

## STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN STAKEHOLDER INTERNAL

**Leli Arnita Hasibuan, Desiana**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal  
[leliarnita64@gmail.com](mailto:leliarnita64@gmail.com), [desiana@stain-madina.ac.id](mailto:desiana@stain-madina.ac.id)

### **Abstrak**

*Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi yang digunakan oleh Public Relations dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal. Tujuannya adalah untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh Public Relations PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal, dalam hal menjalin hubungan baik dengan stakeholder internalnya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan Public Relations PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal. Strategi yang digunakan adalah pengenalan, keterbukaan, komunikasi tanpa batasan, penghargaan PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal harus memberikan motivasi lebih baik lagi, dan juga mengapresiasi kinerja karyawan dari perdivisi hingga keseluruhan.*

**Kata Kunci:** Strategi, Public Relation, PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal

### **Abstrak**

*This study discusses how the strategies used by Public Relations in establishing good relations with internal stakeholders of PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal. The aim is to find out what strategies are carried out by PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal Public Relations, in terms of establishing good relations with its internal stakeholders. The method used is a qualitative method. The data collection technique used was an in-depth interview with the Public Relations of PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal. The strategy used is introduction, openness, communication without boundaries, the award of PT SAGO Lingga Bayu Mandailing Natal must provide better motivation, and also appreciate the performance of employees from division to whole.*

**Keywords:** Strategy, Public Relations, PT SAGO Lingga Bayu, Mandailing Natal

## A. Pendahuluan

Membentuk sebuah hubungan baik dan saling memahami merupakan hal yang sudah wajar di kehidupan sehari-hari. Tanpa kita sadari diri kita berusaha untuk melakukan hal tersebut, dengan cara berkomunikasi. Manusia merupakan makhluk hidup yang tidak dapat hidup sendiri, manusia diciptakan untuk saling berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Maka dari itu manusia juga disebut makhluk sosial. Komunikasi sendiri adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan dua cara, yaitu cara verbal maupun non-verbal. Tanpa adanya komunikasi, tentu tidak akan ada hubungan yang berjalan dengan baik, dan komunikasi tidak akan menciptakan hubungan baik dengan publik.

Hal ini merupakan salah satu syarat, manusia diwajibkan dapat berkomunikasi dengan baik dan memenuhi sasaran atau target dari prosesnya komunikasi tersebut. Seorang Public Relations harus menjalin hubungan dengan stakeholder internal maupun eksternal. Hal ini dikarenakan hubungan yang baik antara seorang PR dengan stakeholder-nya dapat menguntungkan perusahaan. Hubungan yang baik tentu akan menghasilkan sebuah citra yang baik juga. Hubungan yang baik antara seorang PR dengan Stakeholder Internal-nya adalah untuk memotivasi tingkat hasil kerja yang maksimal, dengan hasil yang maksimal tentu target atau goals yang telah ditetapkan oleh perusahaan akan cepat tercapai. Hubungan yang baik juga harus dilakukan dengan stakeholder external,

Hal ini dikarenakan dengan terjalinnya hubungan baik tentu akan membuat citra perusahaan baik dimata khalayak, dan ini tentunya dapat menimbulkan rasa percaya dari khalayak kepada perusahaan. Maka setiap perusahaan membutuhkan seorang Public Relations yang dapat menjadi penengah perusahaan dan para konsumen tersebut.

Public Relations memiliki fungsi tertentu yang harus dimiliki oleh organisasi, lembaga maupun perusahaan baik bersifat komersial ataupun non-komersial. Public Relations mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara lembaga, organisasi, ataupun perusahaan kepada khalayak luas. Hal ini merupakan salah satu alasan dimana seorang Public Relations sangat dibutuhkan oleh lembaga, organisasi maupun perusahaan, serta memerlukan seorang Public Relations dalam menopang kinerja serta reputasi dari lembaga, organisasi ataupun perusahaan kecil maupun besar dan juga komersial ataupun non-komersial tersebut. Disinilah kegiatan humas (Public Relations) memegang peranan yang penting. Pada umumnya kegiatan seorang Public Relations adalah mengupayakan adanya pandangan yang baik yang dapat dilihat publiknya atau khalayak luas. Peran Public Relations Officer, umumnya mengarah pada upaya pengendalian manajemen khususnya yang berbeda dengan komunikasi organisasi, lembaga ataupun perusahaan.

