

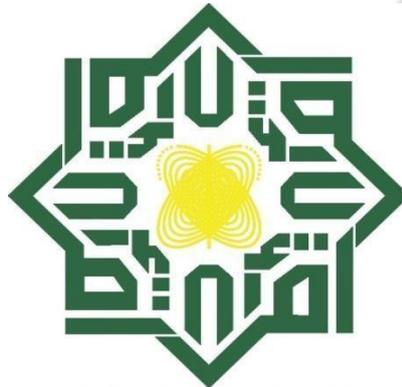


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI

3919/KOM-D/SD-S1/2020

**STRATEGI HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA V DALAM  
MENERAPKAN *CORPORATE CULTURE*  
DI KALANGAN KARYAWAN**



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.IKom)

**Oleh:****DIRAMI PRATIWI****NIM. 11643202451**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU****2020**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كآبة الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

### PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara:

NAMA : DIRAMI PRATIWI  
NIM : 1164202451  
PRODI : ILMU KOMUNIKASI  
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA V DALAM MENERAPKAN *CORPORATE CULTURE* DI KALANGAN KARYAWAN

Kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uneversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing

**Drs.H.Suhaimi D.,M.Si**  
NIP.19570828 197903 1 002

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
NIP. 19691118 1999603 2 001



## PENGESAHAN

Proposal dengan judul “STRATEGI HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA V DALAM MENERAPKAN CORPORATE CULTURE DI KALANGAN KARYAWAN” yang diajukan oleh saudari :

Nama : **DIRAMI PRATIWI**

NIM : **11643202451**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Telah diseminarkan pada:

Hari / Tanggal : **Selasa 26 November 2019**

Pukul : **13.00 WIB**

Tempat : **Ruang Munaqasyah I**

*Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*

Pekanbaru, 26 November 2019

Penguji II

Penguji I

**Usman, S.Sos, M.L.Kom**  
NIK. 130 417 119

**Darmawati M.I.Kom**  
NIK. 130 417 026



## **PENGESAHAN**

# **STRATEGI HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA V DALAM MENERAPKAN *CORPORATE CULTURE* DI KALANGAN KARYAWAN**

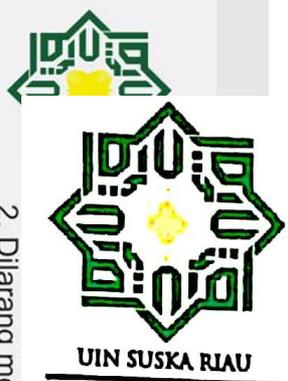
Disusun oleh:

**DIRAMI PRATIWI**  
**NIM.11643202451**

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal: 02 Maret 2020

Mengetahui,  
Pembimbing

**Drs.H.Suhaimi D.,M.Si**  
**NIP.19570828 197903 1 002**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و علم الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE**  
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id,E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, Senin 2 Maret 2020

Nomor : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 ( Satu ) Skripsi  
 Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.  
 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
 Di\_  
 Tempat

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat,

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini maka mahasiswa berikut :

Nama	: Dirami Pratiwi
NIM	: 11643202451
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Public Relations

Dapat diajukan untuk menempuh **Ujian Skripsi/ Munaqasyah** guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **“Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan Corporate Culture di Kalangan karyawan”**.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Mengetahui,  
Pembimbing

**Drs.H.Suhaimi D.,M.Si**  
**NIP.19570828 197903 1 002**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Dirami Pratiwi

NIM : 11643202451

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**“STRATEGI HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA V DALAM MENERAPKAN *CORPORATE CULTURE* DI KALANGAN KARYAWAN”**

Adalah betul-betul karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, Maret 2020  
Yang membuat pernyataan,



**DIRAMI PRATIWI**  
**NIM. 11643202451**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Nama : Dirami Pratiwi**

**NIM : 11643202451**

**Judul : Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V Dalam Menerapkan *Corporate Culture* Dikalangan Karyawan**

*Coporate Culture* berperan penting dalam perkembangan serta kemajuan perusahaan yang menjadi nilai-nilai dasar sikap dan perilaku karyawan di sebuah perusahaan. PT Perkebunan Nusantara V merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara yang merupakan anak perusahaan dari PT Perkebunan Nusantara Group. PT Perkebunan Nusantara Group pada saat ini menerapkan SIPro (Sinergi Integritas dan Profesional) sebagai transformasi budaya baru kepada seluruh anak perusahaan yang berada dibawah naungan PT Perkebunan Nusantara Group. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *corporate culture* dikalangan karyawan dengan metode kualitatif. Peneliti melakukan penelitian di kantor pusat PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. Informan penelitian ini sebanyak lima orang. Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November 2019 sampai dengan Januari 2020. Penelitian ini menggunakan teori perencanaan strategi humas Cutlip- Center-Broom. Temuan penelitian ini menghasilkan bahwa strategi humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *corporate culture* dikalangan karyawan yaitu *Pertama*, membuat keputusan mengenai sasaran kepada seluruh karyawan dan tujuan penerapan *coporate culture*. *Kedua*, melakukan identifikasi khalayak penentu yaitu kepada Tim Sumber daya manusia. *Ketiga*, menetapkan kebijakan atau aturan untuk memutuskan strategi yang akan dipilih dengan berpedoman kepada peraturan kerja bersama. *Keempat*, memutuskan strategi yang akan digunakan dengan menerapkan *corporate culture* yakni SIPro, berdasarkan hasil penelitian peneliti dilapangan bahwa SIPro sebagai *corporate culture* yang baru berdampak baik kepada nilai-nilai serta perilaku para karyawan dalam bekerja.

**Kata Kunci : Strategi, Humas, *Corporate Culture***



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Name : Dirami Pratiwi**

**Student Reg. No 11643202451**

**Title : The Strategy of PT Perkebunan Nusantara V Public Relations in Implementing the Corporate Culture among Its Employees**

*Coporate Culture* plays an important role in the development and progress of the company becoming the basic values of employee attitudes and behavior in a company. PT Perkebunan Nusantara V is a state-owned enterprise which is a subsidiary of PT Perkebunan Nusantara Group. PT Perkebunan Nusantara Group is currently implementing SIPro (Integrity and Professional Synergy) as a new cultural transformation to all subsidiaries under the auspices of PT Perkebunan Nusantara Group. The research objective is to know how the public relations strategy of PT Perkebunan Nusantara V implements corporate culture among employees with qualitative methods. The researcher conducted research at the headquarters of PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. The informants of this study were five people. Data collection techniques are interviews, observation and documentation. The time of the study was conducted from November 2019 to January 2020. This study uses the Cutlip-Center-Broom public relations strategy planning theory. This study finds that the public relations strategy of PT Perkebunan Nusantara V in implementing corporate culture among employees is ; first, it makes decisions regarding targets to all employees and the purpose of implementing coporate culture. Second, it identifies the determining audience, namely the Human Resources Team. Third, it establishes policies or rules to decide on the strategy to be chosen based on the rules of joint work. Fourth, it decides on the strategy that will be used by implementing corporate culture namely SIPro. This study concludes that SIPro as a new corporate culture has a good impact on the values and behavior of employees at work.

**Keywords: Strategy, Public Relations, Corporate Culture**



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillah Robbil'alamin*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ **Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *Corporate culture* di Kalangan Karyawan**”

Penulisan skripsi ini diperuntukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan Skripsi penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa kepada orang tua tercinta Ayahanda Alfa Edison dan Ibunda Ramadan dan Adik tericinta Muhammad Adip yang telah merawat, membesarkan, membimbing, dan selalu memberikan semangat dengan penuh pengorbanan baik secara moril maupun materil, serta selalu memberikan doa yang tiada putusnya untuk penulis untuk dapat mewujudkan cita-cita penulis hingga menjadi seorang sarjana. Pengorbanan kedua orang tua dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan penulis hingga saat ini, untuk itu skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua yang penulis sayangi.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. H. Surryan A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnadi M.Pd, dan Drs. H. Promadi, M.A, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak Dr. Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Bapak Drs.H.Suhaimi D, M.Si selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahan-pengarahan serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Kepada Bapak Yantos, S.IP,M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan
9. Kepala Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.
10. Kepada Bapak Sampe Sitorus SH,MH dan Bapak Risky Atriansyah SH selaku Kasub Bag Humas dan Staff Sub Bag Humas beserta kranis Humas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, Ibu Tina Andrilina MPSi selaku Staff Sub Bag Kompetensi SDM, Bapak M.Ichsan SW, dan Bapak Sukir Siswanto S.Sos yang sudah menerima penulis dengan baik, telah memberikan izin, kesempatan, bimbingan, dan bantuan dalam penelitian skripsi ini.
11. Kepada Sahabat Enny Suryani Siregar, Suci Rahayu, Desy Andasari sahabat tercinta seperjuangan yang telah memberikan dukungan, bantuan, semangat serta motivasi sehingga penulis dapat mengerjakan Skripsi ini

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hingga selesai.

