

Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan PT Rajawali Nusantara Indonesia Melalui *Public Relations Value*

Rizkia Putri Maulida¹, Vina Nazelina², Ernyasih³

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H
Ahmad Dahlan, Ciputat Timur, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, 15419

³ Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H Ahmad
Dahlan, Ciputat Timur, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, 15419

Rizkiaputrimaulida2@gmail.com

ABSTRAK

Aktivitas dan Publikasi suatu perusahaan dapat berpengaruh besar bagi suatu perusahaan, yang mengantarkan *Image* bagi Perusahaan Publikasi yang Baik maka akan terciptanya *Good Corporate Image* yang dimiliki Perusahaan sebaliknya jika terdapat issue tidak baik bagi Perusahaan maka akan memberikan ancaman Reputasi bagi Perusahaan. Naskah ini dibuat bertujuan untuk mendeskripsikan Upaya meningkatkan Citra Perusahaan melalui pencapaian PR *Value*. Kegiatan ini dilakukan pada Perusahaan PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) yang terdiri dari beberapa Program yang dijalankan salah satunya adalah Penghitungan *Public Relations Value* merupakan Tahapan penghitungan Nilai (keuntungan) atau sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menaikkan issue terkait perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan Citra Perusahaan, lokasi pelaksanaan Program tersebut dilaksanakan di Jakarta dengan teknis pelaksanaan mengumpulkan data berupa berita yang terkait dengan Perusahaan.

Keywords: *Public Relations, Public Relations Value, Good Corporate Image, Media Monitoring, Agenda Setting, Citra Perusahaan, Rajawali Nusantara Indonesia*

ABSTRACT

The activities and publications of a company can have a big impact on a company, which brings an image for a company that is a good publication, it will create a good corporate image owned by the company, on the other hand, if there is an issue that is not good for the company, it will pose a threat to the reputation of the company. This manuscript was created aiming to describe efforts to improve corporate image through the achievement of PR *Value*. This activity was carried out at PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) which consists of several programs, one of which is Public Relations Value Calculation, which is the Stages of calculating Value (profits) or as the benchmark of the company's success in raising issues related to the company which aims to improve the image of the company, the location of the program implementation is in Jakarta with the technical implementation of collecting data in the form of news related to the company.

Keywords: *Public Relations, Public Relations Value, Good Corporate Image, Media Monitoring, Agenda Setting, Citra Perusahaan, Rajawali Nusantara Indonesia*

1. PENDAHULUAN

KKN merupakan bentuk pendidikan yang memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk terjun langsung dalam lingkungan masyarakat, yang dimana mahasiswa secara aktif dan kreatif terlibat dalam kehidupan bermasyarakat, dengan dilakukannya Pengabdian kepada masyarakat ini bukan hanya sekedar untuk mendapatkan ilmu dalam bermasyarakat namu memberikan dampak positif berupa inovasi pengembangan masyarakat, dengan adanya Program KKN ini diharapkan mahasiswa menjadi aktif dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) penulis bermitra dengan PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) merupakan BUMN yang bergerak di empat bidang usaha, yaitu agroindustri, farmasi dan alat kesehatan, perdagangan dan distribusi serta properti. Saat ini PT RNI sebagai perusahaan induk memiliki 11 Anak Perusahaan. Dalam bidang agro-industri, PT RNI memiliki dan mengelola 9 pabrik gula yang tersebar di Jawa Barat, Yogyakarta dan Jawa Timur, perkebunan sawit dan perkebunan teh serta beberapa pabrik pengolahan produk hulu dan samping berbasis tebu. Di bidang perdagangan dan distribusi, PT RNI memiliki anak perusahaan dengan cabang-cabang yang terdapat di kota besar seluruh Indonesia.



