

Untuk melakukan peliputan PT Petrokimia Gresik menghubungi media-media tersebut secara formal maupun informal. Tidak semua media yang dihubungi selalu meluangkan waktu untuk melakukan peliputan. Seperti yang terjadi pada saat kebakaran conveyor pabrik, humas PT Petrokimia Gresik sudah menghubungi semua media online untuk memberikan kabar tentang kejadian kebakaran tersebut. Tetapi yang datang untuk meliput hanya beberapa saja, yaitu; kompas.com, suara merdeka, surya online, okezone.com, metrotvnews.com, inilah.com, merdeka.com, beritajatim.com, kabargresik.com, tempo.co, antarajatim.com.

Diantara media online, media cetak dan media elektronik. Yang paling sering memuat berita tentang PT Petrokimia Gresik adalah media online. Karena media online sifatnya global dan tidak terbatas berbeda dengan media cetak dan elektronik. Tetapi yang paling berpengaruh adalah media cetak, yaitu koran. Karena masyarakat lebih sering membaca koran dari pada menonton tv ataupun membaca berita di website. Tetapi tidak dipungkiri berita-berita yang dipublikasikan oleh media massa adalah selalu berita positif, pasti ada berita netral dan juga berita negatif.

Agar media-media ini tetap terus meliput peristiwa atau kejadian yang ada di perusahaan. PT Petrokimia Gresik melakukan banyak hal agar terjalin hubungan internal yang baik antara media dengan perusahaan. Karena media merupakan salah satu media untuk melakukan pencitraan terhadap masyarakat umum.

2. Membangun citra perusahaan melalui media relations

Media massa memang berperan penting dalam pencitraan perusahaan. Apalagi di era sekarang ini masyarakat sudah melek media. Menggandeng media dalam perusahaan merupakan langkah yang tepat untuk meningkatkan citra perusahaan. Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan, dalam hal ini citra bersifat abstrak, wujudnya tidak dapat dilihat akan tetapi dampak dari citra dapat dirasakan dan sangat besar sekali pengaruhnya bagi perkembangan sebuah perusahaan.

Dengan melakukan berbagai aktivitas untuk pencitraan perusahaan, menjadikan Humas memiliki rasa kekerabatan dengan media. Sehingga Humas memiliki peluang dalam mempermudah publisitas perusahaan melalui media massa. Selain itu pencapaian citra positif, memberikan peluang perusahaan menjadi cepat berkembang dengan adanya laba perusahaan yang berlimpah.

Media massa memiliki cakupan yang luas sehingga berbagai lapisan masyarakat akan terjangkau. Jika publikasi tentang perusahaan dilakukan dengan media massa ini akan lebih mudah dalam memperluas pasar. Selain itu dengan media massa dapat dijadikan untuk membentuk opini publik tentang perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada aktivitas apa saja yang telah dilakukan oleh Humas dengan media massa yaitu berupa kegiatan apa saja yang telah dilakukan Humas dengan media massa. dari hasil wawancara dan observasi ditempat penelitian, peneliti menemukan

sebagai nara sumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapinya. Seperti yang terjadi pada tanggal 18 November 2015 saat PT Petrokimia Gresik terjadi kebakaran conveyor. Dalam kejadian ini Humas PT Petrokimia Gresik secara resmi mengundang beberapa media cetak, televisi dan online untuk melaukan konferensi press.

Meskipun acara jumpa pers ini sangat penting, akan tetapi Humas PT Petrokimia Gresik, tidak selalu mengadakan jumpa pers sebagai ajang untuk konfirmasi berita tentang perusahaan yang telah beredar. Karena hubungan yang terjalin antara Humas PT Petrokmia Gresik dengan media sudah baik, ketika mereka butuh konfirmasi tentang berita, maka Humas PT Petrokimia Gresik ini tidak perlu mengadakan jumpa pers, mereka cukup hanya klarifikasi berita yang ada melalui pesan BB, SMS, by telephone, ataupun lewat email. Jika mereka membutuhkan surat-surat sebagai bukti, bisa menyusul belakangan.

Acara jumpa pers ini mereka adakan pada waktu-waktu tertentu saja yaitu ketika keadaan sudah benar-benar genting. Humas PT Petrokimia Gresik, sering kali mereka klarifikasi pemberitaan *by phone* dan hal itu tidak apa-apa bagi mereka. Inilah manfaat kalau hubungan dengan media sudah terjalin dengan baik. Inilah bukti jika hubungan Humas PT Petrokimia Gresik sudah terjalin dengan baik. Secara tidak langsung ini mempermudah kinerja Humas.

