan dengan penerima pesan

melalui simbol-simbol tertentu yang bersifat verbal maupun nonverbal, baik dilakukan secara interpersonal maupun secara antarpersonal. Dalam buku yang berjudul *Filsafat Komunikasi* (Faustyna & Rudianto, 2023), menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi dalam diri seseorang atau lebih dengan tujuan tertentu.

Pada buku lainnya yang berjudul *“Human Behavior”* oleh Benard Berelson dan Gerry A. Stainer (Adriyanti & Aulia, 2022), menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses dalam menyampaikan suatu informasi, gagasan, emosi, maupun keterampilan, melalui lambang-lambang tertentu, kata-kata, gambar, bilangan, hingga grafik dan lain sebagainya, dimana proses penyampaiannya itulah yang dikatakan sebagai komunikasi. Dalam menyampaikan suatu informasi pun seseorang haruslah mampu berkomunikasi secara efektif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh orang lain, sebab seberapa baik informasi yang diberikan dan yang diterima menjadi tolak ukur seberapa baik pula kemampuan seseorang dalam berkomunikasi (Syafuruddin et al., 2020).

Agar proses pemindahan informasi tersebut berjalan secara efektif, maka dalam pemindahan informasi tersebut tidak bisa hanya melibatkan kata-kata saja, melainkan perlu adanya intonasi, ekspresi wajah, gestur tubuh dan lain sebagainya untuk mendukung agar tersampainya informasi tersebut sesuai dengan yang diharapkan pengirim pesan. Wahlstrom (Dyatmika, 2021) mengemukakan bahwa dalam proses pemberian informasi, gagasan dan perasaan, tidak hanya dilakukan

melalui lisan dan tertulis saja, melainkan juga melalui bahasa tubuh atau hal lain disekelilingnya yang dapat memperjelas makna dari informasi yang disampaikan.

Definisi lainnya mengenai komunikasi juga dikemukakan oleh Rogers dan Kincaid (Hendrayady et al., 2021), dimana menurutnya komunikasi merupakan proses yang berlangsung diantara 2 orang atau lebih, dimana antara satu dengan lainnya saling membentuk atau melaksanakan transfer mengenai suatu informasi yang pada akhirnya akan menimbulkan saling pengertian secara mendalam. Komunikasi pada hakikatnya juga merupakan bentuk upaya ataupun usaha yang dilakukan seseorang dengan tujuan agar dapat menginterpretasikan pendapat sesuai dengan yang diharapkan kepada orang lain dan memperoleh saling pengertian satu sama lain.

Lebih lanjut, Menurut Harold D. Lasswell (Hendrayady et al., 2021), komunikasi merupakan proses dalam menyampaikan suatu pesan dari seorang komunikator kepada seorang komunikan melalui media, dimana hal tersebut menimbulkan suatu efek yang dapat mengubah tingkah laku orang tersebut. Sama halnya dengan definisi komunikasi menurut Effendy (Hendrayady et al., 2021), dimana ia mengemukakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lainnya dengan harapan agar pesan tersebut dapat menimbulkan perubahan sikap atau tingkah laku dari orang tersebut, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dari kedua definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang disampaikan kepada orang lain tidak hanya bertujuan untuk menciptakan saling pengertian saja, melainkan juga memiliki maksud dan tujuan untuk memberikan suatu perubahan terhadap

orang lain yang menerima informasi tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh pemberi informasi.

Sementara itu, Menurut David K. Berlo (Hendrayady et al., 2021), komunikasi merupakan suatu instrumen interaksi sosial, yang bertujuan untuk mengetahui serta memprediksi sikap dan tingkah laku dari seseorang.

2.1.2 Unsur – Unsur dalam Komunikasi

Dalam memenuhi kegiatannya komunikasi membutuhkan beberapa unsur, dimana unsur-unsur tersebut tentunya memiliki keterkaitan dan saling terhubung maka jika salah satu dari unsur tersebut tidak ada maka proses komunikasi tentunya akan terhambat. David K Berlo menghasilkan suatu formula komunikasi sederhana yang disebut dengan “SMCR”, yaitu *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (media), dan *Receiver* (penerima). Terdapat pula tokoh komunikasi lainnya yang menambahkan beberapa unsur kedalam formula komunikasi tersebut yaitu efek dan umpan balik, dimana hal ini telah disetujui oleh Charles Osgood, Gerald Miller, dan Melvin L De Fleur (Marlina et al., 2022). Berikut penjabaran unsur-unsur komunikasi tersebut :

- 1) *Source* (pengirim), atau biasa dikenal sebagai komunikator merupakan seseorang yang berinisiatif menyampaikan sebuah informasi, gagasan ataupun ide. Dalam proses komunikasi yang terjadi komunikator dapat terdiri dari satu orang atau banyak orang dalam pengertian lebih dari satu, dan massa.
- 2) *Message* (pesan), Pesan merupakan unsur terpenting dalam proses komunikasi, tanpa adanya pesan maka komunikasi tidak akan pernah terjadi

sebab pesan dapat dikatakan sebagai awal mula terjadinya suatu interaksi sosial. Pesan disini dapat bersifat abstrak maupun bersifat konkrit yang disampaikan langsung oleh seorang komunikator kepada penerima pesan, dimana pesan yang disampaikan tentunya memiliki tujuan atau maksud tertentu.

- 3) Channel (media), yaitu media atau alat yang digunakan dalam pemindahan pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan. Umumnya saluran komunikasi yang berdampak terhadap efektivitas penyampaian pesan tersebut adalah pendengaran, penglihatan, penciuman, perasa, dan penyentuhan
- 4) Receiver (penerima), yaitu seseorang yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam unsur komunikasi penerima pesan juga memegang peran penting dalam proses komunikasi yang sedang terjadi, sebab berhasil atau tidaknya proses komunikasi tersebut sangat ditentukan oleh penerima pesan. Receiver juga dapat terdiri dari satu orang maupun lebih baik berupa individu, kelompok, maupun masyarakat.
- 5) Efek, yaitu suatu perubahan yang terjadi pada seseorang sebelum dan sesudah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Biasanya perubahan yang tampak berupa sikap, dan cara pandang seseorang, perubahan yang terjadi pun tentunya tergantung pada pengetahuan, maupun sikap dari penerima sebelumnya.
- 6) Umpan Balik, yaitu suatu bentuk tanggapan balik yang diterima oleh komunikator dari penerima pesan. Tanggapan balik yang diberikan menjadi

gambaran bagi komunikator seberapa berhasil pesan atau informasi yang disampaikan, dengan mengetahui tanggapan tersebut maka komunikator dapat mengetahui apakah tujuan atau maksud dari pesan itu tersampaikan dengan baik atau tidak.

2.2 Public Relation

2.2.1 Public Relation Sebagai Komunikator

Berdasarkan perkembangannya Public Relation memiliki definisi yang begitu banyak, sebab Public Relation sendiri dapat dikatakan sebagai bidang yang memiliki cakupan yang sangat luas sehingga membuat Public Relation tidak dapat dirangkum menjadi sejumlah kata saja. Menurut Nurjaman dkk (Sujanto, 2022), definisi Public Relation akan selalu tergantung bagaimana konteks penggunaan Public Relation itu sendiri. Berikut beberapa pendapat mengenai definisi Public Relation yaitu :

Menurut International Public Relations Association (IRPA) (Londa, 2014), Public Relation merupakan fungsi dari manajemen yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan antara organisasi atau perusahaan dengan masyarakatnya mengenai komunikasi, pengertian, serta penerimaan dan kerjasama. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Muslimin (Armeyanti & Pramana, 2022), dimana menurutnya Public Relation merupakan usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh suatu pengertian atau kepercayaan, sehingga terwujudnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya, dan munculnya opini publik yang dapat menguntungkan perusahaan. Lebih lanjut menurut Frank Jefkins (Lestari, 2021), Public Relation merupakan bentuk komunikasi yang terencana baik kedalam

(internal) maupun keluar (eksternal), antara organisasi atau perusahaan dengan semua khalayak dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian. Dari beberapa pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seorang Public Relation memiliki tugas dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, dan segala kegiatan Public Relation tentunya akan selalu berkaitan dengan aktivitas komunikasi dalam suatu organisasi atau perusahaan tersebut.