12. Keluarga Public Relations A angkatan 17 yang telah memberikan dukungan , motivasi semoga seluruh anggota dapat segera menyusul untuk sama-sama meraih gelar S.Ikom. semangat!
13. Kepada sahabat semester satu dan dua di kelas G angkatan 16 yaitu Nanda Rayhanah, Hesti Rahayu, Rahmatang, Yola prastika serta Indri yang telah membantu, memotivasi penulis.
14. Kepada Grup Pejuang S.IKom yaitu Riyandi Wispinaldi, Aulia Rahman, Aldi Irfan dan yang telah memotivasi dan membantu penulis mengerjakan skripsi ini hingga selesai
15. Kepada Tim KKN Makmur Sejahtera 2019 Yaitu Nurhayati, Isra Hidayati, Wahyu Anggraini, Eni Arsaniata, Irma Fetria Irawan, Dinarti, Alidei Ramadana, Angga tengku alamsyah, Novendra dee ilham bahrain, Dwi eko saputra yang sudah memberikan dukungan kepada penulis.
16. Kepada kakak senior Miftahur Rizki S.I.Kom, Laxmy defilah S.I.Kom, Liza Anggraini S.I.Kom, Yudi Juliandra S.I.Kom yang telah memberikan arahan serta ilmu kepada penulis .
17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan  
Semoga semua motivasi, semangat, doa serta bantuan yang telah diberikan, semoga mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Robbal Alamin.

Pekanbaru, 2 Maret 2020  
Penulis,

**DIRAMUPRATIWI**  
**NIM.11643202451**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
E. Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b> .....	7
A. Kajian Teori .....	7
1. Strategi .....	7
2. Humas .....	12
3. SIPro .....	18
B. Kajian Terdahulu .....	21
C. Kerangka Pikir.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
C. Sumber Data.....	29
D. Informan penelitian .....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Validitas Data.....	31

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

G. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah Perusahaan PT Perkebunan Nusantara V .....	33
B. Wilayah Operasi PT Perkebunan Nusantara V .....	36
C. Visi dan Misi PT Perkebunan Nusantara V .....	36
D. Logo PT Perkebunan Nusantara V .....	39
E. Sistem dan Tata Nilai PT Perkebunan Nusantara V .....	40
F. Ketenagaan PT Perkebunan Nusantara V .....	40
G. Bidang Usaha PT Perkebunan Nusantara V .....	41
H. Struktur Organisasi Humas PT Perkebunan Nusantara V .....	42
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50
B. Pembahasan .....	75
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	87

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1	Informan Penelitian .....	30
Tabel 4.1	Daftar Jumlah Karyawan PT Perkebunan Nusantara V.....	41
Tabel 5.1	Informan Penelitian .....	51



UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1	Struktur Organisasi Budaya Perusahaan.....	20
Gambar 2.2	Simbol SIPro .....	21
Gambar 2.3	Kerangka Pikir .....	27
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru .....	35
Gambar 5.1	Website PTPN Group .....	76
Gambar 5.2	Makna Simbol .....	78
Gambar 5.3	Implementasi Salam SIPro Oleh Karyawan .....	79
Gambar 5.4	Proses pengukuran implementasi kepada seluruh karyawan oleh Tim SDM .....	80
Gambar 5.5	Buku Perjanjian Kerja Bersama .....	81
Gambar 5.6	Video tutorial salam SIPro .....	82
Gambar 5.7	Pemasangan <i>Standing banner</i> SIPro di setiap divisi kantor	83
Gambar 5.8	Kegiatan Asesmen Oleh Karyawan yang dimulai Salam SIPro .....	84
Gambar 5.9	Internalisasi Budaya Perusahaan SIPro oleh Direktur Utama PTPN V .....	84



UIN SUSKA RIAU

- 1. Lampiran 1 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian
- 2. Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- 3. Lampiran 3 : Hasil Wawancara
- 4. Lampiran 4 : Dokumentasi
- 5. Lampiran 5 : Surat-Surat

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan Perkembangan zaman, keberadaan humas tidak dapat dipisahkan dari keberadaan dan keberhasilan suatu instansi baik pemerintah maupun swasta. Humas adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik itu yang bersifat komersial yang bertujuan mencari keuntungan (profit) maupun perusahaan non komersial yang tidak mencari keuntungan.<sup>1</sup> Humas sampai saat ini telah digunakan mulai dari pemerintah daerah, BUMN, sampai dengan pemerintah pusat atau yang lebih sering disebut Badan koordinasi humas.<sup>2</sup>

PT Perkebunan Nusantara merupakan perusahaan Badan usaha milik negara bergerak dibidang perkebunan yang terdiri dari PT Perkebunan Nusantara I hingga PT Perkebunan Nusantara XIV, dan pada saat ini PT Perkebunan Nusantara III selaku Holding dari PTPN Group.<sup>3</sup> PT Perkebunan Nusantara V merupakan salah satu anak perusahaan dari PTPN Group yang berkantor pusat di Pekanbaru dengan wilayah operasional di Provinsi Riau.<sup>4</sup>

Berbicara operasional dalam sebuah perusahaan, salah satu faktor penting dari kemajuan sebuah perusahaan yaitu budaya perusahaan atau *Corporate culture*. Budaya perusahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam kelancaran, perkembangan dan kemajuan perusahaan. PT Perkebunan Nusantara V sebagai salah satu anak perusahaan perkebunan menerapkan tata nilai budaya perusahaan yang baru yaitu SIPro (Sinergi Integritas dan Profesional) diterapkan oleh Holding kepada seluruh perusahaan yang berada di bawah naungan PTPN Group.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media.2008), 6

<sup>2</sup> Ibid, hlm 7

<sup>3</sup> Dokumentasi PTPN V, 2017

<sup>4</sup> Website PT Perkebunan Nusantara V

<sup>5</sup> Wawancara pra riset dengan Risky Atriansyah, Staf sub bag Humas PTPN V pada tanggal 6 November 2019 di Pekanbaru

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan surat edaran oleh PT Perkebunan Nusantara Group Nomor DSDM/SE/39/2019 bahwa dalam rangka pelaksanaan transformasi budaya (*culture transformation*) di lingkup PT Perkebunan Nusantara Group dan sejalan dengan *leaders commitment corporate culture* yang telah ditandatangani oleh *Board of Director* PT Perkebunan Nusantara Group pada tanggal 04 Desember 2018, maka PT Perkebunan Nusantara Group telah mengeluarkan Surat Keputusan Direksi oleh Holding yaitu PT Perkebunan Nusantara III nomor:HES/SKPTPS/R/20/2019 pada tanggal 06 february 2019 tentang penetapan *corporate culture* PT Perkebunan Nusantara Group ialah SIPro.<sup>6</sup>

Penulis melakukan wawancara Pra riset di PT. Perkebunan Nusantara V pada tanggal 6 November 2019 dengan Bapak Risky Atriansyah selaku Staf Sub Bag Humas PT. Perkebunan Nusantara V. dalam wawancaranya Bapak Risky Atriansyah selaku Staf Sub Bag Humas PT. Perkebunan Nusantara V mengatakan :

“*Corporate culture* yang baru diberlakukan PTPN Group yaitu SIPro, Sinergi Integritas dan Profesional yang sudah digariskan oleh holding kepada seluruh anak perusahaan PTPN, mulai PTPN I hingga PTPN XIV. berbicara tata nilai budaya perusahaan PTPN V sebelumnya yaitu SIP. Penerapannya sudah berlaku sejak tahun 2013 lalu pada 2019 Holding membuat tata nilai yang sama untuk anak perusahaan mulai dari PTPN I hingga PTPN XIV yaitu SIPro”.<sup>7</sup>

Setiap perusahaan memiliki *coporate culture* (budaya perusahaan) yang berbeda antara satu dengan perusahaan lainnya. dan perbedaan ini dipengaruhi oleh berbagai perbedaan seperti gaya kepemimpinan, lokasi keberadaan perusahaan , latar belakang karyawan, model manajemen yang diterapkan dan lain sebagainya.<sup>8</sup> Sinergi Integritas dan Profesional (SIPro) adalah transformasi budaya yang diterapkan dan merupakan keyakinan atau

<sup>6</sup> Buku budaya perusahaan PTPN Group. 3

<sup>7</sup> Wawancara pra riset dengan Risky Atriansyah, Staf sub bag Humas PTPN V pada tanggal 6 November 2019 di Pekanbaru

<sup>8</sup> Fahmi Irham. *Etika Bisnis Teori ,Kasus dan Solusi* . (Bandung: Alfabeta CV. 2014), halaman. 119

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

prinsip dasar yang akan memandu setiap insan Perkebunan Nusantara Group dalam bersikap dan berperilaku.<sup>9</sup>

Sebagai *Corporate culture* perusahaan yang baru, dalam penerapannya diperusahaan tentu diperlukan sebuah strategi. Karena strategi merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan. Strategi yang sukses akan berhasil apabila strategi dalam keperluan suatu perusahaan dapat dicapai dengan baik. Strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Setiawan perencanaan merupakan rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan.<sup>10</sup>

Selain mengatur sebuah strategi, kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam menerapkan suatu program yang baru ialah keberadaan humas. Karena salah satu tugas humas ialah menciptakan kombinasi dua arah dengan penyebaran informasi dan komunikasi baik kepada internal maupun eksternal perusahaan.<sup>11</sup> Humas PT Perkebunan Nusantara V berperan penting dalam dalam menerapkan SIPro sebagai *corporate culture* yang mengatur tata nilai perilaku kepada seluruh karyawan.

Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi humas menurut Ahmad S. Adnan merupakan panduan awal dari perencanaan dan manajemen yang akan dan telah direncanakan melalui kebijakan organisasi atau instansi untuk mencapai suatu tujuan.<sup>12</sup> Oleh karena itu diperlukan strategi humas dalam mencapai tujuan organisasi itu sendiri, termasuk dalam menerapkan *Corporate culture* diperusahaan atau organisasi.

