

STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PT PERKEBUNAN NUSANTARA VIII JAWA BARAT DAN BANTEN DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF

Ria Juanisya¹, Diny Fitriawati²

Universitas ARS, Bandung

juanisyarita13@gmail.com diny.fitriawati@ars.ac.id

ABSTRACT

PT Perkebunan Nusantara VIII is one of the company business units engaged in plantations and the center of business activity is in the office of the directors of Bandung, West Java. Has a corporate secretary divisions in it there Public Relations department. The purpose of this study is find out how Media Relations Strategy Public Relations PT Perkebunan Nusantara VIII in Improving Positive Image. Researchers use Frank Jefkins' theory of general principles to fostering relations with the mass media as a means of communications. The Research uses qualitative research with descriptive qualitative, the research subjects of primary consisted of 1 key informant and 3 informants while secondary data collections consisted of document, archives, and the internet. Based on the results of research on media relations strategies have applied the theory of Frank Jefkins by serving the media with providing media need suchs as Press Release, by establishing a reputations for reliability by inviting media to the event activities such as the anniversary PT Perkebunan Nusantara VIII and Corporate Social Responsibility activities, by supplying good copy by provide neat and accurate copies making it easy for the media to upload news, by providing cooperations in providing material by giving archived news tips, by providing verifications facilities by provide reporters needs when covering activities, by building personal relationship with the media by holding media gatherings and always sharing information and activities about the company and the media. By establishing a good relationship with journalist can enhance the positive image of PT Perkebunan Nusantara VIII.

Key Words: *Public Relations, Strategi of Media Relations, PT Perkebunan Nusantara VIII, Positive Image*

ABSTRAK

PT Perkebunan Nusantara VIII merupakan salah satu unit bisnis perusahaan bergerak dibidang perkebunan dan pusat kegiatan usaha berada di Kantor Direksi Bandung Jawa Barat. Memiliki bagian divisi Sekretaris Perusahaan yang didalamnya terdapat bagian Humas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Media Relations Humas PTPN VIII dalam meningkatkan citra positif. Peneliti menggunakan teori Frank Jefkins dari prinsip umum untuk membina hubungan dengan media massa sebagai sarana komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis deskriptif kualitatif, subjek penelitian data primer terdiri dari 1 key informan dan 3 informan sedangkan data sekunder terdiri dari dokumen, arsip, dan internet. Berdasarkan hasil dari penelitian terhadap strategi media relations PT Perkebunan Nusantara VIII telah menerapkan teori dari Frank Jefkins yaitu melayani dan memahami media dengan memberikan kebutuhan media seperti Press Release, membangun reputasi yang dapat dipercaya media dengan mengundang media diacara kegiatan yang dilakukan seperti acara ulang tahun PT Perkebunan Nusantara VIII maupun kegiatan Corporate Sosial Responsibility, menyediakan salinan informasi yang memadai dengan memberikan salinan yang rapi dan akurat agar memudahkan media untuk mengupload berita, bekerjasama dengan penyedia materi informasi dengan memberikan keliping berita yang diarsipkan, menyediakan fasilitas verifikasi dengan memberikan kebutuhan wartawan

ketika akan meliput kegiatan, dan membangun hubungan personal yang kokoh dengan media dengan mengadakan media gathering dan selalu berbagi informasi dan kegiatan mengenai perusahaan maupun media. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan wartawan bisa meningkatkan citra positif untuk PT Perkebunan Nusantara VIII

Kata Kunci: *Hubungan Masyarakat, Strategi Media Relations, PT Perkebunan Nusantara VIII, Citra Positif*

Korespondensi: Ria Juanisya Universitas ARS, Bandung

. Email: juanisya13@gmail.com

Submitted: Juli 2020 | **Accepted:** Agustus 2020 | **Published:** Desember 2020

P-ISSN 2620-3111 | E-ISSN 2685-3957 | Website: <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>

PENDAHULUAN

PT Perkebunan Nusantara VIII atau disingkat PTPN VIII adalah salah satu diantara perkebunan milik negara yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 13 tahun 1996, seperti yang dinyatakan dalam akta Notaris Harun Kamil, S.H., No. 41 tanggal 11 maret 1996 dan telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan C2-8336.HT.01.01.TH.96 tanggal 8 Agustus 1996. Akta penderian ini selanjutnya mengalami perubahan sesuai dengan akta Notaris Sri Rahayu Hadi Prasetyo, SH., No. 05 tanggal 17 September 2002 dan telah mendapat persetujuan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Oktober 2002. PTPN VIII mengelola beberapa kebun dan unit usaha yang tersebar di Provinsi Jawa Barat dan Provinsi Banten. PTPN VIII memiliki Direktur Utama membawahi empat bagian salah satunya adalah sub bagian Sekretaris Bidang Humas.