Sebagai warga negara Indonesia peneliti patut bangga dengan PT *SAGO* Lingga Bayu, Mandailing Natal, dikarenakan merupakan sebuah perusahaan yang dibentuk atau didirikan oleh warga negara Indonesia sendiri, Alamat Kebun :Desa Sinunukan I dan II, Kec. Sinunukan, Kab. Mandailing

Natal Alamat Pabrik : Desa Sinunukan II, Kec. Sinunukan, Kab. Mandailing  
Natal, Susunan Direksi :

Direktur Utama : Drs Ignasius Sago  
Direktur : Yohanes Ivan Santoso, ST, MSc

Akte Pendirian : No. 17 tanggal 11 April 1995 Notaris Soeparno, SH di Medan Pengesahan Menteri Kehakiman dan HAM No. C2-5153 HT. 01.01.Th.1996 Tanggal 06 Maret 1996 , Akte Perubahan : No. 13 tanggal 21 Oktober 2009 Notaris Soeparno, SH di Medan Pengesahan Menteri Kehakiman dan HAM No. AHU-AH.01-10-05038 Tanggal 01 Maret 2010. Masalah yang akan peneliti analisis adalah tentang strategi yang mereka lakukan, sudah terlaksana atau belum dan apa saja pengaruhnya dengan stakeholder. Dan juga ingin mengetahui bagaimana cara mereka menyelesaikan strategi yang mereka rencanakan dan mengetahui apakah strategi tersebut didukung oleh para stakeholder-nya atau tidak.

Sago Nauli melalui kontrak kerja dimana PT.Sago Nauli menjadi bapak angkat yang membuka dan mengelola lahan kebun sawit di Desa Sinunukan I kec. Sinunukan kab. Madina dimulai dari tahun 1996 sampai dengan tahun 2008 dengan kewajiban PT. SagoNauli yang menanam, merawat dan memanen buah kelapa sawit di lahan tersebut dengan hasil panen dari kebun plasma tersebut di berikan kepada KUD Harapan Desa sedangkan anggotaKUD Harapan Desa Sinunukan I akan membayar uang yang telah dikeluarkan PT Sinunukan dimana pada tahun1996 PT.Sago Nauli menjadi bapak angkat yang membuka dan mengelola lahan kebunsawit di Desa Sinunukan I kec. Sinunukan kab. Madina;e Bahwa setahu saksi kerjasama kontrak kerja PT.Sago Nauli sebagai bapak angkat untuk plasma Sinunukan I kec. Sago Nauli;Bahwa setahu saksi buah kelapa sawit yang diambil oleh para terdakwa sebanyak 17janjang sedangkan usia tanaman kelapa sawit nya berumur 15 tahun;Bahwa akibat perbuatan para terdakwa KUD Harapan dan PT.Sago Nauli telahmengalami kerugian sebesar Rp. 204.000, (dua ratus empat ribu rupiah);Bahwa saksi membenarkan barang bukti berupa 17 janjang buah kelapa sawit sebagaihasil buah kelapa sawit yang diambil para terdakwa, 1 buah dodos yang gagangnyaterbuat dari kayu, 1 buah egrak yang gagangnya.

## **B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan Public Relations 12 Mei 2022. Dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa strategi Public Relations dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal PT SAGO Mandailing Natal agar mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan. Dalam strateginya, Public Relations PT SAGO Mandailing Natal menggunakan 2 tindakan kunci yaitu pengenalan tentang

perusahaan SAGO dan terbuka dengan stake holder internalnya. Sebagai upaya dari pelaksanaan tugas dari Public Relations PT SAGO Mandailing Natal, mereka membuat beberapa acara yang berpengaruh untuk menjaga hubungan baik dengan para stakeholder internal SAGO Mandailing Natal agar tetap terjalin dengan baik dan mempererat hubungan antara sesama stakeholder internal maupun dengan atasan yang ada di PT SAGO Mandailing Natal. Strategi yang digunakan adalah pengenalan, keterbukaan, komunikasi tanpa batasan, penghargaan. PT SAGO Mandailing Natal harus memberikan motivasi lebih baik lagi, dan juga mengapresiasi kinerja karyawan dari perdivisi hingga keseluruhan.

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian Penentuan daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu sampel ditentukan secara sengaja karena sesuai karakteristik dan tujuan penelitian yakni di PT *SAGO* Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal, Pemelihan lokasi ini dilakukan karena di Sinunukan terdapat petani kelapa sawit. Metode Penarikan Sampel Populasi dalam penelitian ini adalah petani kelapa sawit yang bermitra dengan PT. ALB Astra yang berada di Sinunukan yang berjumlah sebanyak 200 orang. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini ditentukan secara random sampling (acak sederhana) karena pemilihan sampel ini memberikan kesempatan yang sama sifatnya tidak terbatas dalam setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sample.

