

Implementasi Peran Public Relation Dalam Membangun Reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi

Erfina ¹⁾, Sapta Sari ²⁾, Vethy Octaviani ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: erfina.aak@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [08 Juni 2023]

Revised [30 Juni 2023]

Accepted [05 Juli 2023]

KEYWORDS

Implementation, Public Relations, Reputation

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Pentingnya reputasi perusahaan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif telah mendorong peran strategis Public Relations (PR) dalam membangun reputasi yang kuat bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi peran public relation dalam membangun reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori peran public relations (Cutlip 2002 : 46) yang terdiri dari empat peran yaitu : Teknisi komunikasi, expert prescriber, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat peran public relations yang mendukung implementasi peran public relations dalam membangun reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi yaitu pertama peran public relations sebagai teknisi komunikasi adalah membangun komunikasi yang baik antara publik, internal, eksternal dan mitra perusahaan, hal ini penting untuk mencegah dampak buruk pada reputasi perusahaan jika terjadi permasalahan. Kedua, peran public relations sebagai expert prescriber adalah berhubungan dengan departemen public relations yang terstruktur untuk komunikasi dengan masyarakat jika ada masalah. Ketiga, peran public relations sebagai fasilitator komunikasi adalah sebagai perantara yang menjaga arus komunikasi dua arah antara perusahaan dan publiknya, termasuk internal dan eksternal. Dan Keempat, fasilitator pemecah masalah dalam public relations harus paham kebijakan, produk, dan prosedur perusahaan. Strategi komunikasi yang tepat diperlukan agar masalah memiliki solusi tanpa menyakiti perasaan siapapun.

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of the role of public relations in building the reputation of PT Cakrawala Dinamika Energi. This study uses the role theory of public relations (Cutlip 2002: 46) which consists of four roles, namely: communication technician, expert prescriber, communication facilitator, and problem solving facilitator and the type of research used is qualitative research. The results of the study show that there are four public relations roles that support the implementation of the public relations role in building the reputation of PT Cakrawala Dinamika Energi, namely the first role of public relations as a communications technician is to build good communication between the public, internal, external and company partners, this is important to prevent adverse impact on the company's reputation in the event of a problem. Second, the role of public relations as an expert prescriber is to liaise with a structured public relations department to communicate with the public if there are problems. Third, the role of public relations as a communication facilitator is as an intermediary who maintains a two-way flow of communication between the company and its public, including internal and external. And Fourth, problem solving facilitators in public relations must understand company policies, products, and procedures. The right communication strategy is needed so that the problem has a solution without hurting anyone's feelings.

PENDAHULUAN

Reputasi perusahaan merupakan suatu hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan. Membangun reputasi tidak bisa dilakukan sekejap mata maksudnya harus melalui proses waktu yang lama. Reputasi merupakan akumulasi dari tindakan yang berkelanjutan. Namun tentu saja, setiap perusahaan memiliki karakter atau ciri khas sendiri, sehingga strategi manajemen perusahaan yang satu dengan yang lainnya tidak dapat disamakan. Budaya, visi, dan misi perusahaan secara umum merupakan pertimbangan utama untuk menjalankan sebuah strategi yang efektif (Meliana, 2019 : 9).

Reputasi perusahaan merupakan asset strategis, karena reputasi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang bersangkutan. Hanya saja ada beberapa kecenderungan di lapangan bahwa perusahaan melihat reputasi perusahaan lebih berdasarkan persepsi internal, sehingga perusahaan terjebak dalam perspektif yang tidak benar validasinya. Untuk dapat mengukur dan membangun reputasi perusahaan jika dibandingkan dengan pesaing diperlukan roadmap yang jelas bagi perjalanan proses pengelolaan reputasi itu sendiri (A.B Susanto, 2009 : 27).

Reputasi adalah hasil dari bagaimana seluruh mitra melihat organisasi. Reputasi dibangun dari citra yang dipandang dari masing-masing mitra dan juga bagaimana identitas perusahaan bekerja untuk memberikan penilaian terhadap organisasi. Dari definisi tersebut jelas bahwa membangun reputasi positif

harus melalui upaya strategis yang berkesinambungan karena reputasi dibangun dalam jangka panjang dari proses membangun citra dan identitas yang bersinergi juga berkelanjutan (Argenti Paul. A, 2010 : 62).

Setiap perusahaan memiliki departemen atau unit khusus yang bisa mengelola kegiatan komunikasi dengan mitra agar strategi manajemen menuju reputasi positif tersebut dapat dikelola secara profesional. Namun tidak semua perusahaan menyadari pentingnya kehadiran perencanaan strategi komunikasi dengan mitra. Public Relation mulai dikenal sebagai jalan keluar dari permasalahan pengelolaan komunikasi dengan mitra tersebut. Public Relations mempunyai peranan penting dalam upaya mengefektifkan organisasi dengan membangun hubungan jangka panjang dengan lembaga-lembaga strategis (Kasali Rhenald, 1999 : 32). Apalagi dalam kancah persaingan bisnis yang semakin ketat, pengelolaan terhadap mitra baik internal maupun eksternal sudah menjadi kebutuhan dasar sebuah perusahaan atau organisasi.