Fungsi humas tidak terlepas dari image positif di mata publiknya, selain itu fungsi humas memberitahukan sesuatu kepada publiknya untuk menarik perhatian yang akan memperoleh tanggapan berupa citra positif. Humas harus mengadakan kontak social kepada kelompok masyarakat untuk menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi dan humas tentunya harus memiliki rasa tanggung jawab social sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat. Selain itu humas harus melakukan berbagai macam kegiatan komunikasi kepada publiknya dengan menggunakan media Humas sebagai sarana penyampaian informasi. Media relations tentu sangat erat kaitannya dengan wartawan, maka dari itu membina hubungan baik antara humas dan wartawan sangat dibutuhkan perusahaan untuk meningkatkan citra.

Hubungan dengan media merupakan hal yang sangat penting dalam pekerjaan seorang humas untuk mencapai tujuan dari setiap kegiatan yang dilakukan humas. Salah

satu tujuan pekerjaan humas adalah membangun citra yang positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi. Tetapi yang menjadi masalah, selama ini hubungan antara humas dan wartawan sering tidak harmonis. Sering kali seorang humas merasa bahwa wartawan adalah profesi yang sering mengganggu pekerjaannya. Sedangkan dalam pandangan wartawan, humas adalah profesi yang sangat pelit informasi. Informasi yang dimiliki oleh humas sering kali di sembunyikan. Tindakan ini jelas sangat menyulitkan wartawan untuk mendapatkan informasi. Oleh karena itu dibutuhkan cara-cara yang tepat untuk menjalin hubungan baik antara humas dengan institusi media maupun pekerja-pekerja media. (Darmasutri, 2012:44)

Sistem Manajemen PT Perkebunan Nusantara VIII berkaitan dengan prosedur kerja yang terdapat kegiatan media relations seperti Press Release maupun Press Conference. Press Release adalah sebuah bentuk pernyataan atau sikap perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan atau kebijakan perusahaan yang up to date melalui media massa. Press Release menganalisa kegiatan perusahaan dan anak perusahaan yang bernilai berita, menyiapkan tulisan dan foto, menyiapkan data media atau nama wartawan yang akan dihubungi, memuat dalam media PTPN VIII (majalah, website, media sosial), dan selalu menerapkan system manajemen PTPN VIII secara konsekwen dan melakukan pengendalian resiko setiap aktivitas pekerjaan. Press Conference adalah satu bentuk pertemuan dialogis antara juru bicara/CEO/Pejabat Humas dengan para jurnalis untuk mengumumkan suatu informasi baru atau menklarifikasi suatu hal yang dianggap penting dan mendesak. Press Conference mempersiapkan materi dan juru bicara, mengundang media massa yang dianggap strategis, mempersiapkan jadwal (acara, tempat, waktu, dan biaya), Humas mempertimbangkan dan melakukan pengendalian resiko pada aktivitas Press Release.

PTPN VIII dalam aktivitasnya telah menjalin kerjasama dengan beberapa media, baik media cetak maupun online. Media cetak yaitu Tribun Jabar dan Pikiran Rakyat. Sedangkan media online yaitu diantaranya AyoBandung, Balebandung, AntaraNews, Inilahkoran, Republika, dan Media Indonesia. Dengan adanya kerjasama dengan beberapa media guna membangun informasi yang bernilai berita secara cepat dan berkualitas. Humas PTPN VIII menjalin kerjasama dengan bebrbagai media selain meningkatkan citra positif juga dapat membantu humas dalam pemberitaan negatif yang sangat mempengaruhi opini public yang akan berpengaruh terhadap perusahaan.