Apabila strategi humas berjalan dengan baik, tujuan dalam mencapai sesuatu juga telah berhasil maka penerapan *Corporate culture* perusahaan akan berjalan dengan baik pula. Budaya perusahaan atau *Corporate culture* adalah nilai-nilai pokok yang menjadi inti atau filsafah kerja dan organisasi

<sup>9</sup> Buku Budaya Perusahaan Perkebunan Nusantara Group , 2019

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*

<sup>11</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations* (Jakarta:Kencana), 140

<sup>12</sup> Rosady Ruslan Op.cit.hlm.133

yang membimbing seluruh karyawan dalam bekerja, sehingga perusahaan akan mencapai sukses dalam usahanya.<sup>13</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merasa tertarik untuk meneliti Bagaimana “**Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dalam menerapkan Corporate culture di Kalangan Karyawan**”

## B. Penegasan Istilah

### 1. Strategi

Penentuan tujuan dan sasaran dasar jangka panjang suatu perusahaan, pengambilan rangkaian tindakan, dan pengalokasian sumber daya yang perlu untuk melaksanakan cita-cita perusahaan.<sup>14</sup>

### 2. Humas

Fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur organisasi berdasarkan kepentingan publik dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.<sup>15</sup>

### 3. Strategi Humas

Panduan awal dari perencanaan dan manajemen yang akan dan telah direncanakan melalui kebijakan organisasi atau instansi untuk mencapai satu tujuan.<sup>16</sup>

### 4. Corporate culture

Budaya perusahaan yaitu nilai-nilai pokok yang menjadi inti dan filsafah bekerja dalam organisasi, yang membimbing seluruh karyawan dalam bekerja, sehingga perusahaan akan mencapai sukses dalam usahanya.<sup>17</sup>

<sup>13</sup> Arijanto Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis. Cara cerdas dalam memahami konsep Dan Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis* . (Jakarta:Rajawali Pers 2011),35

<sup>14</sup> Cutlip,Center,dan Broom. *Effective Public Relations* (2005.),292

<sup>15</sup> Frazier Moore, *Humas* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2004)6

<sup>16</sup> Rosady ruslan Op.cit.hlm.133

<sup>17</sup> Soekanto,Soerjono,2000. *Sosiologi suatu pengantar*.Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Karyawan PT Perkebunan Nusantara V

Seluruh karyawan yang bekerja dan bertugas dilingkungan PT Perkebunan Nusantara V baik dalam lingkungan kantor pusat, kebun maupun distrik.

**C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari paparan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *Corporate culture* di Kalangan Karyawan.

**D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *Corporate culture* di Kalangan Karyawan.

**2. Kegunaan Penelitian**

**a. Teoritis**

- 1) Memberi gambaran dan informasi kepada pihak – pihak terkait khususnya Karyawan PT Perkebunan Nusantara V dalam penyesuaian pengetahuan secara teori.
- 2) Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis guna mempertahankan ilmu dalam bidang Ilmu Komunikasi
- 3) Sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi umumnya, dan *Public Relations* khususnya dalam melaksanakan kegiatan Strategi Humas

**b. Praktis**

- 1) Untuk memenuhi persyaratan sebagai tugas akhir perkuliahan guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Komunikasi di UIN SUSKA RIAU.
- 2) Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi khalayak yang ingin mendalami bidang konsentrasi *public relations*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Memberikan sumbangsih pemikiran dan sumber informasi kepada PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *corporate culture* di kalangan karyawan

**E. Sistematika Penulisan**

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan

**BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini membahas kajian teori dan kerangka pikir, dan kajian terdahulu.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, teknik analisis data, triangulasi data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini membahas gambaran umum tentang PT Perkebunan Nusantara V

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan di lapangan dan pembahasan.

**BAB VI : PENUTUP**

Merupakan penutup dari pembahasan bab sebelumnya dan mengemukakan kesimpulan dan saran.

**DAFTARPUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori.

##### 1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau suatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi.<sup>18</sup> Strategi pada dasarnya adalah penentuan jangka panjang suatu perusahaan atau instansi dalam memutuskan suatu kebijakan ataupun arah tindakan yang diperlakukan dalam mencapai suatu tujuan.

Menurut Cutlip-Center-Broom, Perencanaan strategi bidang humas meliputi kegiatan<sup>19</sup>:

- a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
- b. Melakukan identifikasi khalayak penentu.
- c. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan secara khusus strategi diartikan sebagai tindakan yang bersifat *inscremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi hampir

<sup>18</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo, 2013), 61

<sup>19</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations* ( Jakarta:Kencana2014), 153

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selalu dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*).<sup>20</sup>

Menurut J L Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyakut tujuan dan sasaran organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas.<sup>21</sup>

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Menurut Setiawan perencanaan merupakan rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan.<sup>22</sup>

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan tersebut maka dalam bidang apapun strategi sangat dibutuhkan, apalagi yang berhubungan dengan pemberian pemahaman kepada masyarakat. dalam melakukan pemberian pemahaman tidak terlepas dari kegiatan komunikasi, adapun tujuan utama dari kegiatan komunikasi adalah :

- a) *To secure understanding* untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam komunikasi.
- b) *To establish acceptance* bagaimana cara penerima itu terus dibina dengan baik.
- c) *To motive action* penggiatan untuk memotivasinya.
- d) *The goals which the communicator sought to active* bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.<sup>23</sup>

Strategi merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi. Strategi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.<sup>24</sup>

<sup>20</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta:PT. Grafindo Persada,2005), 49

<sup>21</sup> Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*,(Jakarta:Erlangga,2007),2

<sup>22</sup> Onong Uchjanan Effendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung:Remaja Rosdakarya 2003),300

<sup>23</sup> Rosady Roslan, *Manajemen Public Relations* (Jakarta:Raja Grafindo Persada 2002),31

<sup>24</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003), 32

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**a. Unsur-Unsur Strategi**

Unsur-Unsur yang terdapat dalam strategi secara umum adalah:

1) Unsur Pelaksanaan Strategi

Unsur pelaksanaan dalam hal ini anggota atau karyawan suatu lembaga atau organisasi yang ditunjuk sesuai dengan kapasitas sebagai anggota.

2) Penyusun program Strategi

Penyusun program perencanaan dalam suatu lembaga suatu lembaga merupakan hal yang sangat signifikan sehingga dapat penyusun yang sistematis maka akan menghasilkan hasil yang signifikan.

3) Tujuan Strategi

Strategi adalah langkah yang sangat signifikan bagi suatu organisasi atau lembaga dalam upaya peningkatan dan pengembangan lembaga maupun karyawan itu sendiri. Untuk itu perencanaan secara umum adalah untuk menghindari atau mengantisipasi segala bentuk kegagalan yang akan terjadi dengan memperhatikan kemungkinan tersebut maka membutuhkan segenap pengelolaan secara profesional<sup>25</sup>

**b) Jenis-jenis strategi**

1) Strategi Stabilitas

Strategi stabilitas adalah strategi yang dilakukan organisasi atau perusahaan bila perusahaan tetap melayani masyarakat dalam sektor produk atau jasa dan sektor fungsi yang serupa sebagai yang ditetapkan dalam batasan bisnis yang dijalankan.

2) Strategi Ekspansi

Strategi Ekspansi adalah strategi yang dilakukan organisasi atau perusahaan bila perusahaan memfokuskan keputusan

strateginya pada peningkatan ukuran dalam langkah kegiatan sekarang atau yang telah ada.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi adalah sebagai berikut :

- a) *Credibility* (Kredibilitas), komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respect.
- b) *Context* (Konteks), menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial. Pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap yang partisipatif. Komunikasi diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial melalui pemberitaan media massa.
- c) *Content* (isi), pesan yang menyangkut kepentingan orang banyak atau publik sehingga informasi yang diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
- d) *Clarity* (Kejelasan ) pesan yang disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti serta memiliki pemahaman yang sama antara pemberi dan penerima pesan paham akan isi pesan yang jelas.
- e) *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi ), komunikasi adalah proses yang berkelanjutan dengan berbagai macam variasi dalam penyampaian pesannya. Dengan demikian akan mempermudah proses belajar dalam menyampaikan pesan agar dapat terus berkelanjutan
- f) *Channels* (saluran), menggunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran.
- g) *Capability of Audience* (Kapabilitas Khalayak), memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor – faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan.<sup>26</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam melakukan Strategi perlu melalui beberapa tahapam dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahap, yaitu:

a. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan startegi yang akan dilakukan sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman internal, menerapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang diterapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaanya strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi Strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penempatan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan organisasi

c. Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir dari strategi adalah evaluasi implementasi startegi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang dapat dicapai dapat diukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai.

Tiga macam aktivitas mendasar untuk melakukan evaluasi strategi yaitu:

- a. Meninjau faktor-faktor eksternal (berupa peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang menjadi dasar asumsi pembuatan strategi.
- b. Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat) menyelidiki penyimpangan dari rencana,

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengevaluasi prestasi individu dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah penyampaian sasaran yang dinyatakan.

Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam mengambil tindakan korektif tidak harus berarti bahwa strategi yang ada akan ditinggalkan atau bahkan strategi baru harus dirumuskan. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan atau pencapaian yang di rencanakan maka disitulah tindakan korektif diperlukan.<sup>27</sup>

## 2. Humas

### a. Pengertian Humas

Hubungan masyarakat atau Humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan komunitas pun memerlukan humas.<sup>28</sup> telah banyak ahli mengemukakan defenisi atau pengertian dari Humas, seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins, “Humas adalah sesuatu yang menerangkan keseluruhan komunikasi, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya, dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian.”<sup>29</sup>

Menurut Harlow defenisi Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam

<sup>27</sup> Fred R David, *Manajemen Strategi dan Konsep* (Jakarts:Perhelalindo, 2002)104

<sup>28</sup> M.Linggar Anggoro, *Teori &Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: PT Bumi Aksara2001),1.