Dalam mengadakan acara Press Conference, tidak semua orang bisa jadi juru bicara perusahaan. Untuk menentukan juru bicara perusahaan, maka Humas PT Petrokimia Gresik membentuk *spoke person*. *Spoke person* ini adalah orang-orang yang boleh bercerita atau berkata kepada media. *Spoke person* itu adalah pertama direksi, dia sebagai fungsi strategis, dibawahnya sekper ini bersifat historis, kemudian kabiro Humas dia juga bersifat Historis, dan kepala seksi yang bersifat historis teknis. Mereka-mereka inilah boleh menjadi Jubir perusahaan ketika ada masalah dan media butuh konfirmasi lewat press conference.

Humas PT Petrokimia Gresik sangat mengutamakan keterbukaan, ini yang mendasari mereka mengadakan acara ini. Yang diharapkan berita yang ada memang benar-benar terjadi di perusahaan dan tidak dibuat-buat. Selain itu kejujuran juga menjadi hal penting bagi mereka, tidak ada keinginan sedikitpun bagi mereka untuk memoles berita. Menjadikan berita buruk menjadi berita baik.

Humas PT Petrokimia Gresik melakukan hal ini, untuk mempererat hubungannya dengan media. Tidak semata-mata untuk bersenang-senang, tetapi diharapkan melalui acara ini, media akan meliput kegiatan yang dilakukan perusahaan, dimana kegiatan tersebut akan diketahui oleh masyarakat serta untuk memberikan gambaran positif tentang perusahaan.

4) Sponsorship

Media juga merupakan perusahaan yang membutuhkan dana masukan. Humas PT Petrokimia Gresik memberikan dana sponsorship sebagai salah satu kontribusi perusahaan terhadap media. Tidak hanya itu Humas PT Petrokimia Gresik juga memberikan bantuan sponsor sesuai dengan yang media butuhkan. Misalnya dalam acara-acara event, seperti acara jalan Humas PT Petrokimia Gresik memberikan bantuan berupa barang untuk dooprice. Seperti yang dilakukan Humas PT Petrokimia Gresik pada tanggal 10 November 2015 memberikan 2 sponsorship untuk kegiatan media massa; pada Harian Surya untuk kegiatan Iklan Ucapan HUT Humas PT Petrokimia Gresik memberikan bantuan dana sebesar Rp.7.500,000, dan untuk kegiatan *Blocking Cover* pada media Bisnis Surabaya, Humas PT Petrokimia Gresik memberikan bantuan sebesar Rp.5,000,000. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan nantinya ada hubungan timbal balik yang menguntungkan bagi perusahaan.

Humas PT Petrokimia Gresik juga melakukan kegiatan beriklan di media. Mereka melakukan iklan di media elektronik, dan cetak. Iklan jelas membutuhkan biaya yang besar. Tidak saja dari penayangan / pemuatan, tetapi juga proses pembuatan. Tentunya biayanya tergantung dari jam berapa ditayangkan, dihalaman berapa ditempatkan, durasi, luas/jumlah kata, berwarna atau tidak.

Kegiatan ini merupakan hubungan pribadi antara 2 orang. Dalam hal ini adalah Humas dengan wartawan. Diluar pekerjaan yang formal kontak pribadi ini dibangun dengan memperhatikan sisi sosialnya. Seperti halnya datang keacara pernikahan, kelahiran anaknya, khitanan anaknya, kematian keluarganya, menjenguk ketika dia sakit, datang ketika mereka ulang tahun, atau cuma sekedar say hello lewat telephone. Ini merupakan cara untuk membangun taliasih dengan wartawan serta kegiatan ini tentu akan menanamkan citra positif dibenak wartawan.

Untuk menjaga hubungannya dengan media humas PT Petrokimia Gresik sangat memperhatikan hubungan dengan personalnya. Dengan adanya taliasih yang terjalin dengan baik dengan wartawan ini, nantinya menghubungi wartawan akan relatif lebih mudah dan memberi kemudahan juga dalam peliputan perusahaan.