Humas

Menurut John D. Millet (Ruslan, 2012:341) humas dalam yang terdapat di instansi/lembaga pemerintahan mempunyai beberapa tugas penting, yaitu sebagai berikut:

1. Mengamati dan mempelajari tentang bagaimana keinginan yang terdapat dalam masyarakat.
2. Memberikan nasihat atau saran untuk menanggapi apa yang dilakukan oleh instansi/lembaga pemerintahan seperti yang dihendaki oleh pihak publiknya.
3. Mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat-aparat pemerintah.
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu instansi/lembaga pemerintahan yang bersangkutan.

Tujuan humas menurut Widjaja (2008:55) untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni publik (umum,masyarakat). Tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi Lembaga atau suatu organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan lain komunikasi yang harmonis dan timbal balik.

Strategi Media Realations

Menurut Frank Jefkins (Nurudin, 2008) humas harus terus mengadakan perubahan dan perbaikan agar hubungan baik dengan media dapat terus terjaga dengan baik dan dapat dilakukan dengan strategi media relations yang meliputi:

1. Servicing The Media (melayani media)

Praktisi Humas yang berhasil adalah mereka yang bisa menjalin hubungan dengan media secara baik sebab hampir lima puluh persen seluruh kegiatannya berhubungan dengan media. Hubungan ini tidak berarti bahwa media adalah yang membutuhkan publikasi media. Jadi, agar terciptanya hubungan yang baik, memahami, serta melayani apa kebutuhan media menjadi hal yang utama.

2. Estabilishing a reputations for reability (membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya)

Para praktisi humas sudah sepantasnya senantiasa siap menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat, lengkap, dan terpercaya dimana saja dan kapan saja dibutuhkan. Cara seperti ini tidak saja akan mendekatkan diri dengan

para wartawan namun juga mengembangkan reputasi yang baik. Praktisi humas akan dipercaya sebagai sumber informasi yang andal, lengkap, dan tepat tentang perusahaannya.

Bukan pada tempatnya praktisi humas cenderung menutup diri, egois, dan mau menang sendiri. Semua itu justru menumbuhkan antipasti wartawan. Bahkan, kredibilitas dirinya akan semakin berkurang. Jika suatu saat ia membutuhkan wartawan bisa jadi tak ada wartawan yang percaya lagi. Oleh karena itu komunikasi timbal balik yang dijaga antara praktisi humas dengan wartawan merupakan “harga mati”.

3. Supplying Good Copy (menyediakan salinan yang baik)

Salinan ini tidak hanya berupa data-data yang tercetak dalam kertas, tetapi juga rekaman foto, kaset, atau video yang berguna bagi wartawan. Keahlian dalam mengoperasikan peralatan tersebut akan mendukung kegiatan humas. Saat ini keadaannya sungguh sangat modern. Penguasaan komputer dan jaringan internet sudah sangat sepantasnya menjadi tuntutan para praktisi humas untuk menguasainya. Jadi tidak lagi gagap teknologi. Misalnya ada wartawan yang meminta foto yang kebetulan belum ada dan meminta humas mengirim via e-mail tentu praktisi harus bisa mengirimnya.

4. In Providing Material (Bekerjasama dalam penyediaan materi)

Karena pekerjaan praktisi humas saat berkaitan erat dengan wartawan, maka kedua pihak itu harus bekerjasama dengan baik. Misalnya kerjasama untuk mempersiapkan dan melangsungkan acara wartawan atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

5. Providing Verifications Facilities (Menyediakan fasilitas yang memadai)

Jika para wartawan tersebut masih sangsi dengan materi yang diberikan oleh praktisi humas, maka humas harus siap menerima wartawan yang ingin mengecek ulang materi. Misalnya, terjadi kecurigaan bahwa perusahaan telah mencemari lingkungan warga dan wartawan ingin cek ulang. Bila humas yakin bahwa perusahaan tidak melakukan itu maka humas harus mengizinkan wartawan untuk melihat langsung kenyataan di lapangan yang sebenarnya dengan mengundang wartawan secara langsung ke tempat yang diduga menjadi sumber permasalahan,

seperti pencemaran maka humas harus menyanggupi agar wartawan melihat tempat pembuangan limbah yang ada diperusahaan.

