

LAPORAN AKHIR
KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)
PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
PT DOMAS AGROINTI PRIMA KUALA TANJUNG



DISUSUN OLEH :
CATHARINE CINTIA
(178.530.024)

PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA

2020

LAPORAN AKHIR
KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)
PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
PT DOMAS AGROINTI PRIMA KUALA TANJUNG



DISUSUN OLEH :
CATHARINE CINTIA
(178.530.024)

PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2020

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan 12 Agustus 2020

Medan, 14 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksana KKL



(Catharine Cintia)

Dosen Pemb. Lapangan



(Fauzi Wikanda S.Pdi., M.Pdi)



Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ilma Sakinaah Tamsil, M.Comm)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini hingga penyusunan laporan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan oleh pihak Fakultas maupun Universitas.

Penulisan laporan ini dibuat berdasarkan hasil kerja Kuliah Kerja Lapangan yang dilakukan selama 1 bulan di **PT. Domas Agroiinti Prima, Kuala Tanjung, Batu Bara**, mulai tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan 12 Agustus 2020.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) diantaranya:

Dalam melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan, penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA selaku Dekan Fakultas Isipol Universitas Medan Area
3. Ibu Beby Mashito Batubara, S.Sos, MAP selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Isipol Universitas Medan Area
4. Bapak Yurial Arief Lubis, S.Sos, MAP selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Isipol Universitas Medan Area
5. Ibu Ilma Sakinaah Tamsil, M.Comm selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area
6. Bapak Fauji Wikanda S.Pdi., M.Pdi selaku Dosen Pembimbing Materi Kuliah Kerja Lapangan
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff pegawai Universitas Medan Area
8. Bapak Pimpinan PT Domas Agroiinti Prima yang telah memberikan izin kepada penulis sehingga dapat melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan
9. Bapak Sunaryo selaku HR Manager PT Domas Agroiinti Prima
10. Bapak Imsronsyah Simanjuntak, S.H. selaku Humas PT Domas Agroiinti Prima dan Pembimbing Lapangan selama Kuliah Kerja Lapangan dilakakukan
11. Bapak Nirwan Nasution selaku IT dan Pembimbing Kuliah Kerja Lapangan selama di PT Domas Agroiinti Prima

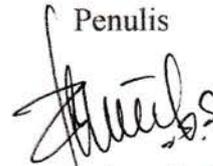
13. Orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan selama proses penyelesaian laporan Kuliah Kerja Lapangan

14. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan bantuan ilmu selama pelaksanaan dan penyusunan laporan KKL di PT Domas Agroiinti Prima

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca dan penulis.

Kuala Tanjung, 09 Agustus 2020

Penulis



(Catharine Cintia)

NPM : 178530024

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Bidang yang diminati.....	2
1.3 Alasan memilih lokasi KKL	2
BAB II LOKASI KEGIATAN	3
2.1 Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan.....	3
2.2 Lokasi Kuliah Kerja Lapangan	3
2.3 Sejarah Singkat Perusahaan	3
2.4 Area, Fasilitas dan Kapasitas Produksi.....	4
2.5 Visi dan Misi.....	4
2.6 Struktur Organisasi Perusahaan	5
BAB III PELAKSANAAN PROGRAM.....	6
3.1 Pelaksanaan KKL.....	6
3.2 Tugas-Tugas Selama KKL	7
3.3 Hasil Pelaksanaan KKL	8
BAB IV PEMBAHASAN	10
4.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL	10
4.2 Pengertian Humas.....	10
4.3 Ruang Lingkup Humas	10
4.4 Pengertian Citra.....	12
4.5 Tujuan Kegiatan Humas	13
BAB V PENUTUP	18
5.1 Kesimpulan.....	18
5.2 Saran.....	19
DAFTAR PUSTAKA.....	20
DAFTAR LAMPIRAN	
Catatan Kegiatan Harian Mahasiswa	
Hasil Penilaian KKL	
Surat Pengantar KKL	
Surat Izin dari Lokasi	
Surat Keterangan Akhir KKL	
Lampiran Foto KKL	
UNIVERSITAS MEDAN AREA	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemberian kuliah bagi para mahasiswa tidak hanya dalam bentuk materi semata dan dalam lingkup kampus, tetapi juga perlu adanya kegiatan yang mengajak para mahasiswa terjun langsung dalam segala bidang yang sesuai dengan disiplin studi yang tengah ditempuh. Selain sebagai upaya peningkatan kompetensi mahasiswa, kegiatan tersebut juga sebagai kegiatan untuk merefreshkan pikiran, sehingga mahasiswa tidak merasa jenuh dalam mengikuti kegiatan perkuliahan. Maka dari itu, Universitas mengeluarkan kebijakan mengenai kegiatan tersebut untuk dilaksanakan oleh setiap program studi. Kegiatan tersebut sering disebut dengan istilah Kuliah Kerja Lapangan (KKL).

Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area adalah salah satu program studi yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kegiatan Kuliah kerja lapangan (KKL). Kuliah Kerja Lapangan ini adalah salah satu mata kuliah wajib di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area pada Semester VI dengan bobot 3 SKS. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, karena setelah dilaksanakannya kegiatan tersebut mahasiswa dituntut untuk menyusun laporan hasil kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL).

Kegiatan diadakannya Kuliah Kerja Lapangan (KKL) memiliki tujuan, yaitu untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa mengenai hal-hal yang berkaitan dengan jurusan atau program studi khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.. Untuk menguji serta menggali kemampuan mahasiswa dalam memperoleh informasi yang bermanfaat sebanyak-banyaknya. Untuk memperluas wawasan terkait dengan pengembangan profesi atau keahlian yang memungkinkan mahasiswa menentukan pilihan profesi kerja. Dan selain itu mahasiswa juga akan mengalami proses perkembangan kemampuan berkomunikasi serta memperkaya khasanah keilmuan dalam rangka meningkatkan kompetensi mahasiswa .

1.2 Bidang yang diminati

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini, mahasiswa diberikan kebebasan oleh Prodi untuk memilih sendiri perusahaan atau instansi yang akan dijadikan sebagai tempat KKL serta bidang yang menjadi minat mahasiswa KKL. Maka dari itu, penulis memilih bidang **Hubungan Masyarakat (Humas)** mengambil lokasi KKL di PT. Domas Agroiinti Prima, Tbk (Kuala Tanjung, Batubara)

Bidang ini dipilih karena penulis ingin mengetahui cara kerja dan kegiatan-kegiatan terutama dibagian humas yang telah dilaksanakan oleh PT. Domas Agroiinti Prima sebagai salah satu perusahaan tertua di Indonesia dalam mengolah semua produk-produknya.

Penulis juga ingin mengetahui bagaimana kinerja Humas PT. Domas Agroiinti Prima dalam membangun citra perusahaan sehingga dapat bertahan sampai saat ini. Serta ingin mengetahui bagaimana cara pembinaan hubungan baik dengan masyarakat atau publik, baik internal maupun eksternal.

1.3 Alasan memilih lokasi KKL

Penulis tertarik untuk memilih lokasi KKL ini karena penulis ingin melihat dan mengetahui bagaimana cara humas membangun citra yang baik terhadap perusahaan yang besar dan merupakan perusahaan tertua di Indonesia. Tidak hanya membangun citra sebuah perusahaan, penulis juga ingin mengetahui bagaimana peran humas tersebut dalam menangani sebuah kendala yang dihadapi baik internal maupun eksternal.

PT Domas Agroiinti Prima Tbk adalah salah satu perusahaan tertua di Indonesia. Dan perusahaan ini aktif di bagian produksi asam lemak dan alkohol, sehingga hal ini menjadi tantangan penulis untuk mengetahui lebih jauh bagaimana peran seorang humas dalam meningkatkan citra perusahaan PT Domas Agroiinti Prima, Kuala Tanjung, Batu Bara.

Sebagai perusahaan yang besar penulis sangat berharap dapat menimba ilmu dari perusahaan ini sehingga pengalaman yang di dapatkan selama masa KKL dapat berguna untuk program studi ilmu komunikasi dan bagi penulis sendiri. Adanya keinginan yang dimiliki oleh penulis untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra bagi perusahaan PT Domas Agroiinti Prima di mata public dan masyarakat setempat.

BAB II

LOKASI KEGIATAN

2.1. Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan yang dilakukan penulis adalah selama sebulan, tepatnya pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan tanggal 12 Agustus 2020

2.2. Lokasi Kuliah Kerja Lapangan

Penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan di **PT. Domas Agroiinti Prima**, yang terletak Jalan Raya Access Road INALUM Km. 15 Desa Lalang-Kuala Tanjung, Kec. Medang Deras, Kabupaten Batubara, Sumatera Utara.