<sup>29</sup> Morisan, 2008, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, Jakarta, Kencana, 8

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi mengatasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.<sup>30</sup>

Humas adalah seni dan ilmu pengetahuan dan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya. Menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.<sup>31</sup>

#### b. Peranan Humas

Humas berperan penting dalam menyampaikan informasi terhadap masyarakat, bersifat persuasif dalam mengintegrasikan lembaga kepada masyarakat.<sup>32</sup> Peranan merupakan aspek dinamis suatu status kedudukan. Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan.<sup>33</sup> Peranan adalah tingkah laku yang diharapkan dari orang yang memiliki kedudukan (status). Menurut Al Barry dalam kamus ilmiah populer, peranan adalah fungsi, kedudukan, atau bagian dari aktivitas dimainkan seseorang yang diartikan sebagai bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan. Peranan merupakan aspek dinamis dari suatu status (kedudukan).

Menurut Dozier & Broom, peranan Humas dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori, yaitu:<sup>34</sup>

##### a. Penasehat ahli (*expert prescriber*)

Seorang praktisi pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi

<sup>30</sup> Rosady Ruslan, 2014, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada, hal 16

<sup>31</sup> *Ibid.*17

<sup>32</sup> Hermanto Bambang, *Public Relation dalam Organisasi*, (Yogyakarta :Santosa, 2007)

<sup>33</sup> *Ibid* 268

<sup>34</sup> Rosady, Ruslan *Op,Cit.*20

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar Humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya.

b. Fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*)

Dalam hal ini, praktisi Humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, memperlakukai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)

Peranan praktisi Humas dalam proses pemecahan persoalan *Public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang dihadapi secara rasional dan professional biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli Humas dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam suatu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atas mengatasi persoalan krisis tertentu.

d. Teknisi Komunikasi (*communication technician*)

Berbeda dengan tiga peranan praktisi Humas professional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi Humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication in organization*.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam hal ini peran Humas PT. Perkebunan Nusantara V sebagai fasilitator komunikasi yang bertindak sebagai komunikator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mensosialisasikan pesan kepada karyawan/pegawai, sehingga komunikasi tersebut dapat tercipta saling pengertian mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua pihak.

#### c. Tugas Pokok Humas

Tugas pokok humas sehari-hari adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tulisan melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan.
- 2) Monitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum suatu masyarakat.
- 3) Memperbaiki citra perusahaan.
- 4) Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) humas merupakan instrument yang bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak mendapatkan tanggung jawab tersebut, terutama kelompok public internal, public eksternal dan pers
- 5) Komunikasi, yujuan humas untuk mempengaruhi publik, salah satunya sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau organisasi yang diwakili tersebut. Dalam konsepnya, fungsi public relation ketika menjalankan tugas operasional, baik sebagai komunikator, mediator maupun organisator.<sup>35</sup>

#### d. Fungsi Humas

Humas memiliki fungsi timbal balik, keluar dan kedalam. Keluar ia harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaganya kedalam, ia berusaha mengenali,

<sup>35</sup> Assumpta Rumanti SR. *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesi.2002) 38.

mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran negatif dalam masyarakat sebelum suatu tindakan atau kebijakan itu dijalankan. Dapat dikatakan, ia berperan dalam pembina hubungan baik antara lembaga atau organisasinya dengan masyarakat atau dengan media massa. Fungsi utama humas adalah mengatur lalu lintas, sirkulasi informasi, internal eksternal, dengan memberikan informasi serta penjelasan seluas mungkin kepada publik mengenai kebijakan, program, tindakan suatu organisasi agar dapat dipahami sehingga memperoleh *public support and public acceptance*.<sup>36</sup>

Menurut Edward L. Bernay, dalam bukunya *Public Relations* (1952, University of Oklahoma Press), terdapat 3 fungsi utama Humas, yaitu:

- 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat
- 2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
- 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.<sup>37</sup>

Menurut pakar Humas Internasional Cutlip & Centre and Canfield fungsi humas dapat dirumuskan, sebagai berikut.

- 1) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi)
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- 3) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
- 4) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.

<sup>36</sup> F. Rachmadi, 1992, *Public Relations: Teori dan Praktek Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama),22

<sup>37</sup> Rosady Ruslan, 2006, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.<sup>38</sup>

#### e. Tujuan Humas

Tujuan dari humas itu sendiri untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti dengan pihak lain yang berkepentingan dengan kata lain menjaga hubungan baik dari eksternal maupun internal dalam suatu organisasi.

Ada dua cara untuk menetapkan tujuan, cara pertama dengan melakukan riset khusus guna mengidentifikasi yang sekiranya memerlukan solusi humas. Yang kedua, dengan para pemimpin departemen atau kalangan staff inti mengungkapkan kebutuhan-kebutuhan komunikasi yang paling mendasar yang mereka rasakan.

Secara umum ada beberapa tujuan humas, tetapi ruang lingkup tujuan humas itu sendiri ternyata sedemikian luas. Dari sedemikian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan kegiatan humas dari sebuah organisasi<sup>39</sup>, diantaranya:

- a. Untuk mengubah citra umum dari mata khalayak sehubungan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan organisasi.
- b. Untuk meningkatkan kualitas para calon pegawai atau anggota organisasi yang akan direkrut.
- c. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh organisasi
- d. Untuk memperkenalkan organisasi kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar baru.
- e. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana organisasi untuk menerbitkan saham baru.

<sup>38</sup> Rosady Ruslan, 2006, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada), 19

<sup>39</sup> M. Linggar Anggoro, *Teori dan Propesi Kehumasan* (edisi kedua), (Jakarta: PT Bumi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Strategi *Public Relations* (Humas)

J L Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai suatu hasil akhir.<sup>40</sup> Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari strategi, yaitu:

1. Sebuah rencana, yaitu suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar
2. Sebuah cara, yaitu suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola, yaitu dalam suatu rangkaian tindakan.
4. Sebuah posisi, yaitu suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
5. Sebuah perspektif, yaitu suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.<sup>41</sup>

Menurut Cutlip, Center dan Broom, perencanaan strategis (*strategic planning*) bidang *public relations* meliputi kegiatan :

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
2. Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key publics*).
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
4. Memutuskan strategi yang akan digunakan.<sup>42</sup>

Ahmad S. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, batasan pengertian tentang strategi *public relations* adalah “alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*”.<sup>43</sup>

<sup>40</sup> Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (London: Erlangga, 2006), Hlm. 2.

<sup>41</sup> Ibid, Hlm. 2.

<sup>42</sup> Morissan, *Manajemen Public Relation*, Strategi menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana, 2008. Hlm. 153.

<sup>43</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), Hlm. 110.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut McNamara dalam menyusun rencana *public relations* perlu menyusun langkah-langkah yang tepat.<sup>44</sup> Adapun langkah-langkah dalam penyusunan rencana *public relations* seperti diuraikan McNamara adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi peluang atau tantangan.
2. Menentukan khalayak utama.
3. Menetapkan apa yang sekarang diketahui khalayak secara tepat dan benar.
4. Menentukan cara setiap khalayak mendapatkan informasi tersebut.
5. Membuat objektif yang terukur untuk setiap kelompok khalayak.
6. Merumuskan butir-butir pesan untuk setiap khalayak: publik internal, publik eksternal, media massa, anggota legislatif, dan seterusnya.
7. Menetapkan kegiatan komunikasi untuk menyampaikan pesan tersebut.
8. Memutuskan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan.
9. Menetapkan jadwal waktu dan tanggung jawab masing-masing pihak untuk setiap kegiatan.
10. Mengevaluasi apakah objektif bisa tercapai.<sup>45</sup>

Firsan Nova mengutip dari teori Thomas L. Harris, dalam bukunya *Crisis Public relations* yang mengemukakan Strategi *public relations* atau adalah sebagai berikut:

#### 1. *Publications*

*Publications*, adalah cara *public relations* dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya. fungsi dan tugas *public relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik.

#### 2. *Event*

<sup>44</sup> Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), Hlm. 91.

<sup>45</sup> Ibid, Hlm. 91.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Event* (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye *public relations*, pameran, *launching*, CSR (*corporate social responsibility*), *charity* dan lain-lain.

Hal ini berkaitan dengan penyusunan program acara, dapat dibedakan menjadi:

- a. *Calender event, regular event* (kegiatan rutin).
- b. *Special event*, kegiatan khusus yang dilaksanakan pada momen-momen tertentu, contoh: ulang tahun perusahaan, *launching* (peluncuran) produk.
- c. *Moment event*, kegiatan yang bersifat momentum.

*Public relations* bertugas Merancang sebuah event atau program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekati diri kepublik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.

#### 3. *News* (Menciptakan Berita)

Adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan citra yang respons yang positif. *Public relations* Berupaya menciptakan berita melalui *press release, news letter, bulletin*, dan lain lain. Untuk itulah seorang *public relations* harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

#### 4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang *public relation* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations / human relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

#### 5. *Inform or image* (citra perusahaan)

Adalah cara pandang khalayak pada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra

positif maupun negatif. Tergantung dari upaya apa saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan sebuah perusahaan.

6. *Lobbying and negotiation* (teknik lobi dan negosiasi)

Adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh *public relations* dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan. Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang *public relations*. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga sehingga timbul saling menguntungkan.

7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

*Corporate social responsibility* (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat disekitarnya.