6. Building Personal Relationship With The Media (Membangun hubungan personal yang kokoh)

Kejujuran, keterbukaan, serta saling pengertian antara humas dan wartawan sudah selayaknya dilakukan. Hanya dengan cara seperti itulah hubungan personal yang kokoh akan terpelihara dengan baik. Hubungan yang baik tentu akan berimplikasi pada pemberitaan yang baik pula. Tetapi dengan hubungan personal yang buruk, berita baikpun bisa berubah menjadi buruk pula. Hubungan yang baik harus terus dilakukan bahkan ketika humas tidak sedang membutuhkan wartawan Jangan biasakan menghubungi wartawan apabila sedang butuh saja namun berikan bentuk wujud kepedulian yang membuat hubungan baik menjadi kokoh dan menjadi fondasi bagi humas dan media.

Melalui prinsip-prinsip hubungan pers yang positif ini diharapkan akan terciptanya suatu hubungan yang positif pula bagi kedua belah pihak baik untuk humas perusahaan maupun dengan khalayak media (pers).

Defini Citra

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan). Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan tanggapan baik positif dan negatif yang khususnya datang dari publik dan masyarakat luas pada umumnya.(Ruslan, 2012:75). Pada dasarnya pengertian citra itu abstrak akan tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian seperti rasa hormat dari publiknya atau masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang didukung dengan data kualitatif, menurut peneliti kualitatif sanggup menjawab atas pertanyaan itu karena memang penelitain kualitatif lebih mementingkan makna. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pemahaman tentang suatu fenomena. (Meleong, 2004:3)

Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, peneliti melakukan tanya jawab dengan pihak terkait. Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif, menurut Sugiyono (2006:138) wawancara merupakan alat re-checking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Peneliti melakukan wawancara dengan 3 informan salah satu Key informan yang dilakukan penelitian ini adalah M. Reza P.D.P selaku kepala sub bagian umum dan humas. Key informan yaitu mereka yang mengetahui dan yang memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. (Sugiyono,2010)

Penelitian ini bertujuan untuk memberi informasi dan gambaran yang lebih jelas dan lengkap serta memungkinkan untuk melakukan observasi. Untuk itu maka penelitian menetapkan lokasi penelitian di kantor direksi yang berada di Jl. Sindangsirna No.4, Gegerkalong Kec. Sukasari, Kota Bandung Jawa barat 40153.

Penelitian menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan peneliti untuk data primer merupakan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi sedangkan data sekunder merupakan data yang mendukung lewat dokumen, arsip, dan internet seperti web portal PTPN VIII untuk menambahkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari peneliti yang dilakukan di PT Perkebunan Nusantara VIII dalam melayani media sudah diterapkan dari awal mula terbentuknya PT Perkebunan Nusantara VIII. Pelayanan media yang dilakukan Humas PTPN VIII tidak hanya media yang bekerjasama dengan PTPN VIII akan tetapi semua media yang mana saja yang meminta data data mengenai PTPN VIII.

Kegiatan-kegiatan pers pun dilakukan oleh PTPN VIII yaotu seperti Press Release menganalisa kegiatan perusahaan dan anak perusahaan yang bernilai berita, menyiapkan tulisan dan foto, menyiapkan data media atau nama wartawan yang akan dihubungi, memuat dalam media PTPN VIII (majalah, website, media sosial), dan selalu menerpan system manajemn PTPN VIII secara konsekwen dan melakukan pengendalian resiko setiap aktivitas pekerjaan. Press Conferense adalah satu bentuk pertemuan dialogis anantara juru bicara/CEO/Pejabat Humas dengan para jurnalis untuk mengumumkan suatu informasi baru atau menklarifikasi suatu hal yang dianggap penting dan mengumumkan

suatu informasi baru atau menklarifikasi suatu hal yang dianggap penting dan mendesak. Press Conference mempersiapkan materi dan juru bicara, mengundang media massa yang dianggap strategis, mempersiapkan jadwal (acara, tempat, waktu, dan biaya).