2.3. Sejarah Singkat Perusahaan

Pembangunan proyek pabrik didirikan pada tahun 1911 di Kisaran, Sumatera Utara sebagai NV Hollandsch Amerikaansche Plantage Maatschappij, yang mengusahakan perkebunan karet. Dalam perjalanan sejarahnya, Perusahaan mengalami beberapa perubahan mendasar, hingga kemudian pada tahun 1986 sebagai PT. United Sumatra Plantations diakuisisi oleh PT Bakrie & Brothers. Pada tahun 1990 PT United Sumatra Plantations melakukan penawaran sahamperdana di Bursa Efek Jakarta, kemudian memasuki usaha sawit melalui PT. Bakrie Pasaman Plantations, entitas anak di Sumatera Barat, lalu berubah nama menjadi PT Bakrie Sumatera Plantations Tbk. Pada tahun 2010 perusahaan memasuki usaha oleokimia. Perusahaan yang telah berjalan lebih dari 100 tahun usia perkebunannya dan telah berkembang menjadi suatu usaha agro terpadu dari hulu hingga hilir yang tetap mengutamakan prinsip 3P (*People, Planet, Profit*) dalam penerapan strategi perkembangan berkelanjutan.

Segmen usaha Oleokimia, perusahaan meliputi pengolahan produk *Fatty Acid*, *Fatty Alcohol* dan *Glycerin*. Perusahaan juga akan mengoperasikan pabrik penyulingan yang memproduksi olein, stearin dan palm fatty acid distillate (PFAD). Oleokimia merupakan produk kimia yang berbasis sumber terbarukan dari minyak nabati dan lemak hewani merupakan alternative terhadap petrokimia yang berbasis sumber terbatas seperti batubara, minyak mentah dan gas. Minyak nabati mulai digunakan sebagai bahan baku utama untuk industri oleokimia setelah tahun 1980. Minyak kelapa sawit (*Crude Palm Oil-CPO*) dan minyak inti sawit (*Palm Kernel Oil-PKO*) merupakan alternative yang umum digunakan untuk diolah menjadi berbagai jenis produk turunan

sebagai bahan baku bagi industri hilirnya, baik untuk kategori pangan (antara lain minyak goreng, margarin, es krim) ataupun non pangan (antara lain sabun, deterjen, produk farmasi, kosmetik, pelumas industri, produk kimia pertanian dan bahan bakar).

2.4. Area, Fasilitas dan Kapasitas Produksi

a. Area

Perusahaan memiliki 5 pabrik pengolahan oleokimia, satu pabrik penyulingan dan satu pabrik pengolahan inti sawit (*KCP-Kornel Crushing Palnt*) di Sumatera Utara, di atas total lahan seluas 113,4 Ha di dua kompleks industri yaitu Kuala Tanjung dan Tanjung Morawa. Kedua lokasi pabrik tersebut mudah diakses dari lokasi perkebunan perusahaan dan memiliki keunggulan sehubungan dengan lokasinya di zona pengembangan ekspor Sumatera Utara. Di Kuala Tanjung yang memiliki posisi strategis di tepi Selat Malaka, perusahaan juga mengembangkan dermaga sepanjang 2,7 km yang dirancang untuk menangani kapal berkapasitas 3.000 DWT hingga 50.000 DWT.

b. Fasilitas

Perusahaan memiliki fasilitas pengolahan untuk *fatty acid*, *fatty alcohol*, dan *glycerin*. Fasilitas penyulingan dan fraksinasi minyak sawit serta fasilitas pengolahan inti sawit (*kernel crushing plant*) termasuk infrastruktur dan instalasi pendukung yang berkaitan. Serta fasilitas penunjang dan infastruktur pengolahan.

c. Kapasitas Produk

Kapasitas produksi dari fasilitas pengolahan oleokimia perusahaan dari tahun 2014 dengan total kapasitas terpasang 710 ton per hari untuk *fatty acid*, 400 ton per hari untuk *fatty alcohol*, 1.500 ton perhari untuk pengolahan inti sawit.

2.5. Visi dan Misi

2.4.1. Visi

Adapun visi dari PT. Domas Agroiinti Prima adalah “ Menjadi Perusahaan Oleokimia Terpadu Kelas Dunia di Indonesia”

2.4.2. Misi

Adapun misi dari perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Menyediakan produk-produk yang berkualitas tinggi dan kompetitif untuk pelanggan
- b. Mencapai dan mempertahankan operasi yang unggul
- c. Menumbuhkan organisasi dan sumber daya manusia yang terbaik

2.6. Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi dapat diartikan sebagai suatu sistem dan aktivitas yang dilakukan dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama. Didalam organisasi pembagian tugas adalah suatu keharusan, pembagian tugas akhirnya menghasilkan departemen-departemen dan *job description* dari masing-masing departemen sampai unit-unit terkecil dalam organisasi.