Berdasarkan sifatnya, pelaksanaan program CSR dapat dibagi dua, yaitu:

- a. Program pengembangan masyarakat (*community development*)
- b. Program pengembangan hubungan/relasi dengan publik (*relations development*).<sup>46</sup>

*Public relations* dapat memberikan kontribusinya dalam proses *strategic management*, ungkap Kasali, melalui dua acara: pertama melakukan tugasnya sebagai bagian dari *strategic management* keseluruhan organisasi dengan melakukan survey atas lingkungan dan membantu mendefinisikan misi, sarana dan objective organisasi/perusahaan. Keterlibatan *public relations* dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses menyeluruh ini akan memberi manfaat yang besar bagi perusahaan dan sekaligus bagi *public relation* itu sendiri, khususnya pada tingkat korporat. Kedua, *public relation* dapat berperan dalam *strategic management* dengan mengelola kegiatannya secara strategis. Artinya bersedia mengorbankan kegiatan jangka pendek demi arah perusahaan secara menyeluruh.<sup>47</sup>

Pearce dan Robinson, mengembangkan langkah-langkah *strategic management* sebagai berikut:

1. Menentukan *mission* perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian (*purpose*), filosofi, dan sasaran (*goals*).
2. Mengembangkan *company profile* yang mencerminkan kondisi *intern* perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya.
3. Penilaian terhadap lingkungan *ekstern* perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
4. Analisis terhadap peluang yang tersedia dari lingkungan (yang melahirkan pilihan-pilihan)
5. Identifikasi atas pilihan yang dihindaki yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
6. Pemilihan strategi atas *objective* jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai *objective* tersebut.
7. Mengembangkan *objective* tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan *objective* jangka panjang dan garis besar strategi.
8. Implementasi atas hasil hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada *budget* (anggaran) dan mengawinkan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi dan sistem balas jasa yang memungkinkan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. *Review* dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai suatu proses untuk melakukan control dan sebagai *input* bagi pengambilan keputusan di masa depan.<sup>48</sup>

#### 4. *Corporate culture* (budaya perusahaan)

Kata *culture* merujuk pada menyiapkan tanah untuk merawat tanaman dan hewan. Kata ini interpretasikan sebagai pendukung terjadinya pertumbuhan. Pacanowsky dan O' Donnell Trujillo (1982), percaya bahwa budaya organisasi “mengindikasikan apa yang menyusun dunia nyata yang ingin diselidikinya dengan kata lain budaya organisasi adalah esensi dari kehidupan organisasi. Menerapkan simbol-simbol yang tergantung kedalam jaringan kepentingan.<sup>49</sup>

Setiap organisasi merupakan suatu sistem yang khas, setiap organisasi mempunyai kepribadian dan jati diri sendiri. Karena itu setiap organisasi mempunyai budaya. Bahwa budaya organisasi merupakan bagian berarti sebagai sub budaya dari budaya masyarakat atau bahkan budaya negara merupakan pandangan yang sudah diterima secara universal. Dan juga bahwa dalam suatu budaya organisasi berbagai sub budaya adalah merupakan kenyataan.<sup>50</sup>

Budaya organisasi adalah suatu sistem nilai dan keyakinan bersama yang dianut oleh semua pihak yang harus berinteraksi dalam rangka pencapaian tujuan. Budaya organisasi juga berperan dalam menentukan struktur dan berbagai sistem operasional yang membuahkan norma-norma perilaku.

Konsepsi budaya yang memperlihatkan perilaku interaksi kedalam organisasi, maka pengertian budaya perusahaan dirumuskan sebagai berikut.<sup>51</sup>

<sup>48</sup> Ibid, Hlm. 92.

<sup>49</sup> West Richard dan H. Turner Lyan, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika. 2008). 317

<sup>50</sup> *Ibid* 27-30

<sup>51</sup> *Ibid* 43-44

- 1) Sistem nilai dan keyakinan organisasi yang mewarnai perilaku pegawai dan kegiatan organisasi
- 2) Metode atau kebiasaan kerja yang telah membudaya (tertanam).
- 3) Suatu pola terpadu dari tingkah laku pegawai dalam perusahaan antara lain pemikiran, tindakan, pembicaraan, ritual/upacara dan benda-benda.

Menurut Agus Arijanto bertolak dari pemahaman pengertian diatas maka dalam pelaksanaannya harus jelas finansial, atau dengan kata lain, dirumuskan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan unsur –unsur budaya yang disebut:

1. Nilai (*value*), dalam arti apa yang lebih penting atau kurang penting, atau apa yang lebih/kurang baik, dan apa yang lebih benar/kurang benar. Nilai budaya dapat berbentuk disiplin murni (taat bekerja dengan penuh kesadaran, kreativitas individu/kelompok, inovasi organisasi, mengutamakan mutu dan produktivitas kepuasan bersama profesional, proaktif, jiwa pelayanan ikhlas, ramah, kerja sama, adaptif, tabah, menghargai waktu dan sebagainya.
2. Norma, dalam arti aturan atau kaidah yang dipakai sebagai tolak ukur penilaian. atau dapat dikatakan norma adalah aturan yang mengikat sebagai aturan tatanan, dan kendali tingkah laku individu dalam organisasi. Seluruh peraturan yang diterbitkan harus dijiwai oleh nilai-nilai budaya perusahaan.
3. Wewenang (*Authority*), dalam arti kemampuan untuk mengambil keputusan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Wewenang adalah jabatan untuk mewujudkan harapan-harapan selaras nilai-nilai budaya perusahaan. Wewenang merupakan wahana untuk memasyarakatkan nilai-nilai dan norma-norma budaya perusahaan.
4. Imbal jasa/penghargaan (*reward*), dalam arti timbal jasa yang diberikan secara wajar dan adil baik bersifat finansial maupun nonfinansial. Atau dengan kata lain, ganjar adalah imbalan dalam bentuk penghargaan atas prestasi positif atau hukuman atas prestasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

negatif. Sistem pemberian ganjar mendorong terwujudnya budaya perusahaan dan tercapainya sasaran organisasi.

## 5. Sinergi Integritas dan Profesional

Sinergi, Integritas dan Profesional (SIPro) adalah transformasi budaya yang diterapkan dan merupakan keyakinan atau prinsip dasar yang akan memandu segenap insan Perkebunan Nusantara Group dalam bersikap dan berperilaku, panduan dalam bersikap dan berperilaku tersebut perlu disusun sebagai dasar untuk menselaraskan pelaksanaan internalisasi budaya perusahaan ke semua lapisan yang ada di Perkebunan Nusantara Group.<sup>52</sup>

Defenisi SIPro sebagai *Corporate culture* PT Perkebunan Nusantara V:<sup>53</sup>

1. Sinergi dengan pengertian menciptakan dan meningkatkan kerjasama dengan mengedepankan kepercayaan untuk memberikan nilai tambah yang optimal. Dengan perilaku utama kerja sama, kepercayaan dan memberi nilai tambah.
2. Integritas merupakan prinsip dalam menjalankan tugas dengan menjunjung tinggi kejujuran, konsisten dengan keteladanan. Dengan perilaku utama Jujur, Konsisten dan keteladanan
3. Profesional merupakan melakukan tugas sesuai dengan kompetensi, bertanggung jawab dan berupaya dalam melakukan inovasi. Dengan perilaku utama Kompeten, tanggung jawab dan Inovatif.

<sup>52</sup> Dokumentasi PTPN V, 2019

<sup>53</sup> Dokumentasi PTPN V, 2019

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Budaya Perusahaan**



**Gambar 2.2**  
**Makna Simbol**



SIPro dilambangkan dalam bentuk simbol lingkaran yang berisikan seseorang dengan 3 (tiga) posisi tangan, yaitu :

1. Sinergi : Tangan kanan dan kiri saling berkaitan dengan posisi tangan kanan di atas (seperti simpul tali) yang mencerminkan sikap saling bekerjasama dan saling percaya untuk mencapai tujuan bersama.
2. Integritas : Tangan kanan berada di dada kiri yang memiliki arti penekanan terhadap diri pribadi untuk meresapi sikap dan perilaku positif dalam menjalankan tugas pekerjaan.
3. Profesional : Tangan kanan dikepal ke atas sejajar dengan bahu kanan yang mencerminkan sikap optimis dan keyakinan tinggi untuk terus berubah kearah yang lebih baik.

Warna dalam simbol SIPro mengikuti warna yang terkandung dalam logo PTPN Group yakni Hijau (Sinergi), Gold (Integritas) dan Biru (Profesional).

## B. Kajian Terdahulu

1. Penelitian Miftahul Khoiri dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) Tahun 2016 dengan judul Peranan Humas dalam mensosialisasikan *Corporate culture* di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. Yang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan humas dalam mensosialisasikan budaya perusahaan di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan Humas dalam mensosialisasikan budaya Perusahaan di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru sudah terlaksana dengan baik, peranan humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan budaya perusahaan kepada karyawan. Perbedaan dengan yang saya teliti yaitu Strategi Humas dalam menerapkan *Corporate culture* di kalangan karyawan , dimana *corporate culture* PT Perkebunan Nusantara V merupakan tata nilai budaya perusahaan yang baru diberlakukan dan diterapkan pada tahun 2019 kepada seluruh karyawan.<sup>54</sup>
2. Penelitian Clara Adika Kartika Sari dari Universitas Gadjah Mada Tahun 2014 dengan judul GARDA DEPAN Studi Tentang Proses Penerapan Budaya Perusahaan di PT.ADD Yogyakarta . Tujuan dari Penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana proses penerapan budaya perusahaan di PT.ADD Yogyakarta, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara budaya perusahaan dan pembentukan perilaku karyawan , yang dimana nilai perusahaan yang dimaksud adalah nilai – nilai yang dimiliki PT.ADD ditanamkan kepada Gardep lewat beberapa rangkaian kegiatan yang dapat diklasifikasikan sebagai ritual dan upacara, ritual dan

<sup>54</sup> Miftahul Khoiri, *Peranan Humas dalam mensosialisasikan Corporate culture di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru* (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) Tahun 2016)

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

upacara tersebut ternyata membentuk sebuah pola didalam enam ritus yang berkesinambungan membentuk sebuah proses belajar gardep menjadi pribadi yang punya perilaku sesuai dengan citra PT.ADD. Citra diperoleh dari budaya kerja yang terbentuk dari cerdas, senyum dan bijaksana.

