

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, sudah mulai banyak perusahaan yang mulai memperhatikan pentingnya *Public Relations*. Keberadaan *Public Relations* menjadi sangat penting dimana setiap perusahaan atau organisasi pasti menginginkan citra yang baik di tengah masyarakat karena adanya persaingan antar perusahaan dalam menarik perhatian publik (Iriantara, 2004). Menurut (Frank, 1992) *Public Relations* merupakan suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga dapat memperbesar kepercayaan publik terhadap seorang atau organisasi. Menurut Thomas (1993) *Public Relations* merupakan suatu kegiatan yang telah di agendakan secara berulang kali dengan sengaja untuk membangun dan menjaga pengertian timbal balik antar organisasi dan publiknya. Pendapat tersebut mengungkapkan bahwa hubungan masyarakat bertujuan untuk membangun komunikasi antara organisasi dengan pihak luar organisasi.

Komunikasi sangat penting dalam kegiatan *Public Relations*. Menurut Jefkins (2003) *Public Relations* merupakan cabang ilmu komunikasi yang dilakukan secara terstruktur kepada pihak dalam maupun pihak luar perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan (Jefkins F. , 2003). Di dalam kehidupan sehari – hari tanpa disadari setiap orang sering melakukan fungsi *public relations*. Misalnya saja ketika seseorang sedang berupaya dalam memberikan kesan yang positif tentang dirinya

kepada orang lain, disitu seseorang sedang melakukan fungsi *public relations* untuk dirinya sendiri. Praktisi *public relations* adalah pihak yang turut serta dalam bersaing mencuri perhatian khalayak atau masyarakat. *Public relations* memiliki tugas untuk mendapatkan perhatian dari khalayak, menarik ketertarikan dan minat terhadap pesan itu sendiri, membangun kepercayaan agar khalayak mau bertindak sesuai dengan isi pesan, dan terakhir membuat khalayak agar mau bertindak dengan apa isi pesan dan informasi yang disampaikan.

Dalam menunjang keberhasilan hubungan masyarakat, di dalamnya ada peran *stakeholder relations* yang menjaga hubungan baik antar pemangku kepentingan perusahaan. Menurut *stakeholder* Freeman (1995) merupakan sebutan bagi individu ataupun kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Menurut (Suryanto, 2015) di dalam suatu perusahaan, *stakeholder* atau yang sering kita kenal pemangku kepentingan merupakan setiap orang yang memiliki kepentingan secara langsung ataupun tidak langsung dengan perusahaan seperti karyawan, security, pemerintahan, kepolisian, tentara, hingga masyarakat. *Stakeholder* didalam perusahaan berpengaruh sangat penting untuk menjaga kualitas dan kuantitas perusahaan, karena jika perusahaan tidak menjaga hubungan baik seperti dengan karyawan ataupun pegawainya maka karyawan itu bisa saja bekerja setengah hati untuk perusahaan, tentunya hal ini merupakan kerugian bagi perusahaan.

Selain memperhatikan kualitas dan kuantitas dari produk perusahaan, di masa sekarang ini setiap perusahaan harus mulai terbuka untuk memperhatikan setiap orang

yang berpengaruh pada perusahaan itu sendiri. Karena tanpa adanya dukungan dari aspek pemangku kepentingan ini, perusahaan akan mengalami kesulitan tidak pada sumber produknya melainkan pada tenaga kerja yang melakukan ataupun mengembangkan perusahaan itu menjadi lebih baik. Oleh karena itu di masa sekarang ini, hadirilah *public relations* yang menjalankan fungsi dari stakeholder ini.

Di dalam menjalankan kegiatan *public relations* nya, setiap perusahaan pasti pernah menyelenggarakan kegiatan sosial untuk dapat lebih dekat dengan stakeholdernya yaitu publik. Akan tetapi perusahaan juga harus dapat berkontribusi didalam kegiatan yang dilakukan oleh pemangku kepentingan mereka, seperti memberikan dana bantuan. Dengan terlibatnya perusahaan didalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pemangku kepentingannya, maka pemangku kepentingan akan mendapatkan dukungan, sedangkan pihak perusahaan bisa mendapatkan ruang didalam melakukan pengenalan perusahaan ataupun mempromosikan produk perusahaan didalam acara yang berlangsung.

Pada saat ingin memberikan bantuan, pihak yang ingin dibantu sebelumnya memberikan proposal kegiatan yang akan dilaksanakan kepada pihak perusahaan dan didalam proposal itu sudah tercantum dana yang diperlukan oleh pihak pemangku kepentingan yang menerima dana. Dalam memberikan bantuan perusahaan tidak akan secara cuma – cuma memberikan bantuan. Ada beberapa tahap yang akan dilakukan untuk menyeleksi pemberian bantuan dana. Salah satunya adalah dengan melakukan pemetaan terhadap acaranya seperti seberapa pentingnya acara itu diselenggarakan,

siapa saja yang akan hadir didalam kegiatan tersebut, dan seberapa berpengaruhnya kegiatan tersebut terhadap citra dan promosi terhadap perusahaan.

Salah satu faktor yang akan membantu pemangku kepentingan menerima bantuan dana adalah seberapa besar pengaruh pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Jika pengaruh yang didapatkan perusahaan dari kegiatan yang diselenggarakan pemangku kepentingan besar maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang semakin besar juga. Keuntungan yang dimaksud disini tidak hanyalah berupa material akan tetapi bisa juga berupa non material. Misalnya aktivitas sponsor perusahaan dapat meningkatkan kesadaran akan merek yang dimiliki perusahaan.

Didalam PT Riau Andalan Pulp and Paper kegiatan *public relations* yang dilakukan khususnya di divisi stakeholder ini dilakukan dengan membina hubungan baik antar seluruh yang terkait dengan perusahaan. Bukan hanya dengan masyarakat sekitarnya, PT RAPP juga membina hubungan baik dengan pemerintah, pihak kepolisian dan tentara, hingga karyawannya. Selain itu, stakeholder Relations juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga citra perusahaan, melakukan negoisasi, hingga melaksanakan bantuan berupa uang, barang, hingga meminjamkan alat perusahaan kepada masyarakat dan pemerintahan.

1.2. Tujuan Magang

Berdasarkan latar belakang diatas pemagang melakukan magang bertujuan untuk mengetahui dan mempelajari aktivitas dan peran Stakeholder Relations di PT Riau Andalan Pulp and Paper

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan

Pemegang melakukan kegiatan magang di PT RAPP dan ditempatkan dibagian support *Stakeholder Relations* di divisi Kabupaten Pelalawan. Manager dari divisi ini adalah Maburur dan officer Yoko yang sekaligus menjadi mentor selama kegiatan magang berlangsung.

Batasan pemegang yaitu ikut serta dalam kegiatan pertemuan dengan beberapa stakeholder perusahaan dan membantu proses pelaksanaan *event* (acara) yang dilaksanakan divisi Stakeholder Relations. Adapun tanggung jawab dari pemegang yaitu mendata lembar penilaian proposal donasi .

1.4. Lokasi dan waktu Pemegang

Pemegang melakukan kegiatan magang di PT. Riau Andalan Pulp and Paper beralamat di Jalan Lintas Timur, Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan – Riau 28300, Indonesia. Pemegang melakukan kegiatan magang 08.00 – 17.00 kurang lebih 4 bulan atau setara dengan 640 jam, yaitu mulai bulan Februari 2022 hingga bulan Mei 2022.