Salah satu upayanya untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, tentunya seorang Public Relation haruslah dapat berperan sebagai seorang komunikator yang mewakili perusahaannya dalam membantu menyampaikan berbagai informasi yang mudah dimengerti oleh masyarakat, agar ketidakpedulian masyarakat terhadap suatu situasi dapat teratasi dengan cara memberikan pengetahuan dan pengertian. Dengan begitu maka masyarakat akan mulai memiliki simpati, sehingga terciptanya kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis.

Tidak hanya bertindak sebagai komunikator yang mewakili perusahaan saja, namun seorang Public Relation pun harus bertindak sebagai mediator atau jembatan komunikasi dalam menghubungkan masyarakat dengan perusahaan. Sebab masyarakat tentunya akan mengharapkan suatu perusahaan dapat memberikan bantuan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di daerah mereka. Maka dari itu masyarakat membutuhkan seorang perantara untuk menyampaikan kebutuhan maupun aspirasinya terhadap perusahaan. Hal ini pun merupakan tanggung jawab sosial yang harus dilakukan oleh perusahaan, dimana

perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan secara finansial saja melainkan juga untuk pembangunan sosial, ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan (Saleh & Sihite, 2020).

2.2.2 Peran Public Relation

Terdapat empat kategori peranan Public Relation dalam suatu perusahaan menurut Dozier dan Broom yaitu (Liliweri, 2011) :

1) Penasehat ahli (*expert prexcriber*)

Seorang Public Relation yang berpengalaman serta memiliki kemampuan tinggi tentunya dapat membantu dalam mencari suatu solusi untuk menyelesaikan masalah yang tengah dihadapi oleh perusahaan berkaitan dengan publiknya jika terjadi suatu kendala.

2) Fasilitator komunikasi (*communication facilitator*)

Seorang Public Relation berperan sebagai komunikator dan mediator antara perusahaan dengan publiknya, dimana Public Relation sebagai perantara akan berupaya untuk membantu perusahaan dalam mendengarkan apa yang diinginkan serta yang diharapkan oleh publik, dan Public Relation pun harus mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan dari perusahaan kepada publiknya. Dengan komunikasi timbal balik tersebut diharapkan dapat terciptanya saling pengertian, saling percaya, saling menghargai, saling mendukung, dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3) Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process facilitator*)

Dimana Public Relation berperan untuk membantu pimpinan perusahaan baik sebagai penasehat (*adviser*) maupun berperan dalam mengambil suatu tindakan eksekusi atau keputusan secara rasional dan profesional agar dapat mengatasi krisis yang sedang dihadapi. Dalam menghadapi krisis tersebut maka dibentuklah tim khusus yang dikoordinir langsung oleh praktisi Public Relation, dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian untuk membantu perusahaan yang tengah didera krisis tertentu.

4) Teknisi Komunikasi (*communication technical*)

Public Relation berperan sebagai *journalist in resident* yaitu menyediakan layanan teknis komunikasi atau dalam implementasinya seorang Public Relation turut menjalankan kegiatan publikasi, contohnya seperti dalam pembuatan maupun peliputan berita secara langsung, hingga turut mengecek atau mengoreksi tata bahasa dalam berita tersebut, sebelum nantinya akan disebarluaskan melalui media.

2.2.3 Ruang Lingkup Public Relation

Adapun ruang lingkup Public Relation didalam suatu perusahaan (Widiantara, 2018) yaitu :

1) Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Publik internal merupakan publik yang menjadi bagian dari perusahaan atau organisasi itu sendiri, dimana Public Relation harus mampu mengidentifikasi dan mengenali gambaran negatif dapat timbul dikalangan masyarakat sebelum melaksanakan kebijakan dari perusahaan.

2) Membina hubungan ke luar (publik eksternal)

Publik eksternal dapat diartikan sebagai masyarakat umum yang berada diluar perusahaan, dimana seorang Public Relation bertanggung jawab dalam menjaga hubungan dengan masyarakat umum dengan tujuan agar munculnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga atau perusahaan yang diwakilinya. Berikut beberapa kegiatan maupun sasaran Public Relation dalam suatu perusahaan menurut H. Fayol :

- a. Membangun identitas dan citra perusahaan, dimana Public Relation akan berusaha untuk menciptakan identitas serta citra yang positif mengenai perusahaannya, dengan cara mendukung kegiatan komunikasi yang bersifat timbal balik atau dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi krisis, hal ini dapat dipahami bahwa Public Relation bertanggung jawab dalam menangani setiap keluhan serta krisis yang terjadi, dengan cara membentuk manajemen krisis dan *PR Recovery Of Image* yang bertugas memperbaiki *Lost Of Image and Damage*.
- c. Mempromosikan aspek kemasyarakatan, yaitu meliputi promosi menyangkut publik serta mendukung segala kegiatan sosial.

2.2.4 Fungsi Public Relation

Terdapat dua fungsi utama seorang Public Relation yaitu (Lestari, 2021) :

- 1) Channel of information, yaitu sebagai saluran informasi dari perusahaan kepada publiknya dan begitu pula sebaliknya, dari publik kepada perusahaan.

- 2) Source of information, yaitu sebagai sumber informasi baik bagi pihak luar perusahaan (eksternal) maupun pihak dalam perusahaan (internal) terutama bagi pimpinan dari perusahaan tersebut.

Pendapat lain mengenai fungsi Public Relation dikemukakan oleh Bertram R. Canfield (Armayanti & Pramana, 2022), dimana menurutnya fungsi Public Relation haruslah mencakup kepada hal sebagai berikut :

- 1) It should serve the Public's interest
- 2) Maintain good communication
- 3) And stress good morals and manners

Artinya bahwa fungsi Public Relation adalah mengabdikan pada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik, dan kegiatan Public Relation yang dijalankan haruslah menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik. Dengan begitu, tujuan organisasi yang berhubungan dengan publik akan tercapai dan citra/image positif organisasi akan tetap terjaga.

2.3 Citra Positif

2.3.1 Definisi Citra Positif Perusahaan

Citra merupakan bagian yang sangat berharga bagi suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun kecil tentunya mengharapkan citra yang positif di mata masyarakatnya. Oleh karena itu setiap perusahaan akan selalu berupaya dalam membentuk citra yang baik, sebab citra merupakan salah satu bentuk kesan publik yang tertinggal di benak masyarakat mengenai jati diri serta kualitas dari perusahaan tersebut. Menurut Abdel Salam (A. A. R. P. Sari & Yasa, 2020), citra merupakan hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap, dan pengalaman dengan perusahaan yang

disimpan dalam ingatan, dimana kesan tersebut diubah bentuknya menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman konsumen. Namun perlu diketahui pula bahwa baik buruknya suatu kesan tentunya tergantung dari perusahaan itu sendiri.

Lebih lanjut, hal yang sama juga dikemukakan oleh Frank Jefkins (Sujanto, 2022), dimana menurutnya citra merupakan suatu kesan, gambaran, atau impresi yang sesuai dengan kenyataan atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Gregory (A. A. R. P. Sari & Yasa, 2020), citra perusahaan merupakan suatu kombinasi dampak terhadap *observer* dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan maupun tidak direncanakan atau pengaruh dari eksternal lainnya.

Citra juga tidak hanya sekedar terbentuk melalui produk yang ditawarkan suatu perusahaan saja ataupun muncul melalui pelayanan yang diberikan, melainkan citra yang baik juga terbentuk dari berbagai banyak hal seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dibidang tertentu yang pernah diraihinya, sukses dalam ekspor, hubungan industri yang baik, serta kesediaan perusahaan dalam memikul tanggung jawab sosial dan sebagainya (Akbar et al., 2021).

2.3.2 Pentingnya Citra Perusahaan

Sutisna mengemukakan pendapatnya mengenai pentingnya citra yang baik bagi suatu perusahaan sebagai berikut (Purba, 2017) :

- 1) Perusahaan yang memiliki citra positif tentunya dapat mempermudah perusahaan dalam berkomunikasi dengan eksternalnya dan tentunya akan lebih mudah pula dalam mencapai tujuannya secara efektif.
- 2) Citra positif dapat menjadi penyaring dalam mempengaruhi persepsi pada kegiatan yang dilakukan perusahaan, serta sebagai pelindung terhadap kesalahan-kesalahan kecil.
- 3) Sebagai salah satu bentuk harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan.
- 4) Citra positif dapat memberikan dampak dalam internal dari suatu perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki citra yang kurang jelas tentunya akan mempengaruhi sikap dari karyawannya terhadap perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu penyelidikan atau usaha yang sistematis, terkendali, empiris, teliti dan kritis terhadap fenomena-fenomena untuk mencari suatu fakta-fakta, teori baru, hipotesis dan kebenaran, dengan menggunakan langkah-langkah tertentu agar ditemukan jawaban ilmiah terhadap suatu masalah (Sujarweni, 2022). Penelitian dapat diklasifikasi dalam berbagai sudut pandang, baik dilihat dari sudut pandang jenis dan analisis data, berdasarkan tujuannya, berdasarkan metode, berdasarkan tingkat eksplanasi, dan pendekatannya.