Proses tersebut membuat solidaritas antar individu dalam kelompok, loyalitas kerja dan memperluas jaringan dalam pengembangan individu maupun perusahaan. Perbedaan dengan saya teliti yaitu berfokus pada Strategi Humas dalam menerapkan budaya perusahaan baru di kalangan karyawan.<sup>55</sup>

3. Penelitian Desi Wulansari dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) Tahun 2015 dengan judul *Corporate culture* PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan. Tujuan penelitian tersebut bagaimana *Corporate culture* atau budaya perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan citra.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Corporate culture* (budaya Perusahaan) PT Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi perusahaan adalah dengan cara memperhatikan karakteristik budaya organisasi yaitu dengan cara menciptakan kreatifitas dan gagasan baru, berorientasi pada sifat menghargai lingkungan, peraturan, kejujuran, keramahan, kepedulian terhadap hasil kerja yang baik, bekerja dengan tenang, bekerja dengan cermat, dapat bekerja sama dalam sebuah teamwork, dan dapat menciptakan pola komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan begitu juga sebaliknya. Perbedaan dengan yang saya teliti adalah lebih bagaimana penerapan *Corporate culture* dikalangan karyawan PT Perkebunan Nusantara V sedangkan penelitian yang dilakukan Desi Wulansari meneliti

<sup>55</sup> Clara Adika Kartika Sari, *GARDA DEPAN Studi Tentang Proses Penerapan Budaya Perusahaan di PT.ADD Yogyakarta* (Universitas Gadjah Mada Tahun 2014)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagaimana *Corporate culture* PT Jasa Raharja dalam mempertahankan eksistensi perusahaan .<sup>56</sup>

4. Jurnal yang berjudul “Pengaruh penerapan budaya perusahaan terhadap motivasi kerja dan kinerja karyawan di PT. Rekayasa Industri” yang diteliti oleh Bambang Ernanto, Lukman M. Baga, dan Euis Sunarti pada tahun 2015. Jenis penelitian yang dilakukannya adalah menggunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Teknik yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan metode teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. hasil penelitian dari disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada budaya perusahaan terhadap motivasi kerja terhadap kinerja. Terdapat perbedaan antara nilai yang dianggap penting dilapangan, budaya perusahaan seharusnya mementingkan professional, dan *innovation* dan *team work* tapi dalam realitasnya adalah *concern for people*, *professional* dan *focus on customer*.<sup>57</sup>
5. Jurnal yang berjudul “Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Mediator (Studi pada PT Astra Internasional, Tbk-Toyota(Auto2000) Cabang Sutoyo Malang)” yang diteliti oleh Alinvia Ayu Sagita , Heru Susilo dan Muhammad Cahyo W.S dari Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Auto2000 Malang-Sutoyo yang terletak di Jalan Letjen Sutoyo No 25 Malang. Penelitian ini dilaksanakan pada Tahun 2017. Dengan kesimpulan sebagai berikut :
  - a. Penerapan budaya organisasi yang baik penting untuk masa depan Perusahaan Auto2000 Sutoyo Malang, dengan adanya penerapan

<sup>56</sup>Desi Wulansari, *Corporate culture PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan*. (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2015)

<sup>57</sup>Bambang Ernanto, Lukman M. Baga, dan Euis Sunarti “*Pengaruh penerapan budaya perusahaan terhadap motivasi kerja dan kinerja karyawan di PT. Rekayasa Industri*” 2015

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi yang terstruktur akan mengarahkan kinerja karyawan lebih tepat sehingga menjadikan sumber daya manusia yang ada pada perusahaan tersebut lebih baik dari pada sebelumnya

- b. Motivasi Kerja untuk mendorong performa kerja yang optimal dari karyawan. Motivasi kerja yang dimiliki karyawan termasuk dalam kategori tinggi, artinya karyawan termotivasi dalam melaksanakan pekerjaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa motivasi kerja adalah pendorong karyawan dalam melakukan pekerjaannya.
  - c. Salah satu faktor yang menentukan kinerja karyawan Auto2000 Sutoyo Malang adalah Motivasi Kerja. Kinerja karyawan yang dimiliki karyawan termasuk dalam kategori Cukup. Artinya kinerja karyawan tidak terlalu tinggi atau rendah, melainkan cukup sesuai dengan ketentuan. Kecukupan kinerja karyawan yang tergolong cukup didasarkan atas kesesuaian hasil kerja dengan kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, efektivitas, kemandirian, dan komitmen kerja.
6. Jurnal yang berjudul “Analisis Budaya Organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan pada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Provinsi Gorontalo” oleh Dr. Juriko Abdussamad, M,Si Tahun 2015. dengan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data digunakan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi. Dengan kesimpulan bahwa Budaya organisasi merupakan karakteristik organisasi yang membentuk perilaku anggota organisasi dalam mencapai tujuannya, melalui pemahaman yang baik terhadap elemen- elemen pembentukan budaya seperti keyakinan, tata nilai, atau adat kebiasaan. Semakin anggota organisasi memahami, mengakui, menjiwai, dan mempraktekkan keyakinan, tata nilai atau adat kebiasaan tersebut dan semakin tinggi tingkat kesadaran mereka, budaya organisasi akan semakin eksis dan lestari. Artinya budaya organisasi merupakan keyakinan setiap orang didalam organisasi akan jati diri yang secara idiologis dapat memperkuat eksistensi organisasi baik ke dalam sebagai pengikat atau simpul organisasi dan keluar sebagai identitas sekaligus

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi yang dihadapi organisasi.<sup>58</sup>

7. Skripsi dengan judul “Peran Budaya Organisasi dalam Peningkatan kinerja karyawan (Studi Kasus : Tupokasi Pendidikan Madrasah) di Kantor Kementrian Agama Kabupaten Bantul”. Penelitian ini dilakukan oleh Ernita Rohmaniati Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran budaya organisasi dalam peningkatan kinerja karyawan di kantor kementrian agama kabupaten Bantul. Yang dimana dari latar belakang yang berbeda dan beraneka ragam sifat dan karakteristik dari para karyawan yang ada di kantor tersebut, khususnya perilaku indivisu atau sebuah kelompok dimana nantinya itu akan berpengaruh pada peran budaya organisasi yang ada. Dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil latar di Kantor Agama Kabupaten Bantul. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan mereduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Dengan hasil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Deskripsi Budaya organisasi yang ada diseksi Dikmad merupakan lebih diwarnai sistem regulasi dan kebijakan diantaranya visi dan misi serta beban kerja yang ada diseksi Dikmad. Dalam menjalankan kegiatan dengan perilaku kerja sama dan sistem kekeluargaan, setiap karyawan pendidikan madrasah (DIKMAD) saling membantu dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya masing-masing.
- b. Peran budaya perilaku-perilaku yang tak disadari seperti, ketika datang merupakan kekuatan yang tidak tampak sehingga berpengaruh

<sup>58</sup>Juriko Abdussamad. *Analisis Budaya Organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan pada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Provinsi Gorontalo*” oleh Tahun 2015

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap perilaku karyawan Dikmad yang menanamkan rasa efektifitas dan efesiensi, disiplin, tanggung jawab, inisiatif, dan komitmen.<sup>59</sup>

Dari kajian terdahulu diatas maka penulis menggunakan penelitian dengan judul Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *Corporate Culture* dikalangan karyawan dan hanya mengambil aspek budaya perusahaan (*Corporate Culture*) serta karyawan.