PT Cakrawala Dinamika Energi (CDE) adalah perusahaan industri tambang batubara yang berlokasi di Kabupaten Bengkulu Utara Provinsi Bengkulu. PT CDE memiliki 2000 hektar pada lokasi penambangan. PT CDE memulai operasi penambangan sejak 2018. PT CDE memproduksi terutama batubara termal kalori menengah sebesar 4600 GAR (ARB) dan 4800 GAR (ARB). Kandungan sulfur yang rendah kurang dari 0,25% dan Ash Fusion Temperature (AFT) diatas 3000 derajat adalah beberapa keunikan batubara yang dimiliki PT CDE. PT CDE mengeksport batu bara termal ke pasar domestic dan internasional di seluruh Asia terutama ke negara-negara seperti India, Pakistan, Thailand dan Malaysia.

Saat ini PT CDE memiliki divisi Public Relations yang salah satu tugasnya adalah membangun reputasi perusahaan. Seperti tampak pada umumnya perusahaan yang berdiri di daerah industri PT CDE yang berdiri sejak tahun 2018 berkembang dan terus berproduksi dan sudah menjadi perusahaan yang menetap dikawasan Kabupaten Bengkulu Utara Provinsi Bengkulu. Pertumbuhan yang pesat mengisyaratkan bahwa pengelolaan perusahaan cukup terkendali dengan profit yang baik dan juga strategi manajemen yang kuat. Tentu tidaklah mudah untuk mencapai hal tersebut mengingat dengan pertumbuhan yang semakin pesat, permasalahan organisasi semakin rumit dan mitra semakin meluas.

Perlu program komunikasi internal yang sinergi antara satu perusahaan dengan perusahaan lain dalam satu perusahaan, dalam satu divisi di satu perusahaan dan juga komunikasi antar karyawan. Tidak lupa juga bahwa hubungan dengan mitra eksternal yang semakin meluas dan semakin rumit membutuhkan strategi komunikasi yang terencana. Dalam hal ini mitra yang mendukung di PT CDE ada beberapa mitra internal dan eksternal.

Mitra internal PT CDE terdiri dari PT Cenero Energi Selaras dan PT Mitra Padjajaran Prima sedangkan mitra eksternal dari PT CDE adalah CV Putu Prayoga, Kapolsek, LSM dan Kepala Desa. PT CDE sangat mempertahankan kualitas reputasi perusahaannya karena ingin tetap menjaga apa yang telah diusahakan oleh perusahaan dan juga untuk efek perusahaan dalam jangka panjang. Dalam hal ini PT CDE mempunyai reputasi yang telah dilaksanakan diantaranya adalah program CSR (Corporate Social Responsibility) yang salah satunya memberi bantuan paket sembako pada masyarakat yang mengalami banjir di Kota Bengkulu dan PT CDE juga mendapatkan penghargaan Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup periode 2021-2022 (sumber : Instagram PT Cakrawala Dinamika Energi diakses pada 16 Maret 2023).

Agar reputasi yang telah disebutkan diatas tetap stabil maka PT CDE berusaha mengupayakan bersama-sama untuk menjaga citra perusahaan dan mampu mempertahankan reputasi perusahaan. Oleh karena itu semua karyawan perusahaan harus berusaha menjalankan pekerjaannya terkait kegiatan public relation dengan sebaik mungkin.

Melalui observasi awal peneliti pada 15 Januari 2023, bahwasannya ada beberapa kasus yang pernah terjadi di PT CDE yang berhubungan dengan reputasi perusahaan yaitu pada tahun 2018 telah terjadi demonstrasi warga yang menuntut PT CDE untuk bertanggung jawabkan perbaikan jalan dikarenakan jalan yang menjadi lalu lintas warga itu menjadi rusak dan berdebu akibat lalu lalang mobil truk batubara yang melintas di jalan tersebut. Dan kasus kedua warga juga melakukan demo karena terganggunya juga waktu istirahat para warga di malam hari dikarenakan truk batubara melakukan aktivitas pekerjaan dalam kurun waktu 24 jam perharinya.

Dan akhirnya solusi dari Public Relations PT CDE atas beberapa kasus diatas divisi Public Relations langsung menangani masalahnya dengan cara bermusyawarah dengan kepala desa Air Sebayur Bengkulu Utara dan mendapatkan hasil musyawarah yaitu bahwa PT CDE bersedia memberikan uang kompensasi debu, uang kompensasi desa, diberikan juga pengadaan mobil ambulans untuk warga, jalan yang diperbaiki dan dikoral, diberikan pengadaan mobil untuk maintenance jalan, serta dibuat portal jalan untuk lalu lintas pertambangan yang dibuka pada pukul 7 pagi hingga pukul 5 sore. Dan semua itu diikuti PT CDE atas keluhan yang masyarakat terima sehingga PT CDE memutuskan untuk mempertanggungjawabkan semuanya melalui Kepala Desa Air Sebayur dan bermusyawarah dengan hasil kesepakatan bersama.

Di PT CDE divisi Public Relations dibentuk bertujuan untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi atau perusahaan kepada public yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada public yang bersangkutan dan memperbaikinya jika reputasi itu tidak dijaga atau dibangun maka kemungkinan besar akan terjadi perpecahan antara PT CDE dengan masyarakat akibat keterlibatan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

LANDASAN TEORI

Pengertian Implementasi

Implementasi atau penerapan dari suatu kebijakan merupakan satu kegiatan penting dari keseluruhan dalam proses suatu kebijakan. Kebijakan yang telah ditetapkan oleh pembuat kebijakan kemudian diimplementasikan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. James P. Lester dan Joseph Steward berpendapat bahwa implementasi kebijakan dalam pengertian luas, merupakan alat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi prosedur dan Teknik yang bekerja sama untuk menjalankan kebijakan agar meraih dampak dan tujuan yang diinginkan (Winarno, 2002 : 102).

