

Pemahaman public relations pada PT. Helu Trans Studi kasus : Hambatan-hambatan dalam pelaksanaan public relations dalam manajemen

Melisa Sandrianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285212&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini merupakan penelitian mengenai pemahaman public relations pada PT. Helu Trans, dimana penekanannya adalah bagaimana pemahaman tersebut menyebabkan hambatan-hambatan dalam pelaksanaan public relations dalam manajemen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif Sementara metode analisa yang digunakan adalah analisa studi kasus, dengan unit analisisnya adalah pimpinan, direksi, manajer, karyawan, dan klien PT Helu Trans.

Data diperoleh melalui pengumpulan dokumen, observasi langsung dan wawancara sistematis.

Peneliti juga berusaha menyeimbangkan perbedaan data dari para karyawan dengan mencari informasi kepada mantan karyawan perusahaan yang keluar karena adanya ketidakcocokan dengan karakteristik pimpinan. Hal ini dilakukan dengan maksud memperoleh keterangan yang sesungguhnya karena terindikasi bahwa karyawan yang masih Bekerja di Helu Trans tidak bisa memberikan informasi yang jujur mengenai kekurangan-kekurangan dalam manajemen perusahaan.

Helu Trans memiliki karakteristik perusahaan yang oleh Rhenald Kasali digolongkan dalam jenis perusahaan muda, yakni perusahaan yang dimiliki dan dikuasai oleh satu orang yang pemilik sekaligus pimpinan dan sulit untuk menerima masukan dari pihak lain. Dengan karakteristik yang demikian, Helu Trans sebenarnya sangat membutuhkan keberadaan PR, namun ternyata tidak memilikinya sampai sekarang.

Bahkan perusahaan ini tidak pernah menggunakan jasa konsultan PR.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan top management Helu Trans untuk tidak memiliki divisi PR. Dengan melakukan analisa berdasarkan wawancara dan dokumen perusahaan, ditemukan ada empat faktor yaitu: pertama, kesalahpahaman mengenai definisi dan fungsi PR; kedua,

anggapan bahwa PR bisa dilakukan oleh siapa saja dalam perusahaan; ketiga, tidak adanya pengalaman kerja dengan PR lain; dan keempat, faktor kepemilikan. Terbukti bahwa kesalahpahaman mengenai definisi dan fungsi PR membuat banyaknya hambatan-hambatan dalam pelaksanaan fungsi PR dalam manajemen perusahaan.

Selanjutnya dengan tidak adanya PR Internal tersebut, didapatkan bahwa pelaksanaan fungsi-fungsi PR dalam perusahaan sebenarnya berjalan secara kurang maksimal dan bahkan mengalami kekurangan. Apabila kekurangan tersebut dianalisa dari segi kerangka pemikiran penelitian maka dapat pula diprediksi keadaan fungsi PR Helu Trans jika praktik-praktik PR tidak ada dalam perusahaan.

Masalah pada hubungan dengan karyawan sekaligus bagaimana bentuk komunikasi dua arah bisa berjalan dalam perusahaan adalah hambatan yang paling besar dihadapi perusahaan. Kedua hal ini ternyata banyak menimbulkan permasalahan namun belum disadari oleh pimpinan. Masalah sebagian besar disebabkan oleh ciri-ciri pimpinan yang one man show, tidak bisa menepati janji kesejahteraan kepada pegawai,

dominasi dalam penerimaan pegawai baru, dan tidak diperlengkapinya Helu Trans dengan sarana komunikasi dua arah yang baik.

Padahal dengan karakter pimpinan yang sulit untuk menerima masukan maka adanya sarana akan mempermudah komunikasi dua arah tersebut. Akibatnya banyak pegawai bermutu Helu Trans yang keluar karena menemukan bahwa lingkungan kerja di Helu Trans kurang sehat karena masalah komunikasi tersebut.

Kalaupun ada masalah pada karyawan, tidak berani dikemukakan kepada pimpinan. Hal ini dibuktikan dari perbedaan jawaban antara responden yang merupakan karyawan dan responden yang merupakan mantan karyawan. Berarti bagi karyawan yang bermasalah namun tidak memilih pilihan lain selain tetap bekerja, akan terjadi konflik batin yang berpengaruh dengan produktivitas pegawai tersebut.

Pada akhirnya dengan serangkaian jawaban atas permasalahan yang ada maka peneliti hendak memberikan saran kepada PT. Helu Trans secara khusus dan secara umum kepada perusahaan muda lainnya bahwa keberadaan PR Internal sangat penting dalam perusahaan. PR juga yang akan membantu pelaksanaan komunikasi lainnya dalam perusahaan yang setelah diteliti ternyata kurang maksimal.

Ternyata sangat terbukti bahwa jika suatu perusahaan memiliki divisi PR, maka yang perlu diberikan hanyalah kesempatan untuk bisa melaksanakan fungsinya semaksimal mungkin. Kesempatan akan sangat berarti karena ruang lingkup gerak PR dalam setiap kegiatan akan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari pihak eksekutif atas, dan bila dibatasi maka tidak akan berfungsi sebagaimana mestinya,