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan sangat diperlukan untuk merumuskan suatu organisasi yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang berhasil dalam mencapai tujuan tidak hanya tergantung pada modal dan proses industrinya tetapi tergantung pada sistem manajemen yang baik, yang mana untuk ini diperlukan struktur organisasi fleksibel dan berkembang sesuai dengan kondisi yang dihadapi perusahaan. Semua unsur organisasi perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi baik intern maupun ekstern untuk mencapai kesatuan gerak secara sinergi yang disesuaikan dengan tugas pokok masing-masing.

BAB III

PELAKSANAAN PROGRAM

3.1 Pelaksanaan KKL

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 13 Juli 2020 – 12 Agustus 2020. Dengan jadwal 5 hari kerja 1 hari off. Jam kerja hanya ada 1 shift yaitu shift pagi yang dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB. Selama KKL penulis ditempatkan pada bagian Humas yang bertugas menangani masalah hubungan internal, publisitas, advertising, press agentry, public affairs, lobbying, manajemen isu, hubungan investor, dan pengembangan. Selama berlangsungnya pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan terdapat berbagai kegiatan yang harus dilakukan setiap harinya tetapi penulis juga menangani tugas-tugas lain yang diberikan oleh karyawan di perusahaan tersebut.

Sebelum pelaksanaan KKL, penulis harus memahami dan mematuhi segala peraturan dan tata tertib yang berlaku di PT. Domas Agroiinti Prima, Tbk. Selama KKL penulis juga harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang ada. Dengan beradaptasi dan bantuan dari pembimbing serta karyawan-karyawan yang ada, penulis dapat melaksanakan tugas dan aktivitas yang diberikan oleh pembimbing dengan sebaik-baiknya.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis ditempatkan dibagian Humas Perusahaan PT Domas Agroiinti Prima. Dimana tugas seorang humas itu adalah menjadi integrasi internal, menjembatani saling pengertian anggota komunitas, sehingga menimbulkan loyalitas pada kalangan karyawan dan memperkuar etos kerja dikalangan direktur/manager. Disinilah kegiatan humas memegang peranan penting. Sebab, peran humas sangat dominan menjalin dalam hubungan antara perusahaan dan publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal, karena segala kegiatan humas terkandung unsur-unsur yakni citra baik (good image), itikad baik (good will), saling pengertian (mutual understanding), saling mempercayai (mutual appreciation) serta toleransi yang dapat menghantarkan perusahaan pada hubungan yang baik dan pada akhirnya akan membentuk citra yang positif terhadap perusahaan.

3.2 Tugas-Tugas Selama KKL

Ada beberapa tugas yang dilakukan selama berlangsungnya Kuliah Kerja Lapangan (KKL). Tugas-tugas yang dilakukan sudah disesuaikan dari awal sampai berakhirnya KKL, diantaranya adalah:

- a. Pengenalan akan perusahaan
- b. Pengarahan tentang peraturan dan tata tertib yang harus dipatuhi selama KKL
- c. Penulisan atau pembuatan surat balasan
- d. Penginputan data karyawan
- e. Pengenalan produk yang diproduksi
- f. Pertemuan dengan para kerja sama
- g. Sosialisasi
- h. Melakukan wawancara terhadap Humas perusahaan
- i. Kunjungan ke tiap-tiap bagian pabrik
- j. Kunjungan ke pengolahan produk
- k. Kunjungan ke bagian produk yang akan dipasarkan
- l. Rapat tentang program kerja sama di perusahaan
- m. Penginputan produk
- n. Penginputan data data

3.3 Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

3.3.1 Identifikasi Tugas yang Relevan

Selama pelaksanaan KKL berlangsung, penulis merasa bahwa tugas-tugas yang diberikan oleh PT Domas Agroiinti Prima sudah sesuai dengan pengetahuan atau ilmu yang penulis pelajari selama masa perkuliahaan. Contohnya saat harus berkunjung atau terjun langsung ke publik internal dan eksternal untuk mengetahui bagaimana pentingnya peran humas dalam setiap hubungan yang terjalin di dalam sebuah perusahaan.

Kemudian dalam menjaga hubungan baik dengan rekan-rekan baik internal maupun eksternal, peran humas sangat dibutuhkan untuk menjaga citra itu sendiri. Dan penulis tidak merasa canggung dalam menghadapi atau mengikuti beberapa sosialisasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan tersebut. Karena selamadi perkuliahaan, ada beberapa materi yang telah didapatkan oleh penulis melalui dosen atau pengajar mata kuliah tentang bagaimana cara humas untuk menjaga hubungan baik dengan kalangan yang bekerja sama dengan perusahaan PT Domas Agroiinti Prima.