Selanjutnya Patton dan Sawicki (Tangkilisan, 2003 : 102) menjelaskan lebih lanjut tentang konsep implementasi yakni : “menjelaskan berkaitan dengan berbagai kegiatan yang diarahkan untuk merealisasikan program, yang dimana pada posisi ini eksekutif mengatur bagaimana cara untuk mengorganisir, menginterpresentasikan serta menerapkan kebijakan yang telah diseleksi. Sehingga dapat mengorganisir, seseorang yang eksekutif mampu mengatur secara efektif dan efisien sumber daya dan teknik yang dapat mendukung pelaksanaan program serta melakukan interpretasi terhadap perencanaan yang telah dibuat dan petunjuk yang dapat diikuti dengan mudah bagi realisasi program yang dilaksanakannya” (Tangkilisan, 2003 : 9).

Menurut (Tangkilisan, 2003 : 9) dapat diketahui bahwa tahapan implementasi merupakan suatu peristiwa yang berhubungan dengan aturan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Implementasi kebijakan menerapkan program melalui aktivitas-aktivitas yang menjadi program dari pemerintah. Dalam tahapan implementasi atau penerapan suatu kebijakan yang telah ditetapkan perlu memperhatikan unsur-unsur yang terdapat dalam proses kebijakan publik agar kebijakan tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Pengertian Public Relations

Ada banyak definisi Public Relations telah ditulis guna mengungkap esensi dari public relations dengan menyebutkan aktivitas-aktivitas utama yang muncul dalam praktik Public Relations. Public Relations adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins Frank, 2015 : 10).

Sedangkan Rex f Harlow Mendefinisikan Public Relations dengan mencakup elemen konseptual dan operasional, menurutnya Public Relations yaitu fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerjasama antara organisasi dan publiknya. Public Relations melibatkan manajemen problem atau manajemen isu. Public Relations membantu agar manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik. Public Relations mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. Public Relations membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif dan Public Relations dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan diri untuk mengantisipasi arah perubahan (trends), Public Relations menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya (Cutlip, 2002 : 5).

Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2002 : 6). Dengan definisi ini berarti bahwa manajemen di semua organisasi harus memperhatikan Public Relations. Definisi Public Relations juga mengidentifikasi adanya pembentukan dan pemeliharaan hubungan yang baik saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya.

Reputasi

Reputasi merupakan suatu kondisi yang membuat perusahaan mampu memasang harga tinggi pada produknya dan membuat pesaing sulit untuk menyaingi perusahaan tersebut. Reputasi dapat mempengaruhi benak pelanggan tentang nilai suatu barang daripada reputasi yang buruk. Reputasi merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal yang baru lagi bagi

pemenuhan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat membangun berbagai macam reputasi, seperti reputasi kualitas, reputasi pemasaran, reputasi inovasi produk, dan lain sebagainya. Suatu reputasi perusahaan akan menurun manakala gagal dalam memenuhi apa yang diisyaratkan pasar (Soviadi, 2006 : 29).

Perusahaan harus membangun reputasi melalui ke khususan (spesifikasi atas kualitas produk yang konsisten dan dibutuhkan konsumen. Jika kualitas produk konsisten dan dibutuhkan konsumen. Jika kualitas produk konsisten dan selalu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, produk akan sukses pasar (Soviadi, 2006 : 30). Dikutip dari sebuah buku karya Rosady Ruslan yang menjelaskan bahwa reputasi dan citra memiliki makna dan arti yang hampir sama. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau Public Relations. Pengertian citra itu sendiri abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur secara sistematis tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya (Ruslan, 2008 : 75).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007 : 6). Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip Moleong mengemukakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007 : 4). Adapun metode penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus berupaya mendapatkan pengetahuan atau pemahaman yang komprehensif dalam mendalami suatu situasi peristiwa maupun fenomena tertentu dan menghasilkan deskripsi dari pandangan subjek yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Public Relations (PR) di PT CDE memiliki peran penting dalam tim perencanaan strategis perusahaan. Tugas mereka adalah membantu manajemen perusahaan dalam memecahkan masalah komunikasi yang ada. Salah satu contoh peran PR di PT CDE adalah sebagai fasilitator pemecah masalah dalam menangani permasalahan limbah yang dipantau oleh pihak SDM.

Permasalahan limbah PT CDE ini memiliki dampak buruk terhadap sungai yang secara langsung mempengaruhi kesehatan masyarakat Desa Air Sebayur. Jika permasalahan ini tidak segera diselesaikan, PT CDE dapat menerima sanksi dari pihak SDM. Sanksi tersebut dapat berdampak negatif terhadap reputasi PT CDE bahkan hingga pencabutan izin penambangan oleh pihak SDM.

Dalam mengatasi permasalahan ini, PR PT CDE bekerja sama dengan departemen HSE (healthy, safety, enviro) dan KTT untuk menemukan solusi yang tepat. Salah satu solusi yang dihasilkan adalah pembentukan kolam penampungan limbah (KPL). KPL berfungsi sebagai tempat untuk mengumpulkan limbah, kemudian limbah tersebut akan diberikan tawas untuk menjernihkan air sebelum akhirnya air yang telah jernih dialirkan kembali ke sungai. Kolam penampungan limbah ini dilapisi dengan geomembrane HDPE agar tanah penampungannya tidak tercemar.