Metode Pengumpulan Data Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Analisis Data Untuk menjawab permasalahan pertama, kedua dan ketiga dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan cara mentabulasikan secara sederhana, data yang diperoleh dari sampel baik secara wawancara maupun dengan kuisoner yang ada. Analisis deskriptif merupakan analisis yang memberikan gambaran atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner untuk mengetahui jawaban umum responden mengenai permasalahan yang di teliti Skala likert di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan di ukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indikator sebagai berikut:

SE = Sangat Efektif (5) 19 19  
B = Efektif (4)  
CB = Cukup Efektif (3)  
TB = Tidak Efektif (2)  
STB = Sangat Tidak Efektif (1)

Selanjutnya semua jawaban responden di jumlahkan ke dalam Total skor dan di tentukan daerah ideks skornya. Indeks scor di lakukan untuk mengetahui data angket atau (kusioner) wawancara secara umum dan keseluruhan yang di dapat dari penelitian angket (kusioner)

### **C. Hasil Dan Pembahasan**

Berbagai macam aktivitas manusia pasti mempraktekkan Public Relations seperti manusia yang bergabung dalam suatu organisasi, menghadiri undangan dan lain yang merupakan kegiatan Public Relations yaitu mempengaruhi orang yang mempunyai berbagai kepentingan dari orang lain. Public Relations dapat mengidentifikasi permasalahan yang timbul dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan menitik beratkan pembahasan pada identifikasi tingkat kesadaran konsumen, sikap dan persepsi konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan. Hasil identifikasi kemudian dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menerapkan strategi yang sesuai.

Tugas yang diembankan pada Public Relations dibutuhkan kreativitas yang tinggi sehingga seorang Public Relations dapat membuat strategi dalam penjualan jasa/produk terhadap konsumen (eksternal) serta terus melakukan inovasi guna mempertahankan citra yang baik terhadap lembaga atau organisasi ditengah-tengah masyarakat. pada era globalisasi saat sekarang. "Public Relations Strategi" mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (planing) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, Public Relations bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (favourable image) bagi organisasi, perusahaan atau produk dan jasa terhadap pihak yang berkepentingan (Stokholder) sebagai sasaran yang terkait yaitu public internal dan eksternal. Untuk memperoleh kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dari masyarakat maka Public Relations dapat menerapkan strategi yang telah ditentukan oleh manajemen perusahaan.

Pelaksanaan untuk melakukan strategi Public Relations, kegiatan menjalin hubungan dengan stakeholder internal, dilakukan untuk meningkatkan kinerja yang dilakukan stakeholder internal PT SAGO Mandailing Natal. PR PT SAGO Mandailing Natal memerlukan strategi atau perencanaan dan juga komunikasi yang matang dengan para stakeholder internalnya. Karena dengan adanya komunikasi dengan stakeholder internalnya dapat mengetahui apa yang dibutuh stakeholder internalnya. Dan dengan itu diharapkan dapat tercipta suatu perubahan dari sisi kinerja stakeholder internalnya menjadi lebih baik dan menciptakan suasana yang nyaman. Berdasarkan latar belakang

permasalahan, peneliti ingin menganalisa bagaimana strategi yang digunakan Public Relations PT SAGO Mandailing Natal dalam merencanakan strategi untuk menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal hingga mencapai keberhasilan. Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil Pasal 8 ayat 1 yang berbunyi “Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan usaha oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan antara peneliti dengan Karyawan, maka didapatkan data tentang bagaimana strategi stakeholder dalam menjalin hubungan baik. dengan cara saling memotivasi, saling menghargai sesama manusia, Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan antara peneliti dengan petani responden, maka didapatkan data tentang bagaimana pola kemitraan yang dilakukan oleh petani kelapa sawit dengan PT SAGO Lingga Bayu Mandailing Natal Pola kemitraan yang dilakukan antara pihak petani dan perusahaan adalah Pola kemitraan Kerja Sama Operasional Agribisnis (KOA), yaitu pola kemitraan yang merupakan hubungan bisnis yang dijalankan oleh kelompok mitra dengan perusahaan mitra. Kebijakan atau strategi yang dilakukan perusahaan ini terhadap stakeholder sangat berkaitan, kebijakan itu bagaimana kebijakan atau taktik yang digunakan dalam membuat para stakeholder ingat akan produk atau layanan perusahaan mereka.