3.3.2 Identifikasi Keterampilan Baru yang Diperoleh

Selain tugas relevan dengan materi kuliah di program studi ilmu komunikasi, penulis juga mendapat tugas-tugas baru yang tidak ditemukan dalam teori perkuliahaan sehingga memunculkan keterampilan baru dan pengalaman baru bagi penulis.

Salah satu keterampilan tersebut adalah menggunakan Microsoft Outlook. Microsoft outlook merupakan sebuah program personal information manager dari Microsoft. Outlook membantu mengatur dan mempermudah manajemen akun yang dimiliki. Dan selain itu outlook merupakan surat elektronik dan perusahaan PT Domas Agroiinti Prima menggunakan outlook untuk menerima dan mengirim surat secara elektronik.

3.3.3 Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Pada umumnya pelaksanaan KKL tidaklah semudah yang penulis bayangkan karena penulis menemukan beberapa kendala saat pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan. Tidak semua kegiatan humas dapat dilakukan dengan waktu yang baik, karena ada beberapa hal yang menjadi target sebuah perusahaan untuk meningkatkan citra positif melalui kunjungan atau sosialisasi terhadap masyarakat setempat.

Selama melakukan Kuliah Kerja Lapangan pada PT Domas Agroiinti Prima, juga mengalami beberapa hambatan,diantaranya:

1. Informasi dari pihak universitas terkait jadwal pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan yang secara mendadak dipercepat dari yang telah ditentukan, membuat penulis terkesan terburu-buru dalam mencari lokasi KKL yang tepat.
2. Kurangnya konsultasi dengan pembimbing di PT Domas Agroiinti Prima, karena terlalu banyak kesibukan mendadak yang terjadi
3. Kurangnya sosial dilingkungan karyawan sehingga membuat penulis merasa kaku untuk melakukan beberapa tugas yang telah diberikan
4. Pelaksanaan praktikum audio visual yang bersamaan dengan pelaksanaan KKL membuat konsentrasi penulis terganggu dan terkendala.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menganalisis aktivitas-aktivitas yang terlaksana selama KKL dengan beberapa teori dan pendapat opera ahli/tokoh yang diperoleh selama kuliah atau dari berbagai referensi.

4.2. Pengertian Humas

Humas adalah kegiatan-kegiatan komunikasi yang bertujuan menciptakan pemahaman melalui pengetahuan. Hubungan masyarakat atau public relations adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

Dalam perkembangannya, humas memiliki berbagai macam defenisi, ada defenisi yang sangat singkat seperti humas adalah upaya melakukan hal-hal baik sehingga mndapatkan kepercayaan.

Menurut *Frank Jefknis (1992)* humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian

Cutlip, Center dan Broom dalam Keith Butterick (2012) yang menulis salah satu buku pertama yang meringkas teori dan praktik Humas sebagai berikut; Humas adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai public yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya

Dan salah satu defenisi Humas yang dikemukakan oleh *Sukatendel dalam Ardianto (2009)*, humas adalah metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa humas merupakan fungsi manajemen untuk memberikan kesan positif pada perusahaan yang diwakilinya.

4.3 Ruang Lingkup Humas

Ruang lingkup humas meliputi hubungan publik internal (*internal public relations*) dan public eksternal (*external public relations*)

4.3.1 Ruang Lingkup Humas – Internal Public Relations

Ruang lingkup humas internal adalah orang-orang yang merupakan bagian dari suatu instansi atau perusahaan tertentu. Dalam hal ini, seorang humas menjadi PR untuk orang-orang dalam instansi atau perusahaan tersebut, tentunya sesuai dengan jabatan atau kedudukannya masing-masing. Hal ini disesuaikan dengan sifat, jenis, atau karakteristik dari organisasi itu sendiri. Ruang lingkup internal humas meliputi:

1. Employee Relations

Para pekerja di sini merupakan bagian yang berperan penting untuk mencapai tujuan perusahaan atau suatu instansi. Oleh karena itu, mereka harus dirangkul dengan membuat dan mempertahankan hubungan baik agar para pekerja juga dapat memberikan potensi terbaik mereka untuk kemajuan perusahaan.