Dengan kolaborasi antara Tim PR, departemen HSE, dan KTT, masalah ini dapat diselesaikan dengan baik. PR PT CDE berperan penting dalam mengelola komunikasi dan memastikan solusi yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan serta menjaga reputasi yang baik di mata pihak SDM dan masyarakat umum. Beberapa kendala yang timbul dari permasalahan diatas :

1. Kompleksitas permasalahan limbah : pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa permasalahan limbah PT CDE memiliki dampak buruk terhadap sungai dan kesehatan masyarakat. Mengatasi permasalahan limbah yang serius seperti ini bisa menjadi tugas yang kompleks dan membutuhkan upaya yang signifikan. Kendala yang mungkin timbul adalah menentukan penyebab akar permasalahan limbah, mengidentifikasi solusi efektif dan mengimplementasikan langkah-langkah yang tepat untuk mengatasinya.
2. Koordinasi antar departemen : pernyataan tersebut menyebutkan bahwa PR PT CDE bekerja sama dengan departemen HSE dan KTT untuk menemukan solusi. Koordinasi antara departemen-departemen ini mungkin tidak selalu lancar karena perbedaan prioritas, perspektif, atau kepentingan masing-masing departemen. Dibutuhkan upaya tambahan untuk memastikan kolaborasi yang efektif antar departemen dan mengintegrasikan upaya mereka dalam menangani permasalahan limbah.

3. Penilaian risiko dan kepatuhan : pernyataan tersebut menyebutkan bahwa PT CDE dapat menerima sanksi dari pihak SDM jika permasalahan limbah tidak segera diselesaikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan penilaian risiko yang komprehensif dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Hal ini melibatkan pemantauan dan pelaporan yang akurat, serta upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat.
4. Teknis dan keuangan : solusi yang dihasilkan, yaitu pembentukan kolam penampungan limbah, melibatkan aspek teknis dan keuangan. Pemasangan geomembrane HDPE dan pengelolaan limbah secara efektif memerlukan pengetahuan dan sumber daya yang memadai. Mungkin ada kendala dalam hal pengetahuan teknis yang diperlukan, biaya implementasi solusi dan pemeliharaan jangka panjang dari kolam penampungan limbah.
5. Reputasi dan komunikasi : PR PT CDE memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi dan menjaga reputasi perusahaan. Kendala yang mungkin timbul adalah bagaimana permasalahan limbah kepada pihak SDM, Masyarakat, dan pihak-pihak terkait lainnya. Dibutuhkan upaya komunikasi yang efektif untuk menjelaskan solusi yang diambil, mengatasi kekhawatiran masyarakat, dan membangun kepercayaan terhadap tindakan yang diambil oleh perusahaan.



Gambar 1 Dokumentasi Kolam Penampungan Limbah PT CDE pantauan SDM dan PT CDE
(Sumber : Dokumentasi Erfina)

Dan penelitian ini diperkuat oleh pernyataan informan penelitian melalui wawancara pada tanggal 14 April 2023. Pernyataan ini disampaikan oleh Public Relation Manager PT Cakrawala Dinamika Energi Bapak Bondan Anggoro Tomo mengatakan bahwa :

“..... yang pasti kita koordinasi, dan dari awal kita berkomitmen untuk berkoordinasi dengan adanya koordinasi permasalahan apapun mudah-mudahan bisa kita atasi. Solusi jika terjadi permasalahan semua instansi harus kita rangkul agar terjadi hubungan yang baik.....”
(sumber : wawancara, 14 April 2023)

Untuk memperkuat pernyataan dari informan sebelumnya, Asisten Manager Public Relation PT Cakrawala Dinamika Energi Bapak Martin Satrya mengatakan bahwa :

“.....Yaitu dengan mendengarkan dan memahami apa yang menjadi pokok permasalahan diantara pihak perusahaan dengan pihak Mitra, Pemerintah, dan Masyarakatnya. Dengan mengadakan pertemuan atau rapat dengan pihak pihak Mitra, Pemerintah, dan Masyarakatnya dan menyampaikan hal tersebut ke manajemen perusahaan dalam mencari solusi yang terbaik dalam memecahkan masalah tersebut. Sehingga public relation harus cepat tanggap dalam menyampaikan informasi akurat ke kedua belah pihak. Solusinya yaitu public relation harus cepat tanggap dalam menangani masalah atau problem yang terjadi dan tidak menunda komunikasi dengan pihak manajemen perusahaan agar tidak beredar di public dan mencari solusi dengan pihak manajemen sehingga tetap bisa menjaga dengan baik reputasi perusahaan.....” (sumber : wawancara, 14 April 2023)

Untuk memperkuat pernyataan dari informan sebelumnya, Public Relation Koordinator PT Cakrawala Dinamika Energi Bapak Yudi Aprianto mengatakan bahwa :

“..... mencari informasi terjadi permasalahan yang terjadi dan balik lagi menyertakan mediasi atau terjadi komunikasi serta pemecahan masalah yang terjadi agar mendapatkan solusi yang terbaik bagi perusahaan maupun stakeholdernya” (sumber : wawancara, 14 April 2023)