Gambar 1. Logo Rajawali Nusantara Indonesia

Hubungan masyarakat atau biasa disingkat Humas adalah praktek mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas dapat mencakup sebuah organisasi atau individu yang mendapatkan eksposur ke khalayak mereka menggunakan topik kepentingan publik dan berita yang tidak memerlukan pembayaran langsung. Peran dan fungsi seorang humas adalah bertanggung jawab untuk memberikan serta menyebarkan informasi seperti memantau berita (monitoring), mendidik, meyakinkan, meraih simpati, mengubah citra umum di mata masyarakat, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Dalam pelaksanaannya PT RNI (Persero) melakukan Pencitraan terhadap Branding Perusahaan sendiri untuk mengembangkan nilai Keuntungan bagi PT RNI (Persero), salah satu upaya untuk meningkatkan citra Perusahaan dengan cara membuat Agenda setting media dapat menghubungkan kemungkinan terjadinya efek mempengaruhi pendapat atau opini publik sehingga tidak hanya memperhatikan terhadap berita yang menjadi prioritas tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting dari cara media massa memprioritaskan topik berita tersebut. (Sendjaja, 2002).

untuk mengukur suatu pencitraan tersebut dikatakan berhasil Bagi Perusahaan salah satunya dengan cara memonitor berita atau yang biasa disebut Media Monitoring Pelaksanaan proses

media monitoring yakni mencari, mengumpulkan, dan menganalisa berita-berita yang berkaitan dengan perusahaan di media massa, Kemudian, informasi tersebut dapat diteruskan kepada puncak manajemen dalam bentuk usulan atau rekomendasi untuk dijadikan penilaian obyektif dalam pengambilan keputusan. media monitoring perusahaan dapat mengukur keberhasilan dan Profit dari berita yang diupdate melalui Platform Media Indonesia. Public Relations (PR) memiliki peran dan fungsi yang berbeda mengikuti kebijakan institusi tempatnya bekerja. Peran dan fungsinya diwujudkan dalam proses dan hasil yang mendukung tercapainya goal dan obyektif institusi tersebut. PR memiliki cara untuk mampu mengukur keberhasilan upaya dan tolak ukur pencapaian tujuan. PR berada dalam ranah teknis dan strategis. Salah satu contoh dalam ranah teknis adalah penulisan PR, antara lain rilis, newsletter, majalah, jurnal atau advertorial. Artikel-artikel tersebut diterbitkan dengan tujuan memberi informasi dan meraih perhatian target audiens, kegiatan komunikasi tertulis memiliki banyak tujuan yang sangat bergantung dari masing-masing lembaga atau perusahaan yaitu, pendapat umum, menciptakan citra positif dan membina hubungan baik dengan publik ke dalam dan ke luar. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut minimal tidak merugikan dan maksimal memberi keuntungan. Artikel pemberitaan yang bertujuan menyampaikan pesan pada masyarakat tidak hanya ditulis oleh institusi yang bersangkutan. Namun bisa saja merupakan hasil liputan para jurnalis. Pada pelaksanaannya untuk

mendapatkan suatu sorotan bagi Publik salah satu caranya dengan mengangkat isu yang sedang berkembang dengan demikian publik dapat tertarik pada suatu berita, dan berita tersebut akan mempunyai News value (nilai berita), melalui perhatian Publik tersebut dapat menghasilkan Profit Bagi Perusahaan setelah beritanya dipublikasikan pada portal berita setelah itu akan diakumulasi atau Metrik PR Value pada Online News Monitoring merupakan jumlah nilai yang dikonversikan ke Rupiah, dari setiap portal berita mengenai Perusahaan yang beritanya telah dimuat melalui Portal Berita.

2. METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini yaitu dengan beberapa metode yaitu dengan Media Monitoring yaitu mengumpulkan berita yang terkait dengan PT RNI (Persero) setelah beberapa berita dikumpulkan maka akan dianalisis dan diklasifikasi berita tersebut masuk kedalam berita yang muatannya negatif atau positif, setelah itu melakukan scoring yang diberikan oleh Kementerian BUMN scoring ini merupakan tolak ukur keberhasilan dari proses Agenda setting, setelah Proses scoring maka akan mendapatkan hasil berupa PR Value yaitu Nilai Bagi Perusahaan yang berisi Angka keuntungan dari Publikasi Media Indonesia bisa berupa cetak dan online, kemudian menentukan Agenda setting untuk menaikkan issue yang akan datang setelah menentukan issue yang akan diangkat maka proses terakhir adalah Laporan kepada Kementerian BUMN yang kemudian akan diberikan evaluasi bagi Perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah Hasil dalam PR Value tersebut menunjukkan peningkatan Bagi PT RNI (Persero) bisa dilihat dalam kolom Bulan Mei terdapat total Value sebesar Rp. 13.290.000.000 dan dibulan berikutnya pada bulan Juni terdapat peningkatan Value sebesar Rp. 20.560.000.000 Value tersebut merupakan keuntungan bagi Perusahaan karna mendapatkan *exposure* dari Platfrom Media Indoensia, dan Issue yang dibuat dan dilaksanakan dengan Baik. Keberhasilan dalam Pelaksanaan Peningkatan Cutra Perusahaan ini dapat membuat Publik memiliki *brand awareness* Terhadap Perusahaan yang bisa menjadi Nilai jual bagi Perusahaan.

No	Detail	Value	Total
1	Stabilitas harga, dua BUMN datangin daging sapi impor dari Brasil	Rp10.000.000	Rp60.000.000
2	Stabilitas Harga, 2 BUMN Impor Daging Sapi 420 Ton dari Brasil	Rp10.000.000	Rp30.000.000

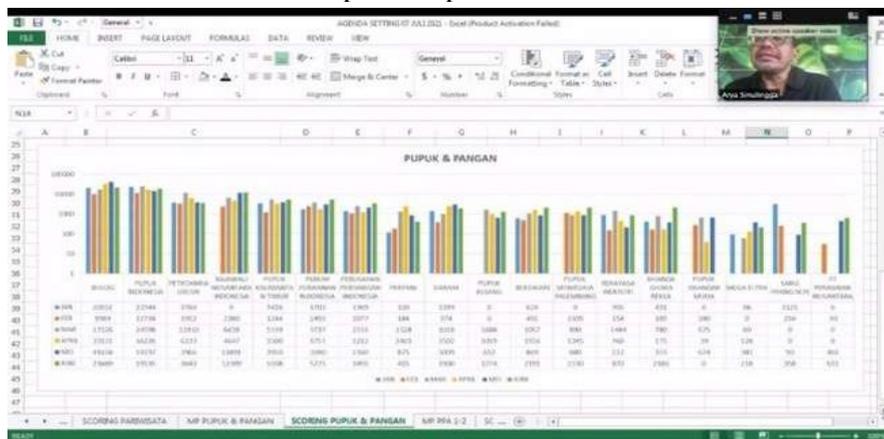
Gambar 2. Laporan Penghitungan Public Relations Value

No	Detail	Value	Total
299	...	Rp10.000.000	Rp30.000.000
300	...	Rp10.000.000	Rp30.000.000
301	...	Rp10.000.000	Rp30.000.000
302	...	Rp10.000.000	Rp60.000.000
303	...	Rp10.000.000	Rp60.000.000
304	...	Rp10.000.000	Rp30.000.000
305	...	Rp10.000.000	Rp30.000.000
TOTAL			20.560.000.000