2. Stockholder Relations

Ruang lingkup humas dalam hal ini hubungan baik harus dibina dengan para pemegang saham. Mereka yang membantu perusahaan atau suatu instansi tetap bertahan.

3. Labour Relations

Ruang lingkup humas dalam hal ini seorang PR bertugas untuk menjaga hubungan baik antara pimpinan dengan para buruh. Pelaksanaan ruang lingkup humas ini untuk menjaga terjadinya kesalahpahaman dan hubungan yang buruk antara atasan dan bawahan

4. Manager Relations

Manager adalah orang-orang terpilih yang berandil besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, hubungan baik harus tetap dijaga. Disinilah ruang lingkup humas berperan

5. Humas Relations

Ruang lingkup humas ini menyangkut hubungan yang baik harus dibina oleh perusahaan dengan seluruh warga perusahaan sebagai manusia agar timbul rasa persaudaraan, kesetiakawanan dan nantinya akan memunculkan team work yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan

4.3.2 Ruang Lingkup Humas – External Public Relations

Ruang lingkup humas ini mencakup tugas seorang humas dalam menjaga hubungan baik dengan pihak luar. Hal ini untuk menciptakan nama baik yang sangat

penting untuk perusahaan atau instansi. Bentuk-bentuk hubungannya yaitu sebagai berikut;

1. Press Relations

Kegiatannya meliputi press release, press conference, press interview, pres room, press reception, dan adanya press tour

2. Government Relations

Menjaga hubungan baik dengan pemerintah diperlukan karena akan banyak sekali kepentingan-kepentingan yang ada di dalamnya terdapat peran pemerintah. Salah satu caranya dengan mensponsori kegiatan-kegiatan pemerintahan

3. Community Relations

Menjaga hubungan baik dengan warga setempat agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Salah satu cara dengan memberikan beasiswa. Inilah ruang lingkup humas yang berhubungan dengan community relations

4. Consumer Relations

Menjaga hubungan baik dengan para konsumen agar apa yang dipasarkan dapat diterima baik oleh konsumen. Caranya dengan memberikan info yang lengkap mengenai produk atau jasa yang ditawarkan

4.4 Pengertian Citra

Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis tetapi wujudnya bias dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari public (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. (Ardianto, 2009). Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesa-kesan yang baik dan menunggingkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi yang diwakili oleh pihak humas.

Pengertian citra (*image*) adalah nilai kepercayaan yang konkretnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses yang cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini public yang lebih dari abstrak.

Webster (1993) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu. *Kotler (1995)* secara luas mendefinisikan citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang pada suatu objek. Objek yang dimaksud bias berupa orang, organisasi, kelompok orang atau yang lain yang dia ketahui.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra merupakan pendapat-pendapat baik positif atau negative dari masyarakat kepada suatu organisasi atau lembaga (perusahaan).

4.5 Tujuan Kegiatan Humas (PR)

Istilah public relations yang dikenal sekarang ini, secara sederhana disebut juga Hubungan masyarakat atau bisa juga disingkat Humas. Hubungan masyarakat/public relations pada hakikatnya adalah aktivitas, sehingga tujuan hubungan masyarakat/public relations dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi. Menurut Frida Kusumastuti (2002:20), tujuan humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi)

Saling pengertian dimulai dari saling mengenal atau mengetahui satu sama lain. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan/public relations harus menunjukkan adanya usaha untuk saling mengenal dan mengerti antara publik dan organisasi. Sifat komunikasinya cenderung informatif yaitu dengan memberikan informasi kepada publik tentang organisasi, baik menyangkut isu-isu ataupun kegiatan yang diadakan organisasi.

2. Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi)

Untuk mencapai tujuan saling percaya, seorang humas harus menerapkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Dengan ketulusan/kebaikan, seorang humas harus mampu mempersuasi publik untuk percaya kepada organisasi, sebaliknya juga organisasi untuk percaya kepada publiknya. Misalnya, hubungan dengan pers, seorang humas memberikan informasi kepada organisasi dan pers. Seorang humas harus mampu meyakinkan kedua belah pihak untuk dapat menerima dan menghormati kepentingan masing-masing. Selain itu juga harus mampu meyakinkan bahwa publisitas yang buruk merupakan suatu halangan bagi pihak organisasi.

3. Memelihara dan menciptakan kerjasama (Aspek Psikomotoris)

Tujuan berikutnya adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya bantuan dan kerjasama nyata. Artinya, bantuan dan kerjasama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan.