Untuk memperkuat pernyataan dari informan sebelumnya, Kepala Teknik Tambang PT Cakrawala Dinamika Energi Bapak Aditya Rahman mengatakan bahwa :

“..... Pihak public relations sebagai pemecah masalah akan melakukan kolaborasi internal dengan pihak manajemen dan seluruh lintas department lain untuk mencari pokok permasalahan dan memecahkan masalah. Lalu melakukan kordinasi dengan pihak eksternal tentang perencanaan pemecahan masalah yang timbul agar dapat dimusyawarahkan dan diimplementasikan.....” (sumber : wawancara, 14 April 2023)

Untuk memperkuat pernyataan dari informan sebelumnya, Kepala Teknik Tambang PT Cakrawala Dinamika Energi Bapak Thomson mengatakan bahwa :

“.....Dengan mensinergikan antara perusahaan dan kebutuhan public, dan mencari win win solution agar semua pihak dapat happy dan berjalan beriringan. membuat program untuk menjalin komunikasi yang baik dengan segala pihak, baik masyarakat, pemerintah, maupun media sehingga potensi permasalahan yang akan timbul dapat kita cegah atauantisipasi terlebih dahulu.....” (sumber : wawancara, 14 April 2023)

Dari hasil wawancara dan observasi penelitian dapat dipahami bahwa Kesimpulan singkatnya adalah bahwa Public Relations (PR) di PT CDE memiliki peran penting dalam perencanaan strategis perusahaan. Mereka membantu memecahkan masalah komunikasi dan berkolaborasi dengan departemen terkait untuk menangani permasalahan limbah yang berdampak buruk terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat. Melalui koordinasi, mendengarkan, dan mencari solusi yang terbaik, PR memastikan kebutuhan perusahaan terpenuhi dan reputasi tetap terjaga di mata stakeholder.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian Peran Public Relations dalam membangun reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi sudah terimplementasi, Peran public relations sebenarnya memiliki kekuatan dalam membentuk opini public dan menekankan fungsi untuk menggalang pengertian antara lembaga yang diwakilinya dengan publik yang menjadi target sarannya serta pengabdianya demi kepentingan umum. Public relations memiliki upaya terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina komunikasi dan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya.

Peran public relations sebagai teknis komunikasi sudah dilakukan PT Cakrawala Dinamika Energi. Tugas teknis Komunikasi PR, seperti pembuatan laporan, mungkin hanya terbatas pada aspek administratif dan pelaporan. Hal ini berarti bahwa praktis PR mungkin tidak memiliki pemahaman mendalam tentang konten yang mereka komunikasikan atau dampaknya terhadap reputasi perusahaan, keterbatasan ini dapat mengurangi efektivitas komunikasi PR dalam membangun citra positif perusahaan. Untuk mengatasi kendala ini praktisi PR perlu memperluas pemahaman mereka tentang konten yang mereka komunikasikan dan pentingnya membangun citra positif perusahaan melalui komunikasi efektif.

Diatas telah dijelaskan bahwa peran PR dalam program bantuan korban banjir di Desa Air Sebayur bahwa PT CDE telah dilaksanakan. Namun, informasi yang lebih rinci tentang peran PR dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kontribusinya terhadap reputasi perusahaan. Praktisi PR perlu terlibat dalam tahap awal program tersebut, seperti definisi masalah dan pemilihan solusi untuk memastikan komunikasi yang efektif dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Pengiriman laporan press release mengenai program bantuan korban banjir akan dirilis kepada media. Meskipun ini dapat memperluas jangkauan komunikasi perusahaan, dan tidak menimbulkan konflik atau kesalahpahaman dengan pemangku kepentingan lainnya. Praktisi PR perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam press release mencerminkan visi, misi dan nilai perusahaan serta mendukung upaya membangun reputasi positif

Sedangkan, peran public relations sebagai expert presciber. Menurut seorang expert preciber adalah seorang ahli yang menjalankan peran sebagai konsultan. Ia adalah seorang yang dapat dipercaya untuk memecahkan masalah-masalah komunikasi dan gangguan komunikasi yang dihadapi perusahaan, baik internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan. Seperti yang telah diuraikan diatas, bahwa peran PT CDE sebagai expert prescibr melalui program CSR yang melibatkan perbaikan

infrastruktur membutuhkan investasi yang signifikan. PR mungkin menghadapi kendala dalam mengumpulkan dan mengalokasikan sumber daya yang mencukupi untuk menjalankan program tersebut. Kendala ini dapat mempengaruhi kemampuan PR untuk merancang dan melaksanakan program CSR dengan efektif.

Dalam hal ini juga PR perlu bekerjasama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah setempat, masyarakat, dan mitra CSR. Koordinasi yang efektif dan kolaborasi yang baik merupakan faktor penting dalam keberhasilan program CSR. Terdapat kemungkinan adanya perbedaan pandangan atau kepentingan antara pihak-pihak yang terlibat, yang dapat menjadi kendala dalam mencapai kesepakatan dan merancang program yang dapat diterima oleh semua pihak.

PR juga perlu melakukan pengukuran dan evaluasi dampak dari perbaikan infrastruktur yang dilakukan, seperti jalan di sekitar pemukiman warga Desa Air Sebayur. Tantangan utama adalah melakukan pengukuran dampak yang akurat dan melibatkan semua stakeholder terkait. Proses ini penting untuk memastikan efektivitas program CSR dan memperoleh umpan balik yang diperlukan untuk meningkatkan program di masa mendatang.