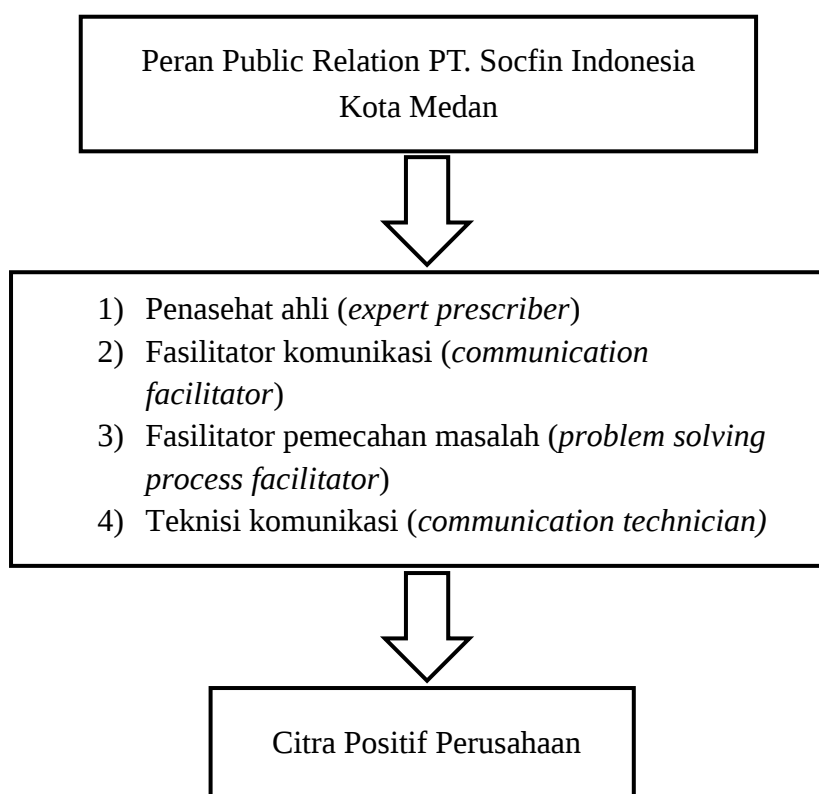
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan agar dapat memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal yang diamati. Menurut Bogdan dan Taylor (Sujarweni, 2022), penelitian kualitatif merupakan salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

3.2 Kerangka Konsep

Menurut Sugiyono (Sumantri, 2015), kerangka konsep merupakan suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel

penelitian, yaitu antara variabel independen dengan variabel dependen yang nantinya akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun kerangka konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah peran Public Relation dalam menjaga citra positif PT.Socfin Indonesia Kota Medan. Agar konsep tersebut dapat dijelaskan, maka kerangka konsep dirangkum dalam sebuah gambar yang mewakili pola pemikiran sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Olahan Peneliti, 2023

3.3 Definisi Konsep

Konsep merupakan penggambaran mengenai abstraksi dari suatu ide yang dijelaskan dalam suatu kata maupun simbol yang kerap digunakan oleh para peneliti. Adapun definisi konsep dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1) Peran Public Relation

Peran Public Relation adalah sebagai jembatan antara perusahaan dengan eksternal maupun internal dalam perusahaan itu sendiri dengan tujuan agar tercapainya saling pengertian diantara kedua pihak.

2) Penasehat ahli (*expert prexcriber*)

Seorang Public Relation turut berperan dalam membantu mencari suatu solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapi oleh perusahaan berkaitan dengan publiknya jika terjadi suatu kendala.

3) Fasilitator komunikasi (*communication facilitator*)

Seorang Public Relation berperan sebagai komunikator atau mediator antara perusahaan dengan publiknya, dalam hal ini Public Relation harus dapat membantu perusahaan dalam mendengarkan apa yang diinginkan serta yang diharapkan oleh publik, dan Public Relation pun harus mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan dari perusahaan kepada publiknya.

4) Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process facilitator*)

Dimana Public Relation berperan untuk membantu pimpinan perusahaan baik sebagai penasehat (adviser) maupun dalam mengambil suatu tindakan eksekusi atau keputusan secara rasional dan profesional agar dapat mengatasi krisis yang sedang dihadapi.

5) Teknisi Komunikasi (*communication techinical*)

Public Relation berperan sebagai *journalist in resident* yaitu menyediakan layanan teknis komunikasi, dimana dalam implementasinya seorang Public

Relation turut menjalankan kegiatan publikasi, contohnya seperti dalam pembuatan maupun peliputan berita secara langsung, hingga turut mengecek atau mengoreksi tata bahasa dalam berita tersebut, sebelum nantinya akan disebarluaskan melalui media kepada masyarakat luas.

6) Citra Positif Perusahaan

Citra positif perusahaan merupakan pandangan atau persepsi yang baik yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap suatu perusahaan, berdasarkan dari pengamatan dan pengalaman mengenai layanan maupun perilaku perusahaan tersebut.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Kategori Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Peran Public Relation PT. Socfin Indonesia Kota Medan	• Penasehat Ahli (<i>expert prescriber</i>) • Fasilitator Komunikasi (<i>communication facilitator</i>) • Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (<i>problem solving process facilitator</i>) • Teknisi Komunikasi (<i>communication technician</i>)

Sumber : Olahan Peneliti, 2023

3.5 Informan atau Narasumber

Narasumber merupakan seseorang yang dapat memberikan suatu informasi-informasi atau data yang diinginkan oleh peneliti terkait dengan penelitian yang

sedang dilaksanakan (M. Sari et al., 2022). Adapun Narasumber yang akan dilibatkan dalam penelitian ini yaitu Kepala Bagian Humas dari PT Socfin Indonesia Kota Medan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode yang biasa digunakan dalam mengumpulkan data-data secara nyata yang nantinya akan digunakan dalam suatu penelitian. Pada metode ini terdapat beberapa langkah yang strategis serta sistematis agar data yang didapat valid sesuai dengan kenyataan. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1) Metode Observasi

Observasi merupakan metode yang digunakan untuk melakukan suatu pengamatan dan memahami perilaku dari sekelompok orang maupun individu secara menyeluruh mengenai kondisi tertentu (Sujarweni, 2022). Hasil dari observasi tersebut dapat berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi ataupun suasana tertentu. Adapun metode observasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu metode observasi terstruktur, dimana dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan menyatakan terstruktur kepada sumber data, bahwa dirinya sedang melakukan penelitian sehingga mereka yang diteliti mengetahui dari awal hingga akhir mengenai aktivitas peneliti (Marlina et al., 2022).

2) Wawancara

Kegiatan wawancara merupakan suatu proses tanya jawab antara peneliti dengan subyek yang diteliti agar dapat memperoleh informasi mendalam atau

keterangan secara jelas mengenai sebuah tema yang diangkat dalam penelitian, atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya (Sujarweni, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai secara langsung Kepala Bagian Humas dari PT Socfin Indonesia Kota Medan.

3) Dokumentasi

Menurut Arikunto (Juliansyah et al., 2017), Dokumentasi merupakan proses mencari serta mengumpulkan data-data mengenai suatu hal yang sedang diteliti berdasarkan sumber data yang ada. Dokumentasi tersebut dapat berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapot, agenda dan sebagainya.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Mudjiarahardjo (Sujarweni, 2022), analisis data merupakan sebuah kegiatan dalam mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu model analisis interaktif, dimana analisis data dilakukan selama peneliti melakukan pengumpulan data lapangan ataupun setelah semua data terkumpul. Adapun alur tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data tersebut yaitu :

- 1) Reduksi data, yaitu data yang diperoleh akan ditulis berbentuk laporan atau data terperinci yang telah dirangkum agar dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai hasil pengamatan.