Sumber: Media Online Antaranews, 2019

Gambar 1 Foto Unggahan berita media yang bekerjasama dengan PTPN VIII yang terdapat kegiatan Press Conference dengan media

Melihat hasil dari peneliti Humas PTPN VIII mempunyai hubungan yang baik dengan wartawan, hal ini diperkuat dengan dokumentasi penulis selama melakukan penelitian. Hasil dari penelitian berhubungan dengan teori Frank Jefkins teori ini membina hubungan dengan media dengan *by serving the media, by establishing a reputations for reliability, by supplying good copy, by providing cooperations in providing material, by providing verifications facilities, by building personal relationship with the media* untuk mengupas masalah yang terdapat dari hasil penelitian PT Perkebunan Nusantara VIII.

1. *Servicing The Media* (melayani media)

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan Humas PTPN VIII kepada media. Humas PTPN VIII dalam aktivitasnya telah melayani media dengan menciptakan hubungan baik dengan media massa dengan apa yang media butuhkan seperti halnya Press Release. Humas selalu memberikan data tentang perusahaan dengan media mana pun yang berkaitan dengan isu-isu yang terkait. PTPN VIII memberikan pelayanan melalui hubungan baik secara personal dengan wartawan dikarenakan ruang lingkup perusahaan yang sangat luas mencakup Jawa Barat dan Banten. Dimana Sekretaris Perusahaan dan Manajemen Kebun/Unit ikut berpartisipasi untuk melayani dan bertanggung jawab atas semua pemberitaan yang diterbitkan kepada media.

2. *Estabilishing a reputations for reability* (membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya)

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan Humas PTPN VIII dalam membangun reputasi agar dapat dipercaya. PTPN VIII harus bisa dipercaya media dengan kegiatan untuk dapat meningkatkan reputasi PTPN VIII dan terdapat nilai-nilai berita didalamnya. Sejauh ini humas PTPN VIII selalu mengundang para wartawan dalam hal untuk meningkatkan reputasi atau brand image seperti launching produk, bantuan CSR, penerima ekspor, kunjungan kerja Direksi dan menjaga brand image melalui pemberitaan positif. Membangun reputasi sangat penting karena untuk dapat membuat pemberitaan yang positif dan mengurangi pemberitaan negatif yang berkaitan dengan humas perusahaan.

3. *Supplying Good Copy* (menyediakan salinan yang baik)



Sumber: Web Portal, 2019

Gambar 2 Tampilan depan aplikasi berbasis web

Strategi ini adalah strategi yang menyediakan naskah informasi yang baik. Humas PTPN VIII telah menerbitkan portal yaitu www.portalpn8.net yang berisi aplikasi-aplikasi berbasis web yang berfungsi melayani setiap pihak yang berkepentingan dengan PTPN VIII. Sebagai media pengolahan dan layanan penyediaan data dan informasi internal perusahaan. Meskipun terdapat beberapa informasi mengenai kegiatan akan tetapi adanya portal web tidak memenuhi kebutuhan wartawan untuk itu humas PTPN VIII dalam memasok materi PTPN VIII mempunyai orang yang berbeda tugas dalam sebuah pemberitaan dan memberikan salinan tersebut dengan baik dan benar sehingga wartawan hanya perlu mengecek ulang dan tidak perlu mengoreksi salinan yang diberikan.

4. In Providing Material (Bekerjasama dalam penyediaan materi)

Strategi humas yang dilakukan adalah untuk bekerjasama dalam penyediaan bahan materi. Humas PTPN VIII tidak melakukan kerjasama dengan materi dikarenakan terdapat tenaga ahli dalam penyediaan materi dalam pemberitaan. Jika wartawan membutuhkan informasi mengenai pemberitaan, media bisa menghubungi yang bersangkutan dengan pemberitaan. Humas perusahaan mempunyai keliping berita yang diarsipkan untuk menjadi bukti perusahaan. Untuk itu humas hanya memberikan informasi kepada wartawan tanpa ada kerjasama dalam membuat materi.

5. Providing Verifications Facilities (Menyediakan fasilitas yang memadai)

Strategi ini adalah strategi yang diberikan humas kepada wartawan untuk menunjang fasilitas yang akan digunakan media akan tetapi sejauh ini PTPN VIII belum memiliki

fasilitas ruangan khusus untuk wartawan. Humas PTPN VIII akan memberikan fasilitas umum saja ketika media membutuhkan dalam meliput kegiatan humas akan memberikan semua kebutuhan media agar media merasa nyaman dalam meliput berita.