Untuk menjaga hubungan dengan wartawan humas PT Petrokimia Gresik secara personal ini dilakukan secara situasional namun tetap dilakukan secara rutin.

2) Resepsi Pers (*Press Reception*)

Acara ini adalah kumpul-kumpul kalangan pers. Sifat kegiatannya lebih menyenangkan, terencana dan terorganisasi. Salah satu tujuan acara ini adalah mendekatkan diri antara kalangan pers dengan pihak perusahaan. Humas PT Petrokimia Gresik mengadakan tiap tahunnya buka bersama dan halal bihalal

Selain itu kegiatan diatas kepada media bukanlah upaya untuk merayu ataupun tindak suap kepada media. Ini merupakan bentuk menjalin hubungan yang baik serta sebagai ucapan terima kasih atas apa yang mereka berikan kepada perusahaan.

Meskipun hubungan antara Humas dan media ini sudah terjalin dengan erat, ini tidak saling mempengaruhi keprofesionalan mereka dalam bekerja. Segala yang dilakukan oleh Humas PT Petrokimia Gresik ini, tidak mempengaruhi berita yang ada diperusahaan. Berita yang ada memang apa adanya diperusahaan. Ini dapat dilihat bahwasanya berita yang muncul tentang perusahaan ada yang baik dan ada yang buruk. Akan tetapi, Humas dalam menindaklanjuti berita buruk itu, perlu memberikan konfirmasi ke media, sehingga berita tersebut menjadi berimbang. Jadi jika perusahaan sedang terjadi sesuatu Humas PT Petrokimia Gresik tetap terbuka, dengan mengatakan kejadian yang benarnya. Tidak dengan menutup-nutupi kejadian itu agar diberitakan positif dengan media. Beberapa kegiatan yang dilakukan Humas PT Petrokimia Gresik dengan media ini memberikan beberapa dampak yang positif bagi citra perusahaan, diantaranya adalah:

- a) Publik sebagai khalayak eksternal PT Petrokimia Gresik dapat secara cepat mengetahui tentang informasi yang ada dan berkembang di perusahaan melalui media massa.
- b) Media sebagai alat publisitas Humas, menjadi alat controlling perusahaan, maka jika ada masalah akan secara cepat ditangani.

- c) Dengan adanya media relations yang terjalin dengan baik, maka pemberitaan tentang perusahaan pun bisa di kontrol mengenai baik buruknya nilai berita serta mempermudah ketika perusahaan ingin melakukan publisitas
- d) Umpan balik yang diberikan masyarakat karena publisitas melalui media, dapat dijadikan Humas untuk lebih meningkatkan transparansi informasi perusahaan.
- e) Citra positif perusahaan dapat meningkatkan kredibilitas publik serta akan meningkatkan laba.

Citra memang sesuatu yang abstrak, akan tetapi dampak dari citra wujudnya dapat kita lihat. Menjaga citra yang sudah ada lebih berat dari pada memunculkannya. Selain itu untuk menjaga citra perusahaan ini, membutuhkan biaya yang sangat mahal. Seperti halnya yang dilakukan oleh PT Petrokimia Gresik dalam pencitraan perusahaan. Mereka mengeluarkan budget yang besar untuk pencitraan ini, sampai beberapa Miliar. Untuk pencitraan ini misalnya beriklan, membuat event-event, CSR, dll yang membutuhkan dana yang cukup besar. Citra itu mahal, tetapi dampaknya juga mahal jika dinilai dengan uang.

tidak dibuat-buat. Selain itu kejujuran juga menjadi hal penting bagi mereka, tidak ada keinginan sedikitpun bagi mereka untuk memoles berita. Menjadikan berita buruk menjadi berita baik.

Hal ini sesuai dengan Teori Manajemen Citra Organisasi, bahwasanya untuk menciptakan dan memelihara citra organisasi dibutuhkan komunikasi yang strategis untuk mendukung citra yang diinginkan perusahaan. Keterbukaan perusahaan dalam hal informasi sebuah pemberitaan merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan agar citra yang didapatkan bukan semata-mata *setting* yang dibuat oleh perusahaan dan media. Jadi berjalan sesuai dengan keadaan yang sedang terjadi.

Untuk mewujudkan hal tersebut PT Petrokimia Gresik dengan media harus memiliki ikatan emosional satu sama lain, agar berita yang disampaikan kepada masyarakat dapat diinformasikan secara baik dan benar sesuai dengan berita yang sesungguhnya terjadi.