- 2) Penyajian data, yaitu data yang diperoleh akan dikategorisasikan berdasarkan dari pokok permasalahan.
- 3) Penarikan kesimpulan, yaitu kesimpulan final dari data yang diperoleh dimana sebelumnya data tersebut telah diuraikan atau disusun.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Socfin Indonesia yang berlokasi di Jln. Kol. Yos Sudarso No. 106, Glugur Kota, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga bulan Agustus tahun 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Identitas Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini yaitu bernama Ibu Francisca Ginting berusia 62 tahun, yang bertempat tinggal di Komplek Johor Indah Permai 1, Blok L No.4 Medan. Beliau menjabat sebagai Kepala Bagian Humas di PT. Socfin Indonesia, dan telah bekerja sejak tahun 1983 hingga saat ini.

4.2 Hasil Wawancara

Hasil wawancara pada penelitian yang berjudul “Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Kota Medan”, akan dipaparkan berdasarkan dengan kategorisasi penelitian yang sebelumnya telah disusun oleh peneliti. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar peneliti dapat melakukan verifikasi maupun analisis data dengan mudah, sehingga mempermudah pula peneliti dalam menarik suatu kesimpulan dalam penelitian tersebut.

Terkait perannya sebagai Penasehat Ahli (*expert precriber*), atau seseorang yang turut dilibatkan dalam mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi diantara perusahaannya dengan masyarakat. Public Relation dari PT Socfin Indonesia mengatakan bahwa saya akan selalu terlibat dalam mencari solusi jika terjadi suatu permasalahan, sebab memang harus dari Public Relation sendirilah yang akan menjumpai, bernegosiasi kepada masyarakatnya langsung, serta Public Relation juga yang kemudian mencari akar dari permasalahan tersebut. Namun

biasanya jika muncul satu permasalahan yang terjadi di pabrik – pabrik kami yang berada diluar kota, mereka terlebih dahulu akan mencoba untuk menyelesaikan permasalahannya sendiri, jika dapat diatasi mereka hanya akan membuat laporan kepada kami bahwa sebelumnya ada permasalahan. seandainya sepanjang permasalahan tersebut mereka mengalami kesulitan dalam menyelesaikan permasalahannya barulah mereka akan melapor kepada kami untuk meminta bantuan maupun solusi.

Sejauh ini permasalahan yang pernah kami hadapi yaitu terkait pembuangan air limbah dari pabrik pengolahan kelapa sawit milik kami, dimana menurut masyarakat limbah yang dikeluarkan itu berbau dan mengira bahwa bau yang dikeluarkan dari limbah tersebut dapat membahayakan masyarakat dan mencemari lingkungan sekitar mereka, sehingga mereka komplain kepada kami. Untuk mengatasi permasalahan itu pastinya kami berusaha untuk selalu memberikan pemahaman ataupun penjelasan langsung kepada masyarakat sekitar yang terdampak dari air limbah tersebut. Kami juga berusaha membuktikan bahwa yang kami buang itu sudah sesuai dengan peraturan dari pemerintah, dan pembuangan limbah itu juga telah melalui proses penyaringan sebanyak 4 kali sebelum nantinya dibuang ke sungai sehingga tidak terlalu berpengaruh maupun tidak mencemari air sungai tersebut.

Tindakan yang kami lakukan untuk mencegah agar permasalahan tersebut tidak terulang kembali, yaitu dengan melakukan pemeriksaan secara rutin setiap bulannya mengenai apakah air limbah yang kami buang ke badan air tersebut sudah sesuai dengan peraturannya seperti berapa BOD maupun CODnya. Kami juga ikut

dalam PROPER yaitu Program Air Jernih, dimana setiap bulannya kami harus melapor ke PEMDA maupun ke DLH atau Dinas Lingkungan Hidup. Dari permasalahan tersebutpun kami tetap berusaha membina kembali hubungan yang baik dengan masyarakat disana, melalui kegiatan sosial yang dilakukan secara terjadwal dan kita juga turut melakukan kunjungan ke masyarakat-masyarakat disepertaran pabrik.

Adapun kegiatan sosial yang telah kami lakukan yaitu mengenai edukasi kesehatan untuk masyarakat khususnya ibu-ibu, disana kami mengajarkan bagaimana caranya membuat mie kuning yang sehat, serta mengajari bagaimana caranya menjahit. Lalu ada pula program yang kami jalankan yaitu istilahnya Kambing Bergulir, dimana kami memberikan kambing jantan dan kambing betina ke pada 1 Kartu Keluarga (KK) yang nantinya mereka urus, jika kambing-kambing tersebut sudah beranak nanti sebagian akan diberikan kembali kepada kami agar kambing tersebut dapat kami berikan lagi kepada keluarga lainnya. Hal itu kami lakukan agar dapat membantu Desa tersebut dengan cara tidak memberikan bantuan dalam bentuk uang langsung melainkan kami memberi pancingannya agar masyarakat di Desa itu tetap harus berusaha. Dengan kemitraan juga ada, misalnya dengan para petani disekitar, dimana jika mereka mengalami masalah dalam hal menanam kelapa sawit kemudian mereka butuh bantuan, kenapa kelapa sawit yang mereka tanam tumbuhnya tidak bagus maka staf kami yang akan datang kesana untuk membantu.

Sedangkan untuk kegiatan sosial disekitar perusahaan, biasanya kami hanya ikut serta dalam memberi bantuan untuk pembangunan masjid, dan memberikan

sumbangan kepada panti asuhan. Kami juga membuka Taman Socfindo Conservation yang berlokasi di Martebing Kec. Dolok Masihul, yang telah berdiri pada tahun 2019 dan terbuka secara umum. Taman tersebut merupakan budidaya tanaman anggrek dan tanaman herbal, disana terdapat 483 tanaman dan 787 tanaman herbal. Tujuan dari didirikannya Taman Socfindo Conservation tentunya untuk memberikan dampak positif jangka panjang kepada masyarakat dalam hal pendidikan, konservasi keanekaragaman hayati maupun warisan budaya, serta pemberdayaan manusia.

Selanjutnya mengenai peranannya sebagai fasilitator komunikasi (*communication facilitator*), atau seseorang yang bertindak sebagai komunikator maupun mediator antara perusahaan dengan masyarakat. Public Relation PT Socin Indonesia mengatakan bahwa dalam menyampaikan informasi terkait perusahaan kepada masyarakat biasanya kami hanya menginformasikannya melalui manajer setempat yang berada dipabrik, lalu manajer setempatlah yang nantinya langsung menyampaikan informasi tersebut kepada masyarakat. Disini kami umumnya hanya mendukung yang ada dipabrik masing-masing, seumpamanya mereka membutuhkan sesuatu seperti dana atau meminta seorang pendamping maka kami akan tetap selalu membantu mereka dimanapun, jadi tetap harus selalu ada komunikasi dengan mereka.

Adapun informasi yang biasanya disampaikan kepada setiap pabrik masih seputaran budget atau dana untuk keperluan kegiatan CSR, dimana setiap setahun sekali kami akan memberikan budget kepada setiap pabrik kami yang nantinya setiap Kepala Desa dan Perangkat Desa akan dikumpul untuk ditanyai apa

kebutuhan mereka, karena tahun depan kami akan buat budget walaupun tidak semuanya dapat kami penuhi. Lalu mereka akan membuat programnya apa setelah itu akan diajukan ke kantor pusat, nanti kamilah yang disini memutuskan program apa yang akan disetujui dengan pertimbangan bahwa kegiatan tersebut dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, serta sesuai dengan budget yang telah kami sediakan.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah kegiatan sosial tersebut memang selalu diadakan langsung oleh perusahaan atau terkadang dari pihak masyarakat sendirilah yang meminta kegiatan tersebut. Beliau mengatakan bahwa terkadang masyarakat sendirilah yang meminta baru setelahnya kami yang action atau mengambil tindakan, seperti halnya mereka meminta bantuan kepada kami agar jalan mereka di Desa tersebut di grader.