“Pertama, Public Relations dapat memberikan kontribusinya dalam strategic management melalui dua cara yaitu melakukan tugas sebagai bagian dari strategic management keseluruhan organisasi. Keterlibatan PR dalam proses menyeluruh ini akan memberi manfaat besar bagi organisasi dan PR itu sendiri. Kedua, Public Relations dapat berperan dalam strategic management dalam mengelola kegiatannya secara strategis”. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi kegiatan Public Relations semestinya diarahkan pada persepsi para stockholder agar sikap dan tindakan mereka sesuai dengan yang diinginkan. Bila strategi ini berhasil maka akan diperoleh sikap dan tindakan yang menguntungkan dari stockholder yang akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra yang baik.

Tahapan tahapan atau atauran strategi yang digunakan dalam perusahaan ini melewati tahapan tahapan SOSTAC ( situations Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, and Control).

#### D. Simpulan

kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ,maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Strategi dalam membuat keputusan mengenai saran perusahaan PT SAGO Sinunukan Mandailing Natal membuat keputusan mengenai suatu saran semua diserahkan kepada pimpinan perusahaan, sasaran perusahaan ini adalah untuk perusahaan perusahaan minyak pertamina, Exxon dan lain sebagainya yang sesuai dengan scopi bisnis PT SAGO Lingga Bayu Mandailing Natal. kesadaran merek pada pelayanan mereka pun dilihat dalam membuat putusan sasaran, hal ini dikarenakan kesadaran suatu produk pada suatu perusahaan akan membuat para stakeholder ingin bekerja samaaaa dengan perusahaan ini.

Strategi dalam membuat tujuan program perusahaan PT SAGO Sinunukan kecamatan Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal, membuat tujuan program agar dapat menarik stakeholder agar mau bekerja sama , tujuan program kerjamereka sebagai perusahaan komunikator atau mediator perusahaan terhadap public sasarannya,dan mempromosikan pemahaman mengenai perusahaan PT SAGO Sinunukan, kecamatan Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal Strategi dalam identifikasi khalayak penentu PT SAGO kecamatan Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal, mempunyai identifikasi khalayak yaitu apa yang menjadi cirri khas mereka, dan mempromosikan perusahaan mereka.

#### Referensi

- Adi Kurniawan (2017). *Analisis Pola Kemitraan PT. Perkebunan Sumatera Utara (PSU) Dengan Petani KelapaSawit Rakyat” (Studi Kasus :Desa Simpang Koje, Kecamatan Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal)*. Skripsi. Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan
- Affandi, R., Siregar, M. R., Sari, D. I., Savira, N., Wulantiya, S., & Habib, A. (2019). *Financial Feasibility Analysis Of Voerseri Business (Packaging Bird Feed From Kersen/Singapore Cherry)*. JASc (Journal of Agribusiness Sciences), 2(2), 42-46.
- .Daim, 2003. *Pengembangan dan Dukungan Pendanaanya di Bidang Perkebunan. Makalah Pengantar Falsafah Sains Program Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor*. Bogor
- Direktorat Jenderal Perkebunan dan Permentan, 2013. *Statistik Perkebunan Indonesia*.

- Habib, A., & Risnawati, R. (2018). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor Di Kota Medan*. Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen, 1(1).
- Habib, A., & Siregar, M. (2021). *Local Layer Duck Livestock Business Development Strategy In The Desa Pematang Johar Deli Serdang*. JASc (Journal of Agribusiness Sciences), 4(1), 21-28.
- Habib, A., & Siregar, M. (2021). *Local Layer Duck Livestock Business Development Strategy In The Desa Pematang Johar Deli Serdang*. JASc (Journal of Agribusiness Sciences), 4(1), 21-28.
- Kabeakan, N. T. M. B. (2019, October). *Deskripsi Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan*. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, pp. 227-234).
- Latifa, 2014. *Analisis Pendapatan Petani Kelapa Sawit*. <http://Latifa.Blogspot.com/2014/06/12/Analisis-Pendapatan-Patani.html>
- Liptan, 2000. *Kemitraan Usaha*. No: 03/2000 seri: EK/PAATP/AF Agdex: 890. Jayapura
- Mangoensoekarjo, S dan H. Semangun, 2003. *Manajemen Agrobisnis Kelapa Sawit*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Manik, J. R., & Kabeakan, N. T. M. B. (2021). *Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Dalam Peningkatan Pendapatan pada Kelompok Ibu-Ibu Asiyah*. JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 48-54.