### C. Kerangka Pikir

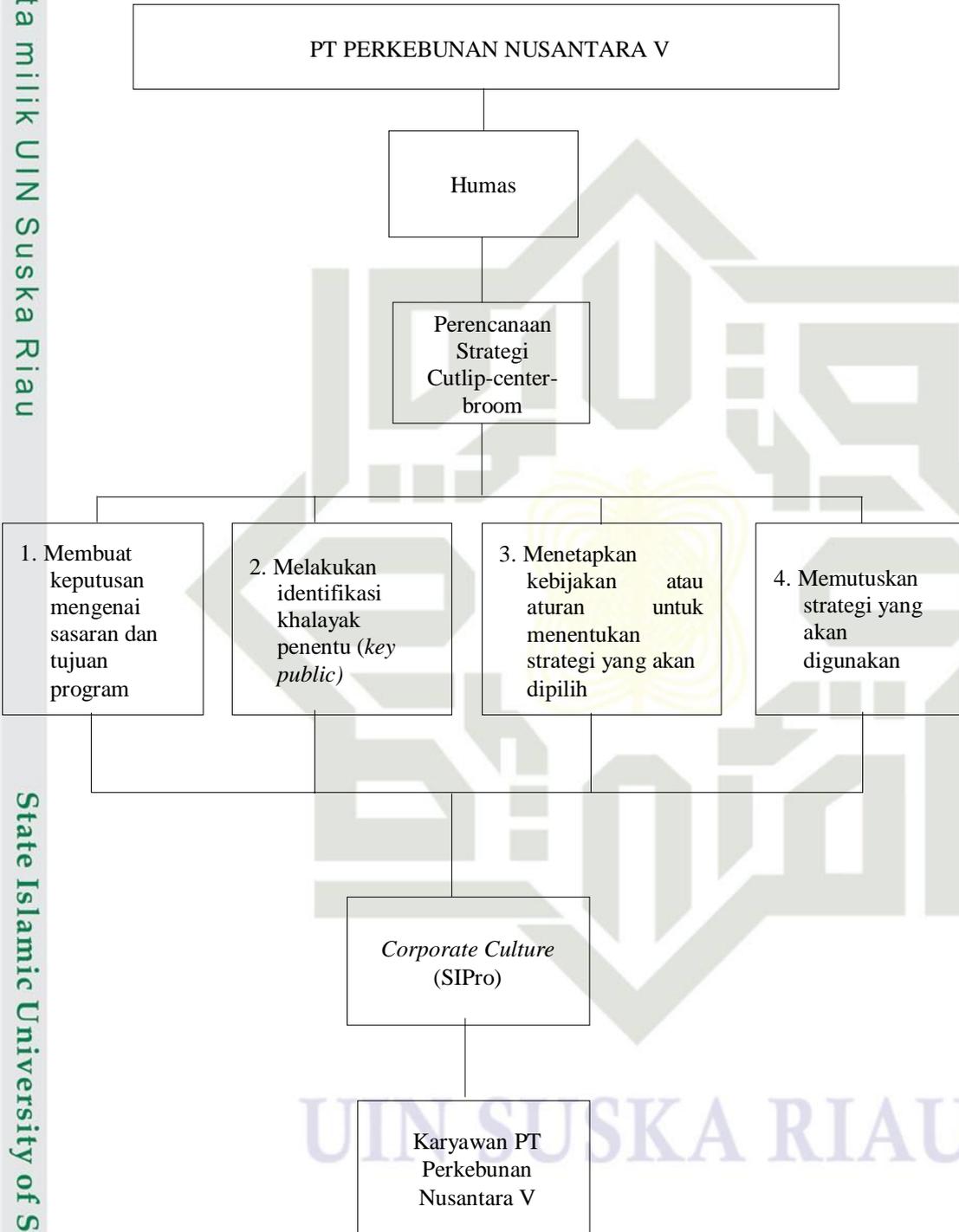
Pada dasarnya strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Untuk melihat strategi yang dilakukan oleh Humas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, maka penulis menetapkan kerangka pikir sebagai berikut.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>59</sup>Ernita Rohmaniati “Peran Budaya Organisasi dalam Peningkatan kinerja karyawan (Studi Kasus : Tupokasi Pendidikan Madrasah) (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2016.)

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pikir**



Sumber: olahan peneliti

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan kerangka pikir tersebut dikatakan bahwa penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang telah dipaparkan dalam rumusan masalah agar dapat memenuhi tujuan penelitian. Bagaimana strategi humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *corporate culture* di kalangan karyawan akan terlaksana melalui perencanaan strategi, berikut penjelasannya:

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program

Perencanaan strategi dimulai dengan adanya kebijakan serta keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.

- a. Sasaran dari penerapan *corporate culture* di PT Perkebunan Nusantara V ialah seluruh karyawan tanpa terkecuali mulai dari atasan hingga bawahan.
  - b. tujuan program yaitu penerapan nilai-nilai sinergi, integritas dan profesional sebagai nilai-nilai yang wajib di implementasikan oleh seluruh karyawan dalam bekerja di perusahaan.
2. Identifikasi khalayak penentu (*key public*)

Khalayak penentu dari penerapan *corporate culture* di PT Perkebunan Nusantara V ialah divisi Sumber daya manusia yang ditunjuk langsung oleh direksi bertugas sebagai tim yang monitoring jalannya program SIPro kepada seluruh karyawan, dan mengukur kinerja karyawan yang berorientasi kepada nilai-nilai SIPro sebagai *corporate culture* perusahaan.

3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih

Kebijakan serta aturan PT Perkebunan Nusantara V berpedoman kepada buku perjanjian kerja bersama yang menjadi dasar hukum terhadap tingkah laku karyawan. Buku PKB (perjanjian kerja bersama) tersebut berisikan pasal-pasal, tanggung jawab dan hak karyawan.

4. Memutuskan strategi yang digunakan
  - a. Strategi *off line campaign* yaitu strategi dengan menggunakan media komunikasi seperti spanduk, banner dan brosur .
  - b. Strategi *on line campaign* yaitu strategi melalui media online seperti youtube, whatsapp dan instagram.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya.<sup>60</sup>

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pusat PT Perkebunan Nusantara V, yang beralamat di Jalan Rambutan Nomor 43-Pekanbaru, Riau 28294 Tlp.(62-761)666565, Fax.(62-761)66558.

### C. Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari dua macam data, yaitu:

#### 1. Data Primer

Data Primer yang menjadi pedoman utama yang diperoleh secara langsung melalui wawancara serta observasi

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumentasi yang penulis lakukan sewaktu masa penelitian sebagai bahan pelengkap penelitian.<sup>61</sup>

### D. Informan Penelitian

<sup>60</sup> Lexy J Moleong, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya) Hal.155

<sup>61</sup> Jalaluddin Rahmat, 2005. *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan Penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Informan Penelitian**

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Sampe Sitorus	Kasub Bag Humas	Informan Tambahan
2.	Risky Atriansyah	Staf Sub Bag Humas	Informan Kunci
3.	Tina Andrilina M.Psi	Staf Sub Bag Kompetensi Sumber Daya Manusia	Informan Tambahan
4.	Sukir Siswanto S.IP	Krani Publikasi dan Dokumentasi Humas	Informan Tambahan
5.	M. Ichsan SW	Krani Hubungan Antar Instansi Humas	Informan Tambahan

**E. Teknik Pengumpulan Data**

**1. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan untuk memahami, mencari jawaban dan bukti terhadap gejala, peristiwa, kejadian atau realitas yang diteliti baik berupa perilaku, keadaan, benda maupun simbol-simbol tertentu. Beberapa observasi adalah ruang (Tempat), perilaku, kegiatan objek, perbuatan atau peristiwa, waktu dan perasaan dan observasi ini dilakukan di PT Perkebunan Nusantara V ketika penulis melakukan *Job training* di PTPN V.

Menurut Sugiyono melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari penelitian tersebut. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 2 macam teknik pengumpulan data observasi yaitu:

a. Observasi partisipatif

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari – hari yang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang akan diperoleh akan lebih lengkap, lebih tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Observasi terus terang atau tersamar

Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia peneliti sedang melakukan penelitian. Jadi yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir aktivitas apa yang dilakukan oleh peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini dilakukan untuk menghindari jika suatu data yang di cari merupakan data yang masih bersifat rahasia.

#### 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan sumber-sumber data sekunder yang berhubungan dengan masalah penelitian yang ada .<sup>62</sup> Dokumentasi ini berisikan data-data historis yang dimiliki oleh PT Perkebunan Nusantara V, berupa foto-foto, website, instagram @ptpnusalima .

#### 3. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian, dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan informan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi apabila ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam.<sup>63</sup> Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak humas PT Perkebunan Nusantara V.

#### F. Validitas Data

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi data digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan dan konsisten data, serta bermanfaat juga sebagai alat bantu yang

<sup>62</sup> Hamid Dharmadi, *Dimensi – dimensi Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial* (Bandung:Alfabeta2013)

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan untuk memantapkan konsistensi metode silang, seperti pengamatan silang, seperti pengamatan wawancara atau penggunaan metode yang sama seperti wawancara informan.

Triangulasi ada beberapa macam, yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi ini membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode ini merupakan usaha pengecekan keabsahan data dan temuan riset, maka triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data.

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara.

4. Triangulasi Teoritik

Triangulasi teoritik memanfaatkan dua atau lebih teori sebagai perbandingan untuk keperluan perancangan riset, pengumpulan data dan analisis data secara lebih lengkap agar hasilnya lebih komprehensif.

Dalam penelitian yang peneliti lakukan, peneliti menggunakan Triangulasi Sumber yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda sebagai validitas data

#### G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data yang dipergunakan adalah berbentuk deskriptif kualitatif, yaitu data yang dianalisis berupa kata-kata atau kalimat baik yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam ataupun hasil observasi. Kemudian analisa deskriptif kualitatif hanyalah berupa

memaparkan situasi atau peristiwa penelitian ini mencari atau menjelaskan hubungan, serta menguji hipotesis atau membuat prediksi<sup>64</sup>



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012)





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *Corporate culture* dikalangan karyawan, dapat disimpulkan bahwasanya Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V yang telah dijalankan dalam menerapkan *Corporate culture* dikalangan karyawan bukanlah strategi yang asal-aasalan.

Berdasarkan uraian serta analisa yang telah penulis paparkan di pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan *Corporate culture* di kalangan karyawan dalam menentukan sasaran dan tujuan program. dimana sasarannya yaitu seluruh karyawan di lingkungan PT Perkebunan Nusantara V baik yang ada dikantor pusat maupun kebun serta pabrik, Implementasi SIPro sebagai *Corporate culture* di PT Perkebunan Nusantara V tidak memandang bulu, dimulai dari pejabat puncak hingga ke karyawan pelaksana.
2. Mengidentifikasi Khalayak. Identifikasi khalayak penentu yaitu jatuh kepada Tim Sumber Daya Manusia sebagai bagian yang memonitor jalannya Program-Program SIPro. Dan Tim SDM juga sebagai pengukur dari kinerja karyawan terhadap penerapan SIPro yang sedang pada tahap pengukuran. Program SIPro yang diterapkan kepada karyawan yaitu *Morning moveon*, *Star of the month* dan *Spirit of Change*.
3. Aturan dan kebijakan dalam menentukan strategi. Aturan serta kebijakan berpedoman pada Perjanjian Kerja Bersama (PKB) dimana didalam PKB terdapat pasal-pasal serta aturan sanksi yang diberikan kepada karyawan apabila melakukan kesalahan dan tidak berorientasi pada nilai-nilai SIPro.
4. Menentukan Strategi yang dipilih. Strategi yang dipilih dan dilakukan oleh Humas yaitu *Off line Campaign* dan *on line Campaign*. Dimana *Off line campaign* merupakan strategi yang dilaksanakan melalui media

komunikasi yaitu banner, spanduk, brosur dan *leader talk values*. Dan yang kedua yaitu *On line campaign* merupakan strategi yang menggunakan media digital seperti komputer, wallpaper, serta media sosial seperti *Instagram, Youtube* dan *whatsapp*.