Untuk menyampaikan kebutuhannya, masyarakat disekitar pabrik akan langsung ke manajer setempat lalu kemudian akan dilaporkan kepada saya untuk meminta izin atau saran. Nantinya kami akan membahas terlebih dahulu permohonan tersebut, jika disetujui kami akan menjawab melalui via email bahwa kegiatan tersebut telah disetujui untuk dilaksanakan dan nanti silahkan dilaporkan kegiatannya. Jika dari pihak kami tidak menyetujui hal tersebut untuk dilakukan, maka kami akan meminta manajer setempat untuk dikomunikasikan kembali dengan baik kepada masyarakat. Beliau juga mengatakan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan sosial disekitar pabrik terkadang saya tidak turut berpartisipasi langsung, biasanya kami disini hanya menanyakan bagaimana perkembangan dari kegiatan yang dilaksanakan tersebut.

Mengenai peran beliau sebagai fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process facilitator*), yaitu seseorang yang turut dilibatkan dalam mengambil suatu keputusan dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan. Beliau mengatakan bahwa, saya tentunya terlibat langsung dalam mengambil suatu keputusan namun tidak sepenuhnya, yang paling berhak adalah Direktur SDM beliau yang berhak memutuskan, hanya saja dalam mengambil keputusan tersebut tentunya harus didiskusikan terlebih dahulu dengan saya sebagai Kepala Bagian Humas dan Departemen Legal barulah kita dapat memutuskannya.

Dalam menghadapi suatu permasalahan yang sedang terjadi biasanya kami akan membentuk tim khusus, misalnya mengenai permasalahan pembuangan air limbah maka tentunya ada tim yang dibentuk, dimana didalam tim tersebut kami melibatkan Departemen terkait seperti Teknik Teknologi, dan Departemen Sustainability Lingkungan. Didalam tim tersebut kita akan berdiskusi untuk melihat dari berbagai aspek baik dari pihak Teknik Teknologinya, bagaimana mereka mengawasi proses pembuangan limbah tersebut, dan bagaimana pula pihak lingkungannya dalam memeriksa kualitas setiap bulannya. Bagian saya hanya mengorganize saja, kemudian kita sama-sama dalam menghadapi masyarakatnya.

Kemudian pertanyaan terakhir perihal peran beliau sebagai teknisi komunikasi (*communication technical*), yaitu seseorang yang berperan dalam menjalankan kegiatan dalam peliputan dan pembuatan berita, serta mengecek tata bahasa yang digunakan dalam berita tersebut, hingga proses publikasi melalui suatu media. Beliau mengatakan bahwa, saya tidak terlibat baik dalam pembuatan berita maupun dalam pengambilan gambar pada kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan.

Hanya saja terkadang saya ikut dalam memeriksa berita yang nantinya akan dipublish melalui grup Whatsapp yang sebelumnya sudah dibuat. Namun biasanya juga dari pabrik masing-masing yang mengecek langsung berita tersebut, dan sebelum dipublish mereka akan melaporkan atau akan ada pemberitahuan kepada kami melalui grup tersebut.

Adapun media yang kami gunakan dalam menyebarluaskan berita-berita tersebut biasanya melalui Koran, dan Blog, serta melalui Media Sosial. Seperti halnya mengenai Taman Herbal Socfindo, dimana segala informasi mengenai kegiatan yang dilakukan ditaman tersebut pastinya akan dipublish juga di akun Instagram resminya yaitu *taman_herbal_socfindo*.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Ibu Francisca Ginting selaku Kepala Bagian Humas PT Socfin Indonesia dimana sebelumnya telah dijabarkan dan dipaparkan diatas, maka selanjutnya penulis akan membahas hasil penelitian tersebut berdasarkan teori dari Dozier dan Broom. Dimana dalam buku berjudul “*Komunikasi Serba Ada Serba Makna*”, dijelaskan bahwa terdapat empat kategori peranan dari seorang Public Relation dalam suatu perusahaan menurut Dozier dan Broom yaitu Sebagai Penasehat Ahli (*expert prexcriber*), Sebagai Fasilitator Komunikasi (*communication facilitator*), Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*problem solving process facilitator*), dan Sebagai Teknisi Komunikasi (*communication technical*) (Liliweri, 2011). Peran-peran tersebut tentunya harus dapat dijalankan oleh seorang Public Relation sebaik-

baiknya agar citra Perusahaan yang diwakilinya dapat terus terjaga. Berikut pembahasan dari hasil penelitian tersebut :

1. Peran Public Relation Sebagai Penasehat Ahli (*expert prexcriber*)

Berdasarkan dari hasil data yang didapatkan peneliti di lapangan, Public Relation dari PT Socfin Indonesia dapat dikatakan memiliki kewenangan dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaannya. Mulai dari perannya yang turut dalam memberikan solusi kepada perusahaan, hingga perannya dalam memberikan penjelasan serta bernegosiasi langsung kepada masyarakat sekitar. Adapun solusi yang diberikan Public Relation kepada perusahaannya dalam menyelesaikan permasalahan tersebut tentunya dengan cara memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat, agar masyarakatpun dapat mengerti dan memahami situasi yang sedang terjadi.

Hal ini tentunya juga dilakukan agar tidak adanya kesalahpahaman masyarakat dalam menanggapi informasi terkait permasalahan tersebut, sebab jika munculnya kesalahpahaman masyarakat kepada perusahaan tentunya akan mempengaruhi citra dari perusahaan itu sendiri, sehingga perlu adanya penyelesaian yang tepat untuk menangani permasalahan tersebut.

Adapun permasalahan terkait masyarakat yang pernah dihadapi oleh Public Relation PT Socfindo yaitu mengenai pembuangan air limbah dari pabrik pengolahan kelapa sawit milik PT Socfindo, dimana dalam permasalahan itu masyarakat sekitar pabrik mengeluhkan bahwa limbah tersebut dapat mencemari lingkungan sekitar serta bau yang dikeluarkan oleh limbah tersebutpun dapat membahayakan masyarakat. Dalam hal ini Public Relation PT Socfindo sebagai

penasehat ahli berupaya mewakili perusahaan untuk memberikan penjelasan serta membuktikan secara langsung kepada masyarakat, bahwa limbah yang dikeluarkan telah sesuai dengan peraturan dari pemerintah, dan proses pembuangannya pun juga telah melalui penyaringan sebanyak 4 kali, sehingga hal itu tentunya tidak akan membahayakan lingkungan maupun masyarakat disekitar pabrik.

Agar permasalahan tersebut tidak kembali terjadi, mereka turut melakukan pemeriksaan secara rutin setiap bulannya, apakah BOD (*biological oxygen*) dan COD (*chemical oxygen*) dari limbah yang akan dibuang telah sesuai dengan aturan dari pemerintah. Dari permasalahan tersebut pun Public Relation PT Socfindo juga berupaya untuk menjalin kembali hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar pabrik melalui kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan secara terjadwal, seperti kegiatan edukasi kesehatan untuk masyarakat, khususnya ibu-ibu dalam hal membuat mie kuning yang sehat, dan menyediakan pelatihan menjahit untuk ibu-ibu seputaran pabrik, serta menjalankan Program Kambing Bergulir, dimana dalam kegiatannya PT Socfindo memberikan kambing jantan dan kambing betina kepada 1 Kartu Keluarga (KK) yang nantinya akan mereka urus. Apabila kambing-kambing tersebut sudah beranak maka sebagian akan diberikan kembali kepada PT Socfindo agar kambing tersebut dapat diberikan kembali kepada keluarga lainnya.

Dengan upaya-upaya yang telah dilakukan tersebut diharapkan masyarakat dapat kembali percaya dan yakin bahwa keberadaan pabrik pengolahan kelapa sawit milik PT Socfin Indonesia tersebut tidak memberikan dampak yang berbahaya di Desa mereka.

2. Peran Public Relation Sebagai Fasilitator Komunikasi (*communication facilitator*)

Fasilitator komunikasi merupakan salah satu peran yang mengharuskan seorang Public Relation untuk dapat bertindak sebagai komunikator perusahaan sekaligus mediator untuk masyarakatnya. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Public Relation dari PT Socfindo sebagai komunikator mengalami suatu hambatan dalam menyampaikan informasi terkait perusahaan kepada masyarakat yang khususnya berada disekitar pabrik, dimana hambatan itu berupa keterbatasan jarak yang tidak memungkinkan Public Relation untuk menyampaikan informasi tersebut secara langsung. Sehingga apabila ada suatu informasi tertentu yang ditujukan kepada masyarakat disekitar pabrik, umumnya Public Relation hanya akan menyampaikan informasi tersebut melalui Manajer setempat yang berada di pabrik, dimana nantinya Manajer setempatlah yang akan langsung menyampaikan informasi tersebut kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan biasanya mengenai budget atau dana untuk keperluan kegiatan CSR, dimana setiap setahun sekali PT Socfindo akan memberikan budget kepada setiap pabrik milik mereka yang nantinya dana tersebut disalurkan untuk kegiatan sosial didesa setempat.