Frank Jefinks (1995:63) mendefinisikan dari sekian banyak hal yang dapat dijadikan tujuan public relations sebuah perusahaan, beberapa di antaranya yang pokok adalah:

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak/masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk meningkatkan bobot kualitas calon pegawai.
3. Untuk menyebarkan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
5. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atas saham tambahan.
6. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayak/masyarakatnya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan keçaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak/masyarakat terhadap niat baik perusahaan.
7. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
8. Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
9. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi risiko pengambilalihan (take-over) oleh pihak-pihak lain.j.Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.
10. Untuk menyebarkan informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
11. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor suatu acara.

Kegiatan humas yang dilakukan oleh PT Domas Agroiinti Prima tidak terlepas dari apa yang menjadi fungsi dan peran humas itu sendiri pada umumnya. Peran humas di PT Domas Agroiinti Prima terkait upaya dalam meningkatkan citra positif yaitu ada 5, diantaranya ialah:

a. Peran sebagai fasilitator komunikasi

Humas PT Domas Agroiinti Prima dalam hal ini bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya serta apa yang menjadi keluhan publiknya terhadap perusahaan.

b. Peran sebagai penanganan masalah

Humas terkadang akan menghadapi sebuah kondisi yang dapat merusak bahkan meruntuhkan citra sebuah instansi. Kondisi yang demikian tentu sangat tidak diharapkan. Namun, bias terjadi kapan saja. Oleh karena itu, salah satu tugas humas adalah menjadi fasilitator penanganan masalah dalam hal ini sebagai pusat komplain. Sebagai pusat komplain, humas tentu dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar mampu memberikan penjelasan dengan baik kepada publik terkhusus internal. Seperti yang diungkapkan salah satu bagian staf Sumber Daya Manusia (SDM) bahwa: Sebenarnya kita itu sebagai humas mempunyai tugas pokok dan peran yaitu sebagai pusat komplain, pengaduan, melayani media, kemudian pemasaran bahkan masyarakat sekalipun.. Disinilah letak humas harus mampu untuk berperan sebagai *public relations*. Kuncinya adalah komunikasi, penampilan humas itu adalah bagaimana menjaga komunikasi dengan publiknya (Wawancara Tanggal 30 Juli 2020)

c. Peran sebagai sarana pemasaran

Humas juga menjadi sarana marketing di PT Domas Agroiinti Prima. Dalam hal ini humas menjadi motor penggerak dalam meningkatkan penjualan jasa produk. Melalui berbagai kegiatan seperti seminar, bakti social, kerja sama dengan mitra, dan even-even lainnya. Humas berusaha untuk meningkatkan penjualan produk dan sekaligus meningkatkan citra positif perusahaan itu sendiri dimata publiknya, karena melihat bahwa perusahaan yang dikelola memiliki tujuan yang jelas.

d. Membina hubungan media

Humas dan media akan selalu bersinggungan. Apalagi jika ada perkembangan terbaru mengenai PT Domas Agroiinti Prima sudah tentu media akan terlibat. Oleh

karena itu, humas memegang peranan dalam mengelola hubungan dengan para Humas harus bekerja sama dengan media untuk bias menyiarkan perkembangan perusahaan itu sendiri, agar dapat dikenal oleh masyarakat dan tentu saja akan meningkatkan citra perusahaan.

e. Peran sebagai teknisi komunikasi

Sebagai teknisi komunikasi, humas PT Domas Agroiinti Primaikut terjun langsung dilapangan dalam mengeksekusi dan mengawasi program yang telah dibuat. Humas dalam menjalankan perannya sebagai teknisi komunikasi bertugas mengelola media internal yang dimiliki perusahaan itu sendiri.

Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan citra PT Domas Agroiinti Prima, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

1. Sudah adanya Posko Pengaduan

Sudah adanya posko pengaduan sehingga dapat dengan mudah dan cepat merespon aduan pelanggan atau masyarakat. Sehingga permasalahan yang terjadi dapat terselesaikan cepat dan baik. Menjaga dan meningkatkan citra perusahaan PT Domas Agroiinti Prima merupakan tujuan utama humas, sehingga humas dapat dikatakan sebagai wajah perusahaan.

2. Kebijakan atasan

Salah satu faktor pendukung kerja-kerja humas adalah kebijakan yang diberikan oleh atasan terkait pengelolaan media dan dokumentasi. Humas diberikan hak penuh untuk mengotrol kegiatan yang berhubungan dengan mediadan dokumentasi.