## B. Saran

Sebagai langkah terakhir dari proses penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji. Hal ini sesuai dengan kemampuan peneliti saat ini, maka ada beberapa point yang ingin peneliti sampaikan diantaranya sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Humas PT Perkebunan Nusantara agar lebih memperhatikan evaluasi terhadap kebijakan yang telah dilakukan. Sebab evaluasi inilah yang akan menjadi kunci keberhasilan strategi yang telah diterapkan oleh Humas PT Perkebunan Nusantara V. Apabila strategi yang diterapkan gagal, diperlukan strategi lain yang lebih akurat dan efektif yang dilakukan oleh Humas mengingat SIPro sebagai *corporate culture* yang baru diterapkan kepada seluruh karyawan yang ada di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan wawancara lebih mendalam, mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait strategi humas dalam menerapkan SIPro dikalangan karyawan PT Perkebunan Nusantara V agar hasil penelitian lebih baik. Serta menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk melihat sejauh mana proses pengukuran penerapan SIPro kepada karyawan mengingat SIPro merupakan tatanan nilai budaya perusahaan yang baru diberlakukan kepada seluruh karyawan PT Perkebunan Nusantara V.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim I
- Ardianto, Elvinaro *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*, (Simbiosis Rekatama Media: Bandung, 2010)
- Ardianto, Elvinaro *Public Relations*. Widya Padjajaran, 2009
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2013
- Cutlip, Scott M, Allen H Center dan Glen M. Broom, *Effective Public Relations* edisi kesembilan Jakarta: Prenada Media Group, 2006
- Dharmadi, Hamid Dimensi-dimensi *Metode Penelitian pendidikan dan sosial*. Bandung: Alfabeta, 2013
- David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, 2003
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003
- Fred R david, *Manajemen Strategi dan Konsep*, Jakarta: Perhelalindo, 2002
- Krisyantono, Rachmat, *Riset Komunikasi*, Kencana, 2006
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005
- Morisan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, Jakarta: Kencana 2008
- Rahmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005
- Ruslan, Rosady. *Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT RajaGrafindo, 1997
- *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, edisi revisi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014
- Silalahi, Ulber *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama: Bandung, 2012
- Sholeh, Elvinaro, *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012
- *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta, 2017

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Referensi Tambahan :**

Buku Budaya Perusahaan Perkebunan Nusantara Group , 2019

Dokumentasi PTPN V, 2017

Dokumentasi PTPN V, 2019

Dokumentasi SDM PTPN V, 2019

Dokumentasi Humas PTPN V, 2019

<https://www.ptpn5.com/statis-2-visidanmisi.html>

<https://images.app.goo.gl/VV5kQCd4j1Gff5Yb7>

<https://www.instagram.com/p/B23YJQEnKqX/?igshid=2xcgbga2lukd>

<https://www.instagram.com/p/B23YJQEnKqX/?igshid=2xcgbga2lukd>

<http://www.instagram.com/p/B23YZQEnKqX/igshid=2Xcgbga2lukd>

<https://www.instagram.com/p/B23YJQEnKqX/?igshid=2xcgbga2lukd>

Clara Adika Kartika Sari. *Proses penerapan budaya perusahaan di PT.ADD Yogyakarta*. Universitas Gadjah Mada. 2014

Desi Wulansari. *Corporate Culture PT. Jasa Raharja (Persero) cabang Riau Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi perusahaan*. 2015

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 1.

KISI – KISI INSTRUMEN PENELITIAN

No	Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Uraian	Alat pengumpulan data
1.	Strategi Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan <i>Corporate culture</i> di Kalangan Karyawan	Strategi Humas	Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program	Budaya perusahaan  Keputusan Sasaran Tujuan	1. Apa <i>corporate culture</i> di PT Perkebunan Nusantara V ? 2. Bagaimana cara penerapan <i>Corporate culture</i> dikalangan karyawan? 3. Siapa yang menjadi sasaran dari penerapan <i>Corporate culture</i> ? 4. Tujuan penerapan SIPro dikalangan Karyawan?	-Wawancara - Observasi -Dokumentasi
		Strategi Humas	Melakukan Identifikasi Khalayak Penentu	Khalayak Penentu  <i>Progress</i>  Kinerja	1. Siapa yang menjadi khalayak penentu dalam penerapan <i>Corporate culture</i> di PT Perkebunan Nusantara V? 2. Bagaimana sejauh ini <i>Progress</i> penerapan SIPro kepada Karyawan ? 3. Dalam proses penerapan SIPro, apakah ada peningkatan Kinerja Karyawan ?	-Wawancara -Observasi - Dokumentasi
		Strategi Humas	Menetapkan kebijakan serta aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih	Langkah Kebijakan  Aturan	1. Langkah seperti apa yang dilakukan oleh Humas dalam menerapkan SIPro sebagai budaya perusahaan yang baru diberlakukan di	-Wawancara -Observasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Uraian	Alat pengumpulan data
					perusahaan? 2. Kebijakan seperti apa yang dilakukan dalam penerapan SIPro di kalangan Karyawan? 3. Aturan – aturan apa saja yang diterapkan kepada karyawan dalam penerapan SIPro?	-Dokumentasi
		Strategi Humas	Memutuskan strategi yang digunakan	Strategi Metode Program	1. Strategi apa saja yang dilakukan Humas dalam menerapkan SIPro? 2. Metode dan cara yang digunakan Humas dalam penerapan SIPro? 3. Program yang di laksanakan kepada karyawan dalam penerapan SIPro?	-Wawancara -Observasi -Dokumentasi



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Lampiran 2**

**PEDOMAN WAWANCARA**

Narasumber :  
 Jabatan :  
 Hari / Tanggal :  
 Tempat :

<b>Pertanyaan</b>
<b>Membuat Keputusan mengenai sasaran dan tujuan program</b>
Dalam menerapkan <i>Corporate culture</i> di kalangan karyawan, bagaimana PT Perkebunan Nusantara V dalam menerapkan <i>Corporate culture</i> di kalangan Karyawan?
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalam menerapkan <i>Corporate culture</i> di kalangan karyawan, bagaimana cara Humas PT Perkebunan Nusantara V membuat keputusan dalam menerapkan <i>Corporate culture</i>?</li> <li>2. Siapa yang menjadi sasaran dari penerapan <i>Corporate culture</i> PT Perkebunan Nusantara V?</li> <li>3. Apa saja yang menjadi Tujuan dari penerapan Program <i>Corporate culture</i> di PT Perkebunan Nusantara V?</li> </ol>
<b>Melakukan Identifikasi Khalayak Penentu</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Siapa yang menjadi khalayak penentu dari penerapan SIPro sebagai <i>Corporate culture</i> di PT Perkebunan Nusantara V?</li> <li>5. Bagaimana sejauh ini <i>Progress</i> penerapan SIPro kepada Karyawan ?</li> <li>6. Dalam proses penerapan SIPro, apakah ada peningkatan Kinerja Karyawan ?</li> </ol>
<b>Menetapkan Kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Langkah seperti apa yang dilakukan oleh Humas dalam menerapkan SIPro sebagai budaya perusahaan yang baru diberlakukan di perusahaan?</li> <li>8. Kebijakan seperti apa yang dilakukan dalam penerapan SIPro di kalangan Karyawan?</li> <li>9. Aturan – aturan apa saja yang diterapkan kepada karyawan dalam penerapan SIPro?</li> </ol>
<b>Memutuskan strategi yang digunakan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Strategi apa saja yang dilakukan Humas dalam menerapkan SIPro?</li> <li>11. Metode dan cara yang digunakan Humas dalam penerapan SIPro?</li> <li>12. Program yang di laksanakan kepada karyawan dalam penerapan SIPro?</li> <li>13. Bagaimana selaku karyawan menerapkan SIPro dilingkungan kerja?</li> <li>14. Penilaian SIPro sejauh ini dalam menjalankan pekerjaan oleh karyawan?</li> </ol>



© Lampiran Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim I

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DOKUMENTASI WAWANCARA**



**Wawancara dengan Bapak Risky Atriansyah, SH selaku Staff Sub Bag Humas PT Perkebunan Nusantara V pada tanggal 23 Desember 2019**

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Bapak Sampe Sitorus,SH,MH selaku Kasub Bag Humas  
PT Perkebunan Nusantara V pada tanggal 10 januari 2020**

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Ibu Tina Anrilina M.Psi selaku Staff sub bag kompetensi SDM PT Perkebunan Nusantara V**



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim I

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Bapak Sukir Siswanto S.IP selaku Krani publikasi dan dokumentasi Humas PT Perkebunan Nusantara V**

UIN SUSKA RIAU



**Wawancara dengan Bapak Ikhsan SW selaku krani hubungan antar instansi humas PT Perkebunan Nusantara V**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim I

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.