Apabila masyarakat disekitar pabrik membutuhkan bantuan untuk di Desanya maka masyarakat akan langsung menyampaikan permohonan mereka kepada Manajer setempat, dimana permohonan dari masyarakat nantinya akan dilaporkan langsung kepada Public Relation untuk meminta izin ataupun saran mengenai permohonan tersebut. Terkait perannya sebagai mediator, Public

Relation akan turut membantu dalam menyampaikan kembali serta membahas permohonan tersebut kepada pihak manajemen perusahaan, apabila disetujui maka Public Relation akan menginfokan kembali melalui via email bahwa kegiatan tersebut telah disetujui untuk dilaksanakan. Namun apabila tidak setuju maka Public Relation akan meminta Manajer setempat untuk dikomunikasikan kembali dengan baik kepada masyarakat, agar masyarakat dapat mengerti dan menerima keputusan tersebut.

3. Peran Public Relation Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*problem solving process fasilitator*)

Dalam menjalankan peranannya sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, Public Relation PT Socfindo akan membentuk tim khusus yang melibatkan beberapa Departemen terkait untuk membantu perusahaan dalam menangani masalah atau krisis yang dapat mempengaruhi citra dari perusahaan. Seperti halnya permasalahan mengenai pembuangan air limbah dari pabrik kelapa sawit milik PT Socfindo yang dianggap dapat membahayakan serta mencemari lingkungan disekitar masyarakat, maka Public Relation akan membentuk tim yang terdiri dari Teknik Teknologi yang bertugas sebagai pihak yang mengawasi proses pembuangan limbah dan Departemen Sustainability Lingkungan yang bertugas dalam memeriksa limbah setiap bulannya. Dimana tim tersebut yang nantinya akan menghadapi masyarakat langsung, serta mencari secara bersama akar dari permasalahan yang sedang terjadi sehingga dapat mempermudah pula dalam mengambil keputusan untuk penyelesaian masalah.

Berdasarkan dari hasil penelitian, Public Relation sebagai pelaksana keputusan akan mendiskusikan keputusan apa yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, dimana diskusi ini Public Relation akan melibatkan Direktur SDM dan Departemen Legal. Namun dalam pengambilan keputusan mutlak akan diputuskan langsung oleh Direktur SDM

4. Peran Public Relation Sebagai Teknisi Komunikasi (*communication technical*)

Sebagai teknisi komunikasi atau seseorang yang berperan dalam menjalankan kegiatan baik dalam peliputan dan pembuatan berita, serta melakukan pengecekan tata bahasa dalam berita, sebelum nantinya akan di publikasi melalui media, Public Relation PT Socfindo dapat dikatakan tidak turut terlibat dalam peliputan maupun pembuatan berita terkait perusahaan. Hanya saja dalam memeriksa berita yang akan dipublish Public Relation PT Socfindo terkadang akan turut terlibat dalam memeriksa berita tersebut melalui Grup Whatsapp yang sebelumnya telah dibuat. Akan tetapi hal tersebut tidak selalu dilakukan oleh Public Relation, sebab umumnya masing-masing pabrik terlebih dahulu telah mengecek langsung berita tersebut sehingga mereka hanya akan memberikan laporan atau pemberitahuan melalui Grup sebelum nantinya berita tersebut dipublish. Adapun Media yang gunakan dalam menyebarluaskan berita-berita tersebut yaitu melalui Koran, dan Blog, serta Media Sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan yang sebelumnya telah dipaparkan oleh peneliti mengenai Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Kota Medan maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

- 1) Sebagai penasehat ahli (*expert prescriber*), Public Relation PT Socfindo memberikan solusi atau masukan kepada perusahaan apabila terjadinya suatu krisis yang dapat mengancam citra perusahaannya. Seperti halnya mengenai keluhan masyarakat terhadap pembuangan air limbah yang dianggap dapat membahayakan masyarakat sekitar, maka Public Relation menyarankan agar pihaknya dapat memberikan pemahaman serta membuktikan secara langsung kepada masyarakat, dengan tujuan agar dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman masyarakat terhadap perusahaan terkait situasi yang sedang terjadi. Public Relation PT Socfindo juga berupaya dalam menjalin kembali hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar yang berada dipabrik tersebut melalui kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan secara terjadwal.
- 2) Public Relation PT Socfindo dalam menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi (*communication facilitator*), bertindak sebagai komunikator maupun mediator baik dalam mewakili perusahaannya untuk

menyampaikan informasi kepada masyarakat, hingga perannya sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan masyarakat dengan perusahaannya. Hanya saja dalam menjalankan peranannya sebagai komunikator, Public Relation PT Socfindo tidak dapat melakukannya secara maksimal dikarenakan adanya keterbatasan jarak yang tidak memungkinkan Public Relation untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang berada disepulatan pabrik.

- 3) Terkait perannya sebagai fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*), Public Relation PT Socfindo membantu perusahaan dalam menangani masalah atau krisis dengan cara membentuk tim khusus yang melibatkan beberapa Departemen terkait untuk menghadapi langsung masyarakat, serta mencari akar dari permasalahan yang sedang terjadi. Hal ini dilakukan agar dapat mempermudah Public Relation dalam membantu Direktur SDM untuk mengambil suatu keputusan.
- 4) Dalam peranannya sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*), Public Relation PT Socfindo turut mengawasi ataupun melakukan pengecekan mengenai isi berita, apakah berita tersebut telah sesuai dengan situasi yang sedang terjadi sebelum nantinya berita tersebut dipublish, hanya saja dalam proses peliputan maupun pembuatan berita Public Relation PT Socfindo tidak turut terlibat didalamnya. Pengecekan berita dilakukan hanya melalui Grup Whatsapp dimana berita yang telah dibuat

akan dikirim melalui grup tersebut. Adapun media yang digunakan dalam penyebaran berita yaitu melalui Koran, Blog, dan Media Sosial.

5.2 **Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sebelumnya telah dipaparkan dan dijelaskan diatas, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti yaitu :

- 1) Akan lebih baik apabila Public Relation dari PT Socfin Indonesia ataupun melalui Manajer setempat yang berada dipabrik, dapat memberikan penerangan secara langsung kepada masyarakat yang berada disekitar pabrik mengenai dampak atau kemungkinan apa saja yang akan terjadi dengan adanya pabrik dilingkungan masyarakat tersebut, baik itu dampak positif maupun negatifnya. Dengan begitu masyarakat disekitar akan terlebih dahulu mengetahui dampak-dampak tersebut, sehingga hal ini pun dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman masyarakat terhadap perusahaan apabila terjadi kembali suatu permasalahan.
- 2) Sebaiknya Public Relation PT Socfin Indonesia dapat lebih memaksimalkan peranannya sebagai komunikator yang dapat terjun langsung ke masyarakat, dimana hal tersebut tidak hanya membuat Public Relation dapat berinteraksi langsung oleh masyarakat sekitar pabrik, melainkan juga Public Relation dapat mengetahui lebih jelas setiap masukan maupun kondisi dari masyarakatnya, sehingga Public Relation tidak semata-mata hanya mengetahui komplain dari masyarakat saja melalui Manajer setempat.