2. Membangun citra perusahaan melalui media relations dengan Teori Manajemen Citra Organisasi

Teori Manajemen Citra Organisasi ini menjelaskan dua alasan mengapa mengelola citra organisasi sangat penting. Pertama, citra menentukan tanggapan *stakeholder* terhadap organisasi secara kognitif, efektif, dan dalam perilaku. Kedua, citra yang tersampaikan (*shared images*) memungkinkan hubungan saling ketergantungan antara organisasi dengan para *stakeholder*.

Melalui prinsip-prinsip dalam menjalin hubungan yang baik dengan media, akan tercipta suatu hubungan *symbiosis mutualisme*, yakni hubungan

yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Dengan demikian humas memiliki peranan yang sangat penting untuk membangun komunikasi timbal balik. Dalam hal ini humas menjadi komunikator yang menyampaikan informasi yang ada di perusahaan kepada masyarakat melalui media massa.

Humas sebagai pusat informasi kepada media massa yang menjadi kunci utama pemberitaan yang akan dihasilkan oleh media massa. Humas membutuhkan media sebagai alat untuk mediasi kepada masyarakat. Sedangkan media membutuhkan informasi sebanyak mungkin tentang perusahaan sebagai bahan untuk membuat berita. Jadi Humas PT Petrokimia Gresik dan media massa, keduanya saling membutuhkan. Untuk itu Humas PT Petrokimia Gresik menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media massa, untuk mendapatkan citra positif di mata masyarakat.

Hal ini sesuai dengan Teori Manajemen Citra Organisasi, bahwa citra yang tersampaikan (*shared images*) memungkinkan hubungan saling ketergantungan antara organisasi dengan para *stakeholder*. Adanya sifat saling membutuhkan juga dapat dilihat ketika PT Petrokimia Gresik memberikan sponsorship terhadap media dan juga melakukan kegiatan beriklan di media. Karena media membutuhkan dana dari iklan dan sponsor untuk kelangsungan hidup perusahaannya. Selain itu humas akan juga membutuhkan media sebagai alat klarifikasi jika terjadi suatu pemberitaan yang negatif yang tidak sesuai dengan kejadian yang terjadi sesungguhnya. Dan kembali lagi media juga membutuhkan humas untuk memberikan kebenaran atas pemberitaan yang tidak sesuai yang sudah beredar di masyarakat.

Pemeliharaan citra adalah proses yang berkelanjutan yang membutuhkan komunikasi dengan para *stakeholder*. Demi keberhasilan *maintenance*, organisasi harus mencari feedback dari *stakeholder* lalu menyesuaikan strategi komunikasi dengan kepentingan dan menyesuaikan strategi komunikasi mereka sesuai temuan tersebut. Hal ini oleh Massey disebut proses dialogis. Ketika organisasi secara strategis berkomunikasi dengan *stakeholder* dalam rangka mempengaruhi persepsi mereka, di sisi lain mereka membentuk ide-ide mereka sendiri tentang citra organisasi.

Untuk menjaga hubungan yang baik Humas PT Petrokimia Gresik tidak hanya melakukan komunikasi secara kelembagaan atau secara resmi, mereka juga melakukan komunikasi secara personal antara Humas dengan wartawan dari lembaga tersebut. Ini merupakan bentuk sifat sosialis mereka, serta dapat mempererat dan keakraban mereka.

Hubungan baik yang terjalin antara perusahaan dengan media massa, akan mempermudah terjalinnya komunikasi antar keduanya. Untuk menjalin hubungan yang baik banyak sekali yang dilakukan oleh Humas PT Petrokimia Gresik, ini merupakan bentuk dari perusahaan agar *media relations* berjalan sesuai dengan keinginan. Dan hal ini secara tidak langsung akan mengurangi terjadinya *missed communication* antar Humas dan media massa dalam hal pemberitaan yang akan dilakukan oleh media.

PT Petrokimia Gresik sebagai organisasi yang ada di perusahaan terdiri dari dua orang atau lebih memiliki sikap saling bergantung antar orang satu dengan yang lainnya. Untuk menjalankan sebagai organisasi perusahaan yang memiliki peran penting, komunikasi antar anggota merupakan hal yang paling penting untuk dijaga dan diperhatikan.