6. *Building Personal Relationship With The Media* (Membangun hubungan personal yang kokoh)

Strategi yang dilakukan Humas dan wartawan dalam membangun hubungan personal dengan media yaitu humas PTPN VIII selalu mengadakan kegiatan media gathering dalam jangka waktu empat kali dalam setahun. Dalam mengadakan kegiatan tersebut humas hanya mengundang media yang dianggap strategis oleh PTPN VIII jadi tidak semua media akan diundang oleh humas dalam kegiatan media gathering. Dalam membangun hubungan personal humas dan wartawan selalu sharing informasi dan sharing kegiatan baik dari perusahaan maupun media.

Humas PTPN VIII sudah melakukan kegiatan media relations sesuai dengan teori Frank Jefkins, walaupun selama melakukan kegiatan ada kekurangan dan hambatan yang dilakukan humas PTPN VIII. Menjalin hubungan yang baik sangat penting dilakukan agar berita yang berkaitan dengan PTPN VIII dalam meningkatkan citra dapat dipublish oleh media.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapat dari pengolahan data dan informasi narasumber atas penelitian mengenai Strategi Media relations Humas PT Perkebunan Nusantara VIII dalam meningkatkan citra positif ada beberapa yang perlu evaluasi dalam membina hubungan wartawan seperti fasilitas yang diberikan dan penyediaan bahan materi perlu ditingkatkan lagi.

Adapun dari beberapa point yang akan membantu untuk meningkatkan hubungan humas dan wartawan untuk memberikan saran yang diharapkan bisa membantu memperbaiki hubungan humas dengan wartawan dan meningkatkan efektivitas maka peneliti menarik kesimpulan untuk bisa dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Humas PTPN VIII harus mempertimbangkan kembali strategi media relations seperti ketika menyediakan bahan materi untuk wartawan, bila wartawan bisa berpartisipasi dalam kerjasama terhadap Press Release tidak terjadi kesalahpahaman terhadap pemberitaan yang dibuat dan wartawan tidak akan

menghubungi pihak terkait apabila ada berita yang kurang menarik untuk diangkat atau dipublish kepada media. Humas PTPN VIII harus bisa lebih aktif dalam kegiatan yang mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan nilai-nilai berita.

2. Dalam penyediaan fasilitas meskipun bumas PTPN VIII telah memberikan fasilitas yang dibutuhkan terhadap media sudah terpenuhi akan tetapi harus lebih ditingkatkan dan menanyakan apa saja yang dibutuhkan media selain kebutuhan untuk liputan agar media merasa nyaman saat meminta berita untuk kebutuhan perusahaan.
3. Menajalin hubungan baik tidak hanya didalam kantor dan kegiatan penting berhubungan baik dengan wartawan. Diharapkan humas PTPN VIII mengadakan kegiatan diluar perusahaan dengan santai seperti kegiatan coffe morning ataupun coffee evening untuk meningkatkan dan mendekatkan diri kepada wartawan diluar kegiatan umum yang berkaitan dengan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. (2019, November 18). "National Tea Competition 2019" upaya dongkrak industri teh Indonesia. Diperoleh dari <https://www.antaraneews.com/berita/1119206/national-tea-competition-2019-upaya-dongkrak-industri-teh-indonesia>
- Arovi, M. (2016). Strategi Media Relations Humas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra Positif. *Jom FISIP UR*, Volume 3 No.02 - Oktober 2016. <https://media.neliti.com/media/publications/33158-ID-strategi-media-relations-humas-ptperkebunan-nusantara-v-pekanbaru-ptpn-v-pekanba.pdf>
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dian Lestari, & Rizki, M. F. (2019). Strategi Media Relations Humas Kementerian Sosial Republik Indonesia Pada Program Prioritas. *Avant Garde*, Vol. 07, No.02, Desember, 234-246. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/918>
- Meleong, Lexy J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Prasada.
- Sheren Audina, & Aruman, A. E. (2018). Strategi Media Relations Dalam Program CSR Geopark Ciletuh : Studi PT Bio Farm. *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 1 No. 2, Agustus 2018. <https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/36>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Widjaja, H.A.W (2008). *Komuikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Website

<http://www.portalpn8.net>