Program CSR diharapkan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Namun, harapan dan ekspektasi yang terlalu tinggi dari masyarakat dapat menjadi kendala jika program CSR tidak dapat sepenuhnya memenuhi harapan tersebut. PR perlu melakukan komunikasi yang efektif dan mengelola harapan masyarakat dengan transparansi agar dapat mempertahankan kepercayaan dan dukungan masyarakat.

Perbaikan infrastruktur seperti jalan membutuhkan pemeliharaan dan pengelolaan jangka panjang. PR perlu memastikan bahwa program CSR memiliki rencana keberlanjutan yang jelas, termasuk pemeliharaan pendanaan jangka panjang. Hal ini penting agar program CSR dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat meskipun perusahaan sudah tidak beroperasi lagi. PR sebagai expert prescriber perlu memastikan bahwa program CSR dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan akuntabilitas. Ini mencakup pemenuhan kewajiban hukum, transparansi informasi, dan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait program CSR. Dan PR bertanggung jawab dalam membangun reputasi perusahaan dan menjaga hubungan yang baik dengan stakeholder melalui program CSR yang dijalankan.

Lalu, peran public relations menurut adalah sebagai fasilitator komunikasi. Berperan sebagai perantara atau mediator yang peka serta menjaga arus komunikasi dua arah berjalan dengan baik antara perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternalnya. Menjaga saluran komunikasi tetap terbuka dengan tujuan memberi informasi yang dibutuhkan, baik itu oleh manajemen maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.

PR di PT CDE bertindak sebagai perantara atau mediator yang peka dalam menjaga arus komunikasi dua arah antara perusahaan dan masyarakat Desa Air Sebayur. Mereka memastikan adanya saluran komunikasi yang terbuka dan memfasilitasi percakapan antara perusahaan dan publiknya. Dengan adanya komunikasi dua arah yang terjalin, PT CDE dan masyarakat dapat saling bertukar informasi yang dibutuhkan demi kepentingan bersama.

PR memiliki peran dalam mengatasi rintangan atau hambatan yang mungkin muncul dalam hubungan antara PT CDE dan masyarakat Desa Air Sebayur. Mereka berupaya menjaga hubungan yang baik dan meredakan konflik jika terdapat dengan tujuan untuk menjaga harmoni dan kerjasama antara pihak perusahaan dan pihak-pihak terkait. PR di PT CDE juga berperan sebagai mediator dalam menyelesaikan permasalahan yang muncul antara perusahaan dan pihak-pihak terkait, seperti mitra, pemerintah dan masyarakat. Mereka mengumpulkan data permasalahan, melakukan review kronologis, dan melakukan dialog atau diskusi dengan pihak-pihak terkait untuk mencapai penyelesaian yang memuaskan bagi semua pihak. Tujuan utama dari mediasi dan penyelesaian masalah adalah untuk menjaga reputasi perusahaan dan menciptakan solusi yang saling menguntungkan.

PR di PT CDE menjalankan perannya dengan merangkul pihak-pihak terkait, termasuk mitra, pemerintah dan masyarakat Desa Air Sebayur. Mereka berusaha memahami kebutuhan dan kepentingan semua pihak terkait, PR berperan dalam memastikan adanya kerjasama yang saling menguntungkan antara PT CDE dan stakeholders-nya. PR di PT CDE menyadari pentingnya menjaga reputasi perusahaan dalam menjalankan fungsi mereka sebagai fasilitator komunikasi. Mereka berperan dalam mencegah masalah yang dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan melalui komunikasi efektif, mediasi, dan penyelesaian masalah.

Disini PT Cakrawala Dinamika Energi sebagai perantara atau penghubung antara internal dan juga publik eksternalnya, berperan penting untuk menyampaikan bahwa ini jika ada permasalahan harus mengetahui terlebih dahulu permasalahannya apa, apa yang menyebabkan permasalahan itu terjadi, dan juga perusahaan akan mencari jalan tengah atau melakukan mediasi yaitu baik melakukan musyawarah dan meminta aparat desa untuk membantu menjadi penengah jika ada permasalahan perusahaan dan masyarakatnya. Dan PT Cakrawala Dinamika Energi harus mengenali peran penting yang dimainkan

oleh public relations yang baik dan memasukkan public relations dalam semua keputusan dalam organisasi.

Dan yang terakhir peran sebagai fasilitator pemecah masalah. Peran public relations disini menjadi bagian dari tim perencanaan strategis perusahaan, tugasnya menolong manajemen perusahaan dalam memecahkan masalah persoalan komunikasi yang ada. Bekerjasama dengan anggota tim lainnya untuk memberikan solusi atas permasalahan yang ada, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi program pemecahan masalah.

Jadi, disini peneliti bisa menjelaskan bahwa pelaksana public relations disini harus yang benar-benar paham dan yang paling dekat dengan pengetahuan tentang kebijakan perusahaan, produk dan prosedur perusahaan, sehingga dalam mengambil tindakan tidak menyinggung perasaan siapapun internal maupun eksternalnya, sehingga sangat diperlukan strategi komunikasi yang tepat dalam menjalankan peran ini agar semua masalah yang terjadi terdapat solusi didalamnya.