Gambar 2. Laporan Penghitungan Public Relations Value

No.	BUMN	PEMBERITAAN					SCORE
		MEDIA ELEKTRONIK	MEDIA CETAK	MEDIA ONLINE	SOCRID	SCORE	
1	BOLOG	225	9960	10903	539	21889	
2	PUPIK INDONESIA	200	1840	15160	1935	19135	
3	RAJAWALI NUSANTARA INDONESIA	200	540	7220	4029	12389	
4	PUPIK KAJIMANTAN TWILIR	675	430	3095	1138	5338	
5	PERUM PERIKANAN INDONESIA	1375	350	3085	465	5275	
6	PETROKIMIA GRESIK	300	80	1375	1488	3643	
7	PERUSAHAAN PERDAGANGAN INDONESIA	300	300	2575	816	3491	
8	BERKAGARI	450	0	790	946	2186	
9	BIKAWA GAMA BEKSA	300	200	1810	256	2366	
10	PUPIK SRINJAJA PALEMBANG	300	440	1345	250	2335	
11	GARAM	0	110	1845	145	1500	
12	PUPIK KIJANG	0	200	1030	44	1274	
13	REKAYASA INDUSTRI	0	50	795	35	870	
14	PT PERIKANAN NUSANTARA	0	0	615	16	631	
15	PERTANI	0	0	370	305	415	
16	SANG HYANG SERI	0	0	218	143	358	
17	MIGA ELTRA	0	90	80	108	218	
18	PUPIK ISKANDAR MUDA	0	0	0	0	0	

Gambar 4. Laporan kepada Kementerian BUMN



Gambar 5. Laporan kepada Kementerian BUMN

KESIMPULAN

Pelaksanaan KKN Universitas Muhammadiyah Jakarta merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengimplementasikan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dimana itu menjadi wadah Bagi mahasiswa untuk berkembang maju, mendukung terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas yang merupakan modal utama dalam pembangunan yang harus ditingkatkan agar mempunyai daya saing yang tinggi. KKN ini juga bertujuan memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa dalam menggunakan metode penelitian dan pengabdian masyarakat.

KKN ini dilaksanakan di dilaksanakan di PT Rajawali Nusantara Indonesia dengan Program yang mengikuti alur Perkerja pada Perusahaan membuat mahasiswa memiliki kemampuan untuk mendapatkan ilmu secara langsung untuk terjun dalam bidang Perusahaan, memotivasi mahasiswa untuk selalu berkembang.

Program KKN UMJ ini dilakukan pada Perusahaan PT Rajawali Nusnatara Indonesia yang dimana Program Kerjanya meliputi UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan semnaskat ini, tentunya penulis menghadapi rintangan dan hambatan. Akan tetapi, dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait yang telah membantu saat penyusunan semnaskat ini termasuk mitra magang, dosen pembimbing lapangan, dan rekan-rekan yang sudah memberikan support, saran, serta kritik yang

sangat membangun. Terlebih lagi, penulis ucapkan kepada LPPM UMJ yang telah membuat program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang sangat bermanfaat bagi masyarakat.

Penulis menyadari bahwa penulisan semnaskat ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis minta maaf jika terdapat kesalahan ataupun kekurangan dalam penulisan dan penyusunan semnaskat ini, untuk itu penulis meminta saran dan kritik yang membangun agar tulisan ini menjadi lebih baik lagi serta bermanfaat bagi semuanya. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Ilham Gunawan, (2020). KEGIATAN MEDIA MONITORING HUMAS PEMERINTAH KOTA CIMAHI. Retrieved from

<http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index> › → **Jurnal online**

Tulus Friedel, Syauqy Lukman, (2017). PROGRAM KLIPING MEDIA SEBAGAI KEGIATAN MEDIA MONITORING DIVISI HUMAS DI PT PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN) PERSERO DISTRIBUSI JAWA BARAT. Retrieved from <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom> › → **Jurnal online**

Ike Devi Sulistyningtyas, (2010). Riset sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program Public Relations.

Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/99784-ID-riset-sebagai-ujung-tombak-keberhasilan.pdf> › → **Jurnal online**

Rajawali Nusantara Indonesia. Retrieved July, 2021, fromAG website: <https://www.rni.co.id/> → **Website**