3. Masyarakat setempat

Penerimaan masyarakat dengan keberadaan perusahaan itu sendiri, membantu humas dalam menjalankan setiap peran dan tugasnya. Terutama dalam meningkatkan citra yang baik terhadap perusahaan melalui hubungan yang baik dengan masyarakat setempat.

b. Faktor Penghambat

1. Sarana dan prasarana

Salah satu penghambat dalam melaksanakan aktivitas humas adalah sarana dan prasarana yang masih terbatas.

2. Sumber Daya Manusia

Kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh humas membuat kinerja-kinerja humas perusahaan tersebut menjadi sedikit terhambat, karena dengan berbagai tugas dan tanggung jawab yang begitu banyak diberikan kepada humas, membuat pejabat humas kewalahan dengan sumber daya manusia yang mereka miliki saat ini.

3. Pendanaan

Hal ini sudah menjadi masalah klasik di hampir semua instansi, begitupun yang terjadi di PT Domas Agroiinti Prima. Dana menjadi salah satu faktor penghambat humas dalam menjalankan setiap program kerja yang akan mereka jalankan. Karena anggaran dana yang diberikan kepada humas membuat kerja-kerja humas menjadi sedikit terhambat.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini penulis mendapatkan banyak pengetahuan secara nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan, sehingga dapat di praktekkan secara baik ketika melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL). Selain itu Kuliah Kerja Lapangan merupakan sarana bagi mahasiswa/i untuk mengenal, mengetahui bahkan terjun langsung di duniakerja nyata sekaligus mengenal lingkungan kerja dan kondisi kerja yang nantinya akan dihadapi mahasiswa/i setelah lulus kuliah.

Berdasarkan uraian kuliah kerja lapangan yang penulis telah lakukan terhadap peran humas dalam meningkatkan citra PT Domas Agroiinti Prima, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Ada 5 Peran Humas PT Domas Agroiinti Prima dalam meningkatkan citra perusahaan, yaitu:
 - a. Peran sebagai Fasilitator Komunikasi
 - b. Peran sebagai Penanganan Masalah
 - c. Peran sebagai Sarana Pemasaran
 - d. Peran sebagai Membina Hubungan Media
 - e. Peran sebagai Teknisi Komunikasi
2. Faktor pendukung dan penghambat Humas dalam meningkatkan citra perusahaan PT Domas Agroiinti Prima, yaitu:
 - a. Faktor pendukung
 1. Adanya posko pengaduan
 2. Kebijakan atasan
 3. Masyarakat setempat
 - b. Faktor penghambat
 1. Sarana dan prasarana
 2. Sumber daya manusia
 3. Pendanaan

5.2 SARAN

Setelah melakukan kuliah kerja lapangan selama satu bulan dan mengambil bagian humas dalam rangka meningkatkan citra perusahaan PT Domas Agroiinti Prima, maka disarankan sebagai berikut:

1. Dalam pemanfaatan *website* perusahaan sebaiknya informasi pada website harus lengkap dan jelas serta selalui diperbaharui agar publik eksternal dapat mengetahui kegiatan-kegiatan di PT Domas Agroiinti Prima
2. Sebaiknya dalam penggunaan media komunikasi humas dengan public internalnya, perlu ditambahkan booklet atau majalah singkat tentang segala informasi di perusahaan.
3. Hubungan karyawan dengan mahasiswa/i KKL diharapkan selalu terjaga keharmonisannya agar dapat tercipta suasana kerjasama yang baik
4. Diharapkan supaya PT Domas Agroiinti Prima tetap menjaga mutu produksinya agar tetap bersaing dipasar global

DAFTAR PUSTAKA

1. Cutlip S.M, dkk. 2006., *Effective Public Relations*. Jakarta :Prenada Media Group
2. http://www.academia.edu/23926094/DASAR_DASAR_HUMAS
3. <http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-humas/>
4. Butterick, Keith, 2012, *Pengantar Public Relations TeoridanPraktik*, Jakarta: RajawaliPers.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax: (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax: (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 448/FIS.0/01.3/VII/2020

09 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Yth.

Pimpinan PT. Domas Agroiinti Prima

Kuala Tanjung - Batubara

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu kiranya dapat memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa/i kami dengan data sebagai berikut :

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Catharine Cintia	178530024
2	Mariana Simatupang	178530008
3	Dian Nirwana Nst	178530136

Untuk memberi izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di **PT. Domas Agroiinti Prima**. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dimaksud guna menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/i, dan KKL dilaksanakan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020.

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam Kuliah Kerja Lapangan (KKL) serta menerbitkan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan KKL pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Belinda
Belinda Masitho Batubara, S.Sos, M.AP

Cc.File