Seperti permasalahan limbah di PT CDE memiliki dampak buruk terhadap sungai dan kesehatan masyarakat. Mengatasi permasalahan limbah yang serius seperti ini membutuhkan upaya yang kompleks dan signifikan. PR perlu menentukan penyebab akar permasalahan limbah, mengidentifikasi solusi yang efektif dan mengimplementasikan langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi permasalahan ini. PR bekerjasama dengan Departemen HSE (health, safety, enviro) dan KTT untuk menemukan solusi terhadap permasalahan limbah. Koordinasi antara departemen-departemen ini mungkin tidak selalu lancar karena perbedaan prioritas, perspektif atau kepentingan masing-masing departemen. Diperlukan upaya tambahan untuk memastikan kolaborasi yang efektif antara departemen-departemen ini dalam menangani permasalahan limbah.

PT CDE dapat menerima sanksi dari pihak SDM jika permasalahan limbah tidak segera diselesaikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan penilaian risiko yang komprehensif dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Hal ini melibatkan pemantauan dan pelaporan yang akurat, serta upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Solusi yang dihasilkan, yaitu pembentukan kolam penampungan limbah (KPL), melibatkan aspek teknis dan keuangan. Pemasangan geomembrane HDPE dan pengelolaan limbah secara efektif memerlukan pengetahuan dan sumber daya yang memadai. Mungkin ada kendala dalam hal pengetahuan teknis yang diperlukan, biaya implementasi solusi, dan pemeliharaan jangka panjang dari kolam penampungan limbah.

PR memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi dan menjaga reputasi perusahaan. Kendala yang mungkin timbul adalah bagaimana mengkomunikasikan permasalahan limbah kepada pihak SDM, masyarakat, dan pihak terkait lainnya. Dibutuhkan upaya komunikasi yang efektif untuk menjelaskan solusi yang diambil, mengatasi kekhawatiran masyarakat dan membangun kepercayaan terhadap tindakan yang diambil oleh perusahaan.

Pada penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa setiap perusahaan perlu belajar dari ide-ide interaksi cepat tanpa batas, namun harus tetap menghormati perbedaan budaya yang berfungsi sebagai alat untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar. Praktisi public relations menyarankan untuk mendengar orang lain, untuk memahami hal-hal melalui sudut pandang mereka. Hal ini untuk mencapai citra positif, harus dilihat sebagai hal yang baik-baik yang selanjutnya dapat menjaga reputasi perusahaan.

Hasil observasi dari penelitian ini adalah implementasi peran public relations dalam membangun reputasi di PT Cakrawala Dinamika Energi memang sudah dijalankan dibuktikan dengan tidak adanya lagi keluhan masyarakat maupun stakeholder (mitra). Jadi reputasi di PT Cakrawala Dinamika Energi perlu dipertahankan agar terjaga kepercayaan dan tanggapan positif terhadap perusahaan. Dan public relations PT Cakrawala Dinamika Energi juga telah mampu menangani hal-hal dengan cepat dan tepat sehingga dapat menjaga nama baik perusahaan di mata masyarakat jika terjadi permasalahan-permasalahan. Maka dari itu respon baik dari masyarakat sangat dibutuhkan oleh perusahaan yang tujuannya untuk pencitraan yang baik maka sebuah perusahaan akan tetap mampu terus berjalan dan beroperasi seperti halnya PT Cakrawala Dinamika Energi pada saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang disampaikan, dapat disimpulkan bahwa peran Public Relations (PR) dalam membangun reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi (CDE) sudah terimplementasi. PR memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik dan menggalang pengertian antara perusahaan dan publik targetnya. Mereka berperan sebagai teknisi komunikasi, expert prescriber, fasilitator komunikasi, pemecah masalah, dan mediator dalam hubungan antara perusahaan dan stakeholder-nya.

Namun, terdapat beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi oleh PR PT CDE. Salah satunya adalah keterbatasan pemahaman konten yang mereka komunikasikan, yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi PR dalam membangun citra positif perusahaan. Selain itu, dalam program CSR yang melibatkan perbaikan infrastruktur, PR mungkin menghadapi kendala dalam mengumpulkan dan mengalokasikan sumber daya yang mencukupi serta menghadapi perbedaan pandangan atau kepentingan antara pihak-pihak yang terlibat.

Untuk mengatasi kendala tersebut, praktisi PR perlu memperluas pemahaman mereka tentang konten yang mereka komunikasikan dan membangun komunikasi efektif yang mencerminkan visi, misi, dan nilai perusahaan serta mendukung upaya membangun reputasi positif. Mereka juga perlu terlibat dalam tahap awal program CSR, melibatkan semua stakeholder terkait, melakukan pengukuran dan evaluasi dampak program, serta mengelola harapan masyarakat dengan transparansi.

Dalam konteks PT CDE, PR berperan sebagai perantara atau mediator yang menjaga arus komunikasi dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Mereka berupaya menjaga hubungan yang baik, meredakan konflik, dan merangkul pihak-pihak terkait untuk mencapai solusi yang saling menguntungkan. PR juga memiliki peran dalam mengatasi permasalahan limbah dan menjaga kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Dalam keseluruhan penelitian, terlihat bahwa implementasi peran PR di PT CDE telah memberikan hasil positif dalam membangun reputasi perusahaan. Namun, PR perlu terus mengembangkan strategi komunikasi yang tepat, melibatkan semua stakeholder, memecahkan masalah secara efektif, dan memastikan keberlanjutan program CSR serta tanggung jawab perusahaan. Dengan demikian, PT Cakrawala Dinamika Energi dapat mempertahankan reputasi yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan stakeholder-nya.

Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian dapat memberikan manfaat bagi peneliti komunikasi, perusahaan dan lembaga-lembaga lainnya.

1. Teoritis

- a. Analisis peran teknisi komunikasi dalam PR : Penelitian ini dapat fokus pada peran teknisi komunikasi yang dimainkan oleh PR dalam menyusun pesan yang efektif, menggunakan saluran komunikasi yang tepat dan mengelola krisis komunikasi di industri energi.
- b. Studi tentang hubungan antara CSR dan Reputasi Perusahaan : penelitian ini dapat mempelajari bagaimana implementasi program CSR yang efektif dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan bagaimana PR dapat berkontribusi dalam membangun hubungan positif dengan stakeholder melalui kegiatan CSR.
- c. Penelitian tentang kontribusi PR dalam Pengelolaan Isu lingkungan : penelitian ini dapat menggali bagaimana PR dapat berperan dalam mengatasi permasalahan limbah dan memastikan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi lingkungan yang berlaku di sektor energi.

2. Praktis

- a. Memperkuat pemahaman konten : PT CDE perlu memberikan pelatihan dan pendidikan lanjutan kepada praktisi PR mereka untuk memperluas pemahaman tentang konten yang mereka komunikasikan. Ini akan meningkatkan efektivitas komunikasi PR dalam membangun citra positif perusahaan. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa PR memiliki pemahaman yang mendalam tentang industri energi, regulasi terkait, dan isu-isu lingkungan yang relevan.
- b. Membangun komunikasi efektif : PT CDE harus mengembangkan strategi komunikasi yang mencerminkan visi, misi, dan nilai perusahaan. Komunikasi harus jelas, transparan, dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan stakeholder. PT CDE dapat menggunakan berbagai saluran komunikasi, termasuk media, sosial, situs web perusahaan, dan acara-acara terkait industri untuk mencapai publik sasarannya.
- c. Terlibat dalam tahap awal program CSR : PR harus terlibat secara aktif dalam tahap perencanaan dan pelaksanaan program CSR (Corporate Sosial Responsibility). Melibatkan semua stakeholder terkait dalam proses ini akan memastikan keberlanjutan program CSR dan meminimalkan perbedaan pandangan atau kepentingan. PR dapat memainkan peran penting dalam memfasilitasi dialog antara perusahaan dan stakeholder untuk mencapai konsensus yang saling menguntungkan.
- d. Melakukan pengukuran dan evaluasi dampak program : PT CDE perlu melakukan pengukuran dan evaluasi yang teratur terhadap dampak program CSR yang dilakukan. Hal ini akan membantu PR dalam memperoleh wawasan yang berharga tentang efektivitas program dan memberikan dasar untuk penyesuaian dan perbaikan program di masa depan. Selain itu, hasil evaluasi tersebut dapat digunakan untuk melaporkan prestasi perusahaan kepada stakeholder dan membangun kepercayaan.

- e. Mengelola harapan masyarakat dengan transparansi : PR harus senantiasa berkomunikasi dengan transparansi kepada masyarakat. PT CDE perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik akurat, jujur, dan mudah dipahami. PR juga harus siap merespons pertanyaan, masukan dan keluhan masyarakat dengan cepat dan efektif. Hal ini akan membantu membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan menciptakan kepercayaan terhadap perusahaan.
3. Untuk perusahaan PT Cakrawala Dinamika Energi menyarankan sebagai berikut : PT CDE mengadopsi rekomendasi dari penelitian ini dan menerapkannya dalam praktik PR mereka. Hal ini akan membantu perusahaan mempertahankan reputasi yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan stakeholder—nya ditengah tantangan dan perubahan yang terjadi di industri energi.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B Susanto. 2009. Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management Dalam CSR. Jakarta. Erlangga.
- Argenti Paul. A. 2010. Corporate Communication. Jakarta. Salemba Humanika.
- Bagong, S. 2005. Metode Penelitian Sosial. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Bungin. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif "Pemahaman Filosofis dan Metodologi ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip. 2002. Efektive Public Relations (9th ed.). Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Effendy. 1999. Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung. Rosdakarya.
- Fitriani, Musdalifah, Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru PT Makassar Raya Motor
- H.B Sutopo. 2006. Penelitian Kualitatif. Jakarta. Universitas Sebelas Maret.
- Ishak, Aswad, Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. 2012
- Jefkins Frank. 2015. Public Relations. Jakarta. Erlangga.
- Kasali Rhenald. 1999. Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta. Grafiti.
- Meliana, F. S. 2019. Implementasi Peran Public Relations Dalam Membangun Reputasi Gunung Steel Group.
- Moleong. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Pujianti, Dwi Chrisna, Implementasi Cyber Public Relations dalam Membangun Reputasi PT Pertamina (Persero) Refinery Unit (RU) II Dumai.
- Rakhmat, J. 2003. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. 2008. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Soviadi, N. R. 2006. Analisis Pengaruh Keunggulan Produk Reputasi Perusahaan dan Asosiasi Merek Terhadap Kesuksesan Produk Baru dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Tangkilisan, H. 2003. Implementasi Kebijakan Publik. Yogyakarta. Lukman Offset YPAPI.
- Winarno, B. 2002. Kebijakan Publik, teori dan Proses. Yogyakarta. Media Presindo.