- 3) Sebagai teknisi komunikasi sebaiknya Public Relation PT Socfin Indonesia tidak hanya sekedar mengawasi dan mengecek isi berita yang akan dipublish saja, melainkan Public Relation harus dapat ikut serta dalam proses peliputan dan pembuatan berita yang menarik perhatian masyarakat secara positif, serta memastikan pula bahwa strategi publikasinya dapat berjalan dengan efektif. Public Relation juga perlu untuk mengetahui bagaimana caranya mengelola media sosial dengan baik, sebab citra perusahaan juga tercermin dari aktivitasnya dimedia sosial.
- 4) Tetap mengedepankan kepedulian terhadap lingkungan disekitar pabrik lebih dari batas yang dituntut dalam peraturan pemerintah.
- 5) Tetap berkomitmen dalam membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, baik masyarakat yang berada disekitar pabrik hingga masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanti, S. L., & Aulia, S. S. (2022). *Komunikasi* (R. Hidayanti, Ed.). Global Eksekutif Teknologi.
- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations* (A. G. Zainal, Ed.). Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Armayanti, N., & Pramana, D. (2022). *Public Relation* (ke-1). CV. Merdeka Kreasi Group.
- Dyatmika, T. (2021). *Ilmu Komunikasi* (T. Bakhri, Ed.; ke-1). ZAHIR PUBLISHING.
- Faustyna, & Rudianto. (2023). *Filsafat Komunikasi* (F. P. Hidayat & F. H. Lubis, Eds.). UMSU PRESS.
- Hendrayady, A., Agustina, D. P., Sulandjari, K., Sifatu, W. O., Wisataone, V., Mayasari, Wibisono, I., Wance, M., Hutasoit, W. L., Arif, F. M., Rayhaniah, S. A., Handayani, S. L., Triyaningsih, H., & Andary, R. W. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Dr. S. SastroAtmodjo, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Juliansyah, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Sukabumi, P. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Agustus*, 3(2), 19.
- Lestari, S. (2021). *14 Jam Belajar Public Relation: Cara Jitu Membangun dan Mengelola Hubungan Bonafide dengan Khalayak* (ke-1). Anak Hebat Indonesia.
- Londa, J. W. (2014). Peran Petugas Humas Sebagai Komunikator Pembangunan (Studi di Bagian Humas Kantor Pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan). *Acta Diurna*, III. No. 2.
- Marlina, Arvianti, E. Y., Mitrin, A., Rambe, E., Maulina, H., Yuliana, Rofiatin, U., Dyanasari, & Desiana. (2022). *Buku Ajar Ilmu Komunikasi* (A. Leonardo, Ed.). CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Purba, R. P. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul). *JOM FISIP*, 4 No. 1, 1–13.
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Interaksi*, 4 No. 1, 98–105.
- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com* (Andriyanto, Ed.). Penerbit Lakeisha.
- Sari, M., Siswati, T., Suparto, A. A., Jonata, Ambarsari, I. F., Azizah, N., Safitri, W., Hasanah, N., Agusti, Gravitiani, E., & Andalia, N. (2022). *Metodologi Penelitian* (A. Yanto, Ed.). Global Eksekutif Teknologi.

- Sujanto, R. Y. (2022). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0* (D. Rachmawati, Ed.). PUSTAKA BARU PRESS.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian*. PUSTAKABARUPRESS.
- Sumantri, A. (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Murodi & F. Ekayanti, Eds.; Pertama). Prenada Media.
- Syafuruddin, Sinaga, C. N. A., & Aguslinar. (2020). Pelatihan Communications Skills Untuk Pelayanan Publik Menuju Pelayanan Prima (Service Excellence) Di Pusat Pengembangan Pemberdayaan Pendidik Dan Tenaga Kependidikan Bidang Bangunan Listrik Medan (PPPPTK BBL MEDAN). *WAHANA INOVASI*, 9 No.2, 11–16.
- Tsuroyya, & Dewi, P. A. R. (2021). *Introduction to Public Relations Theories and Practical Usage* (R. Juliadi, Ed.). Lakeisha.
- Widiantara, I. K. A. (2018). Peran dan Strategi Public Relations dalam Pengembangan Organisasi Nirlaba. *Maha Widya Duta*, 2 No. 2, 66–71.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komprehensif*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (I. Fahmi, K. P. Utama, & Jeffry, Eds.; Pertama). Kencana Prenada Media Group.

DOKUMENTASI



Ibu Francisca Ginting selaku Kepala Bagian Humas



Kantor PT Socfin Indonesia Kota Medan

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Kepala Bagian Humas)

Hari/Tanggal Pelaksanaan Wawancara : Kamis / 08 Juni 2023

Lokasi Wawancara : Kantor PT Socfin Indonesia Medan

Nama Narasumber : Francisca Ginting

Usia : 62 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Waktu Wawancara : 14.41 WIB

Permisi, selamat sore

Mohon izin, sebelumnya saya ingin memperkenalkan diri terlebih dahulu

Saya Fenny Permata Sari, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Maksud kedatangan saya kesini ingin melakukan penelitian terkait Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Kota Medan, untuk keperluan dalam penyusunan tugas akhir/skripsi saya. Dengan ini saya ucapkan terimakasih banyak kepada Ibu atas kesediaan waktu dan informasinya.

Pertanyaan :

Peran Public Relation Sebagai Penasehat Ahli (*expert precriber*)

- 1) Jika terjadi suatu permasalahan dikalangan masyarakat terkait perusahaan, apakah Public Relation turut dilibatkan dalam mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut?
- 2) Contoh permasalahan seperti apakah yang pernah terjadi dikalangan masyarakat terkait perusahaan?
- 3) Bagaimanakah tindakan atau upaya yang dilakukan Public Relation dalam mengatasi permasalahan tersebut?
- 4) Tindakan apakah yang dilakukan untuk mencegah permasalahan tersebut tidak terulang kembali?
- 5) Apa yang Public Relation lakukan untuk menjalin kembali hubungan yang baik dengan masyarakat tersebut?

Peran Public Relation Sebagai Fasilitator Komunikasi (*communication facilitator*)

- 1) Bagaimanakah Public Relation menjalankan perannya sebagai komunikator dalam menyampaikan informasi terkait perusahaan kepada masyarakat?
- 2) Contoh informasi seperti apakah yang biasa Public Relation sampaikan kepada masyarakat?
- 3) Apakah setiap kegiatan sosial memang selalu diadakan langsung oleh perusahaan atau terkadang dari pihak masyarakat sendirilah yang meminta untuk kegiatan sosial tersebut dilakukan?
- 4) Bagaimanakah Public Relation dalam menyampaikan kebutuhan maupun keinginan dari masyarakat tersebut kepada perusahaan?

- 5) Apakah Public Relation turut berpartisipasi langsung disetiap kegiatan sosial yang dilakukan?

Peran Public Relation Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah
(*problem solving process facilitator*)

- 1) Apakah Public Relation turut terlibat dalam mengambil suatu keputusan dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan?
- 2) Apakah ada dibentuknya tim khusus yang dikoordinir langsung oleh Public Relation dalam menghadapi suatu permasalahan yang sedang terjadi dikalangan masyarakat terkait perusahaan?

Peran Public Relation Sebagai Teknisi Komunikasi (*communication technical*)

- 1) Apakah Public Relation turut terlibat langsung dalam peliputan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan, mulai dari pengambilan gambar guna memenuhi informasi visual dari berita tersebut hingga dalam proses pembuatan berita?
- 2) Apakah Public Relation terlibat langsung dalam proses editing untuk memeriksa kembali tata bahasa dari berita tersebut, sebelum nantinya dipublish kepada khalayak?
- 3) Melalui media apakah berita – berita tersebut dipublish?

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XU/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Baerl No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://halp.umsu.ac.id> halp@umsu.ac.id [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id)

Nomor : 641/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 23 Ramadhan 1444 H
14 April 2023 M

Kepada Yth : **Humas PT. Socfin Indonesia**
Kota Medan

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kajmi:

Nama mahasiswa : **FENNY PERMATA SARI**
N P M : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF
PT. SOCFIN INDONESIA KOTA MEDAN**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.



Lampiran 2 Surat Diterima Penelitian



Medan, 19 May 2023
No.UM/X/BI/1070/2023

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan Mukhtar Basri No. 03
Medan 20238

Dengan Hormat,

Hal : Penelitian Mahasiswa

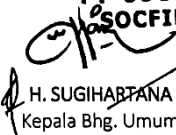
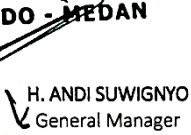
Sehubungan dengan Surat No. 641/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023 mengenai Permohonan Penelitian Mahasiswa, dapat kami setuju dilaksanakan di PT Socfin Indonesia Jl. K. L. Yos Sudarso No. 106 Medan mulai tanggal 29 Mei s.d 30 Juni 2023 a/n:

Nama : Fenny Permata Sari
NIM : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan)
Judul Skripsi : Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Medan

Kegiatan kerja penelitian dilaksanakan dengan mematuhi Protokol kesehatan yang berlaku. Saat akan melaksanakan penelitian diharapkan mahasiswa menunjukkan Kartu Vaksin Covid-19 dosis kedua.

Akomodasi, transportasi dan konsumsi termasuk apabila terjadi kecelakaan kerja dalam pelaksanaan penelitian menjadi tanggung jawab mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan agar maklum.

