

V. Kesimpulan dan Saran

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi *media relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, di mana analisis ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi maka didapat kesimpulan sebagai berikut.

Berdasarkan pemberitaan yang diterbitkan oleh beberapa media terkait kasus demo penolakan pembangunan pabrik semen PT Semen Indonesia (Persero) Tbk di Rembang, dapat dilihat bahwa beberapa pemberitaan tersebut bernada negatif, yakni seolah menekankan bahwa pihak yang bersalah ialah PT Semen Indonesia (Persero) Tbk karena melanjutkan pembangunan pabrik semen kendati banyak warga datang untuk berdemo namun *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk juga berupaya membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan, yakni dengan media.

Bagi *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, media merupakan publik yang dianggap saling menguntungkan karena setiap institusi ingin diliput dan diberitakan (tentunya berita positif) terhadap khalayak. Di sisi lain, media selalu membutuhkan bahan untuk dijadikan berita. Meski demikian, dibutuhkan adanya hubungan yang harmonis antara *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dengan media.

Keharmonisan tersebut dibutuhkan untuk menciptakan hubungan yang baik yang akan berdampak pada penekanan berita. Demi mewujudkan

keharmonisan tersebut, *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk mengaktualisasikannya melalui berbagai program media komunikasi, khususnya *media relations*.

Untuk mengurangi intensitas pemberitaan yang negatif, hubungan baik dengan wartawan dilakukan oleh *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk karena wartawanlah yang akan menulis informasi yang disampaikan organisasi dalam bentuk tulisan yang siap disajikan media massa pada khalayak. Wartawan itulah yang memasok informasi yang akan disiarkan oleh media massa.

Kegiatan-kegiatan *Public Relations* yang dilakukan untuk menjalin hubungan baik dengan media yang dilakukan *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk terdapat sepuluh kegiatan yang terdiri dari *personal relations, press conference, media visit, media lobby, plant visit, media education, media gathering, reward media*, pemasangan iklan, dan konsultan media. Hal tersebut juga didukung oleh bentuk kegiatan yang disampaikan Soemirat dan Ardianto (2012:128-129) yaitu *press conference, press briefing, press tour, press release, special event, press luncheon*, dan wawancara pers.

Kegiatan yang dilakukan *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk kepada media, khususnya wartawan selama periode Juni 2014 sampai April 2015, dapat dikatakan berhasil mengubah *tone* pemberitaan dari pemberitaan negatif menjadi netral dan juga positif, ini dibuktikan dengan adanya rangkuman media monitoring pemberitaan dari jumlah pemberitaan di media cetak yang berjumlah 138 pemberitaan, yang terdiri dari enam puluh

pemberitaan negatif dan tujuh puluh delapan pemberitaan positif. Sehingga dari pemberitaan tersebut, pemberitaan positif akan mengubah citra negatif PT Semen Indonesia (Persero) Tbk yang terbentuk melalui pemberitaan negatif.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian sejenis dengan menggunakan metode dan fokus penelitian lainnya.

V.2.2. Saran Praktis

Menjadi bahan evaluasi bagi *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk agar dapat mengembangkan strategi *media relations* dalam membangun citra positif perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi *media relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, di mana analisis ini dilakukan, terdapat beberapa kekurangan, masih kurangnya penelitian tentang strategi *media relations* khususnya kepada media Kompas, sehingga peneliti kesulitan dalam menganalisis secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook Of Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, M Scott, Allen H Center, & Broom, Glenn M. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Iriantara, Yosol. (2008). *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations* (Edisi kelima). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Macnamara, Jim & Wasesa, Silih Agung. (2010). *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Yin, Robert K. (2008). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

E-book:

Priambodo, Dibyo Soemantri. (2004). *Perjalanan Panjang Dan Berliku: Refleksi BUMN, 1993-2003: Sebuah Catatan Tentang Peristiwa, Pandangan, dan Renungan dalam Satu Dasawarsa*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Jurnal:

Haq, Assidah. (2009). *Penanganan Krisis Public Relations Melalui Media Relations PT PLN (Persero) APJ Banten Utara: Studi Deskriptif Pemadaman Listrik Bergilir pada Bulan September - Oktober 2009*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Lestari, Dwi Indah. (2013). *Penerapan Strategi Komunikasi Krisis Terhadap Krisis Akibat Pemberitaan Media Tentang Kasus Korupsi Pengadaan Pupuk: Studi Kualitatif Hubungan Media Humas PT Perkebunan Nusantara XII (Persero) Surabaya*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Partao, Zainal Abidin. (2005). *Optimalisasi Fungsi Media Relations Untuk Keberhasilan Komunikasi Krisis*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Prabadipta, Herda. (2012). *Analisis Kasus Pembangunan Pabrik Semen Di Pati, Jawa Tengah*. *Jurnal Administrasi Publik*.

Internet:

Chris, Heru. (2011, Maret). Pembangunan Pabrik Semen di Pati Didemo. Diakses pada tanggal 02 Desember 2014 dari <http://myzone.okezone.com/content/read/2011/03/28/4881/pembangunan-pabrik-semen-di-pati-didemo>.

Feri, Ahmad & Muntoha, Ali. (2014, Juni). Sejumlah Warga Menggelar Aksi Demo Saat Peletakan Batu Pertama Pendirian Pabrik Semen PT Semen Indonesia. Diakses pada tanggal 02 Desember 2014 dari <http://www.murianews.com/index.php/rembang/item/4418-sejumlah-warga-menggelar-aksi-demo-saat-peletakan-batu-pertama-pendirian-pabrik-semen-pt-semen-indonesia>.

Supriyanto, Bambang. (2013, November). Ditolak Warga, Semen Indonesia Yakin Pabrik Di Rembang Jalan Terus. Diakses pada tanggal 02 Desember 2014 dari <http://industri.bisnis.com/read/20131122/257/188290/semen-indonesia-pabrik-di-rembang-diyakini-sesuai-tar>.

www.bumn.go.id.

Wawancara:

Ahmad Parno Saverillah, *Manager of Section* Seksi Hubungan Media, Pada Tanggal 24 April 2015.

Sunarto, Wartawan Koran Wawasan Semarang, Pada Tanggal 13 Mei 2015.

Koran:

Kompas, 31 Desember 2014, Hal.7. Klarifikasi PT Semen Indonesia.

Media Indonesia, 18 Juni 2014, Hal.11. Para Ibu Bertahan Tolak Pabrik Semen.

Suara Pembaruan, 24 Juni 2014, Hal.15. Warga Terpecah Dua Kubu.

Tempo, 17 April 2015, Hal.11. Hakim Tolak Gugatan Warga Rembang.