Hormat kami,
PT SOCFIN INDONESIA
SOCFINDO - MEDAN

H. SUGIHARTANA
Kepala Bhg. Umum

H. ANDI SUWIGNYO
General Manager

CC :
- PD
- GM
- File
HS/Mz/rs

PT Socfin Indonesia
Jl. K. L. Yos Sudarso No 106, Medan 20115, Sumatera Utara, Indonesia
T: (+62) 61 6616066 F: (+62) 61 6614390 E: head_office@socfindo.co.id
www.socfindo.co.id

Lampiran 3 Surat Selesai Penelitian

PT SOCFIN  INDONESIA
(SOCFINDO)

Medan, 03 Juli 2023
No.UM/SK/X/Bi/1419/2023

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan Kapten Muchtar Basri No. 03
Medan 20238

Dengan Hormat,

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini PT Socfin Indonesia (SOCFINDO), dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dibawah ini:

Nama : Fenny Permata Sari
NPM : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan)
Judul : Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT Socfin Indonesia Medan

Benar telah melaksanakan Kegiatan Penelitian mulai tanggal 29 Mei s.d 30 Juni 2023 di PT Socfin Indonesia Jl. K. L. Yos Sudarso No. 106 Medan.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Hormat kami,

PT SOCFIN INDONESIA
SOCFINDO - MEDAN


J. SITANGGANG
An.Kepala Bhg. Umum


H. ANDI SUWIGNYO
General Manager

CC : PD
: GM
: File
: HS/FG/ra

Lampiran 4 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

<https://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

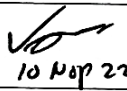
Medan, 07 November 2022

Assalamu' alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Fenny Permata Sari
N P M : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127,0 sks, IP Kumulatif 3,65

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Peran Komunikasi Antarpribadi Dalam Membangun Kedekatan Dan Hubungan Baik Antara Ibu Sambung Dengan Anak Tiri.	
2	Bentuk Komunikasi Jarak Jauh Mahasiswa Perantauan Di Kota Medan Dengan Orang Tua.	
3	Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif PT. Socfin Indonesia Kota Medan	 10 Nov 22

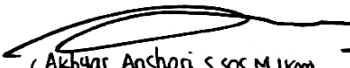
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

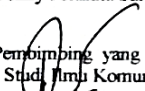
Medan, tgl. 02 Desember 2022
Ketua,


(Akhyar Anshori, S.Sos, M.Kom)
NIDN: 0127048401

Pemohon


(Fenny Permata Sari)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Rizki Priadi)

Lampiran 5 SK-2 Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Kita membangun sumbu ke arah kemajuan
negeri dan bangsanya

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fslip.umsu.ac.id> ✉ fslip@umsu.ac.id 📱 [umsuMEDAN](#) 📺 [umsuMEDAN](#) 📺 [umsuMEDAN](#) 📺 [umsuMEDAN](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1864/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 02 Desember 2022, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : FENNY PERMATA SARI
N P M : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PT. SOCFIN INDONESIA KOTA MEDAN

Pembimbing : Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 018.19.311 tahun 2022.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 02 Desember 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 21 Djumadil Awwal 1444 H
15 Desember 2022 M



Tembusan:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan,
2. Pembimbing ybs. di Medan,
3. Pertinggal.



Lampiran 6 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi



UMSU
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan Murtar Basri No. 3 Medan 20238
Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax (061) 6625474 - 6631003

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA** **FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT.III.2019
Pusat Administrasi: Jalan Murtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax (061) 6625474 - 6631003

<https://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-3

PERMOHONAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Medan, 21 - 02 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Fenny Permata Sari
N P M : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 1864 /SK/II.3/UMSU-03/F/2022 tanggal 02 Desember 2022 dengan judul sebagai berikut:
Peran Public Relation dalam Menjaga Citra Positif PT. Socfin Indonesia Kota Medan

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proprosals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan kedalam MAP warna BIRU

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui:

Pembimbing

(Dr. Ribut Priadi)
NIDN: 0120057303

Pemohon

(Fenny Permata Sari)

Lampiran 7 SK-4 Undangan/Panggilan Seminar Proposal Skripsi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

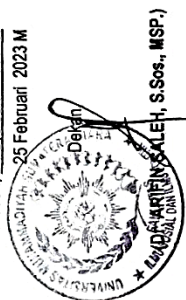
UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 298/UND/II.3.AU/UMSU-03/IF/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 28 Februari 2023
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Laboratorium FISIP UMSU
Pemimpin Semifor : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	AGUSTIA NINGSIH	1903110068	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERHADAP PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DALAM MENCEGAH STUNTING
7	FENNY PERMATA SARI	1903110095	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PT. SOCFIN INDONESIA KOTA MEDAN
8	ZENI AULIA	1903110112	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI ANTARPRIBADI GURURU DALAAILUL KHAIRAT KABUPATEN LANGKAT DALAM MEMBANGUN RASA PERCAYA DIRI PESERTA DIDIK
9	AYU LESTARI	1903110083	Assoc.Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MENCEGAH PERILAKU VERBAL ABUSE PADA ANAK DI DESA AIR HITAM KABUPATEN LANGKAT
10	NUR ASSKIN	1903110090	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI PETUGAS LEMBAGA PEMASYARAKATAN TANJUNG GUSTAMEDAN DALAM MELAKUKAN PEMBINAAN BAGI NARAPIDANA REMAJA

Medan, 04 Sya'ban 1444 H
25 Februari 2023 M



Lampiran 8 SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bisa menjawab surat ya agar disetujui
nama dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IRAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
http://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Fenny Permata Sari
N P M : 1903110095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Public Relation Dalam Menjaga Citra Positif
PT. Socfin Indonesia Kota Medan.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	Senin, 06-02-2023	Bimbingan mengenai isi Proposal skripsi.	
2.	Selasa, 14-02-2023	Bimbingan mengenai uraian teoritis dan kerangka konsep.	
3.	Selasa, 21-02-2023	Acc Proposal skripsi.	
4.	Rabu, 15-03-2023	Konsultasi mengenai revisian Proposal skripsi.	
5.	Kamis, 13-04-2023	Bimbingan mengenai daftar pertanyaan penelitian skripsi serta Acc daftar pertanyaan.	
6.	Kamis 03-08-2023	Pemeriksaan BAB I, II, III, IV, V	
7.	Jumat 09-08-2023	Revisi daftar Pustaka	
8.	Senin 07-08-2023	Disetujui untuk sidang.	

Medan, ... 07 Agustus ... 20. 23.

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Saleh S.Sos Msp
NIDN : 6030017402

(Akhyar Anshori S.Sos M.I.kom
NIDN : 027098401

(Dr. Rizki Priadi S.Sos M.I.kom
NIDN : 0120057303



Lampiran 9 SK-10 Undangan/Panggilan Ujian Skripsi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1553/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
26	GALUH NURUL PRAMESTI	1903110314	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI VISUAL DALAM PENGEMBANGAN EMOSI ANAK BERKEKUTUHAN KHUSUS DI GLOBAL ART MEDAN
27	FENNY PERMATA SARI	1903110099	AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PT. SOCFIN INDONESIA KOTA MEDAN
28	ANDRIANI PUTRI NURJANA NOVANI	1903110100	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	KONSEP DIRI PEROKOK WANITA BERTAJID DI KOTA MEDAN
29	ARIB MUHAMMAD CAESARIO FEBRIANSYAH BATUBARA	1903110104	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos. M. I.Kom	RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D.	PERAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH SUMATERA UTARA MENGHADAPI MIGRASI TV ANALOG KE TV DIGITAL
30	FEBY AYU ANDIRA	1903110184	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN DAZED COFFEE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG

Notulis Sidang :

1.



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum



Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian

Sekretaris

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

Medan, 04 Seiar 1445 H
21 Agustus 2023 M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi Penulis

Nama Lengkap : Fenny Permata Sari

Tempat/Tanggal Lahir : Jambi/01 Mei 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat KTP : Desa Lae Butar, Kec. Gunung Meriah, Kab. Aceh
Singkil

Email : permatasarifenny8@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2006 – 2012 : SD Muhammadiyah

2012 – 2015 : MTs Muhammadiyah

2015 – 2018 : SMA Negeri 1 Gunung Meriah

2019 – 2023 : Strata-1 Ilmu Komunikasi (FISIP) Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara