

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT BIO HUTANEA CORP DALAM MEMPUBLIKASIKAN INFORMASI KEPADA PUBLIK EKSTERNAL

Dea Kurnia¹, Intan Leliana²

^{1,2}Universitas Bina Sarana Informatika
26deakurnia@gmail.com
intan.ila@bsi.ac.id

ABSTRAKSI

Saat ini pencari informasi juga dapat mencari informasi yang diinginkannya melalui web, yang mana web merupakan salah satu bagian dari media online. Media online kini menjadi pilihan terbaik khalayak umum untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Disinilah peran Public Relations dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada publik. Peran Public Relations dalam menggunakan website untuk mempublikasikan informasi sangat perlu diperhatikan. Dalam hal mempublikasikan informasi PT Bio Hutanea Corp juga tak lupa untuk berhati-hati dalam menyampaikan informasi agar tidak adanya keliru dalam memahami penyampaian kepada publik eksternal. Publik eksternal sendiri adalah penyambung atau perantara antara publik luar dengan perusahaan agar terciptanya hal yang saling menguntungkan. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yakni dengan cara melakukan observasi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang bersangkutan. Kemudian data-data yang terkumpul dianalisa secara deskriptif dengan menggunakan hasil penelitian ke dalam bentuk laporan penelitian. dapat disimpulkan bahwa semenjak PT Bio Hutanea Corp memiliki website, telah terjadi adanya peningkatan pelanggan yang menghubungi, produk dan jasa yang terjual meningkat dibandingkan sebelum dibuatnya website. Banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk membeli produk dan menggunakan jasa serta bekerja sama dengan PT Bio Hutanea Corp. Secara garis besar website PT Bio Hutanea Corp telah berhasil untuk menarik minat konsumen. Dalam hal ini juga dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan memperbanyak *link* demi kesejahteraan perusahaan baik dengan cara bekerjasama dengan perusahaan swasta maupun pemerintah.

Kata Kunci: Media Online, Website, Public Relations

ABSTRACT

Currently information seekers can also find the information they want via the web, which is the web is one part of online media. Online media is now the best choice for the general public to find the information they need. This is where the role of Public Relations is needed to provide information to the public. The role of Public Relations in using the website to publish information really needs to be considered. In terms of publishing information, PT Bio Hutanea Corp also does not forget to be careful in conveying information so that there is no mistake in understanding the delivery to the external public. The external public itself is a connector or intermediary between the outside public and the company in order to create mutually beneficial things. In conducting this research, the writer used a qualitative descriptive research method, namely by making observations and interviews with the parties concerned. Then the collected data were analyzed descriptively by using the research results in the form of a research report. It can be concluded that since PT Bio Hutanea Corp has a website, there has been an increase in customers contacting, products and services sold have increased compared to before the website was created. Many customers decide to buy products and use services and cooperate with PT Bio Hutanea Corp. Broadly speaking, the PT Bio Hutanea Corp website has succeeded in attracting consumer interest. In this case, it can also help companies build good relationships with customers and increase links for the welfare of the company either by working with private and government companies.

Keywords: Online Media, Website, Public Relations

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman di era globalisasi seperti sekarang ini membuat kebutuhan akan pentingnya informasi sangatlah diperlukan bagi setiap individu. Informasi valid yang didapatkan oleh seseorang dapat

menjadi pengetahuan baru dan menambah wawasan di bidang tertentu. Dari waktu ke waktu informasi berkembang sedemikian rupa mengikuti era yang canggih, sehingga informasi kini dapat dipublikasikan. Mempublikasikan informasi yang akurat memberikan kepuasan bagi penerima informasi. Publikasi sendiri

adalah suatu kegiatan yang mana menyebarkan suatu konten secara umum agar dapat diinformasikan kepada publik baik dengan cara dilihat, dibaca, maupun didengar.

Saat ini pencari informasi juga dapat mencari informasi yang diinginkannya melalui web, yang mana web merupakan salah satu bagian dari media online. Media online kini menjadi pilihan terbaik khalayak umum untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Penggunaan media online juga tidak mengenal siapa dan berapa usia dari penggunaannya. Dalam *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah* (Soraya, I., Nasir, I. K, 2018) mengatakan bahwa, dalam mencukupi kebutuhan khalayak, media massa umumnya selalu aktif dalam memproduksi informasi yang cepat, hangat dan original. Media massa online memiliki peran dalam memajukan peradapan peran manusia yang kian pesat didorong tak luput dari peran teknologi komunikasi yang serba canggih.

Karena itu, tata kelola komunikasi yang mampu menyediakan keterlayanan sekaligus aksesibilitas informasi yang ramah akses adalah sebuah hal yang baik bagi perusahaan untuk publik eksternal. Informasi yang ingin dipublikasikan harus bersifat terbuka dan mudah diakses guna diharapkannya perwujudan efesien. Keberhasilan peningkatan keprofesionalan pelayanan dan keterbukaan pelayan sangat bergantung pada fungsi komunikasi dan informasi yang dipublikasikan.

PT Bio Hutanea Corp merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kontruksi pembangunan laboratorium dan pembibitan kayu jati yang berdiri pada bulan Oktober 2001. PT Bio Hutanea Corp ikut berinovasi dalam memanfaatkan teknologi dengan cara mempublikasikan informasi-informasinya melalui media online. Tidak hanya memberikan ketepatan dan kecepatan dalam memberikan informasi, PT Bio Hutanea Corp juga mempersingkat serta meminimalisir *cash flow* (pengeluaran) perusahaan untuk mempublikasikan sebuah informasi mengenai PT Bio Hutanea Corp. Adapun peran atau fungsi Public Relations di PT Bio Hutanea Corp dijalankan oleh Divisi *Sales and Advertisement*.

Disinilah peran Public Relations dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada publik. Peran Public Relations dalam menggunakan website untuk mempublikasikan informasi sangat perlu diperhatikan, seperti kosa kata dalam penulisan dan juga bahasa. Hal-hal ini masuk kedalam strategi di karenakan agar mudahnya publik eksternal dalam mengenal produk-produk atau jasa yang ditawarkan PT Bio Hutanea Corp mudah dipahami oleh calon konsumen. Selain itu, PT Bio Hutanea Corp juga ingin terciptanya loyalitas pelanggan yang meningkat dengan mengikuti dan memanfaatkan perkembangan yang ada.

Dalam hal mempublikasikan informasi PT Bio Hutanea Corp juga tak lupa untuk berhati-hati dalam menyampaikan informasi agar tidak adanya keliru dalam memahami penyampaian kepada publik eksternal. Publik eksternal sendiri adalah penyambung atau perantara antara publik luar dengan perusahaan agar terciptanya hal yang saling menguntungkan.

Dari latar belakang di atas penulis pun tertarik melakukan riset ini dengan judul:

“Strategi Public Relations PT Bio Hutanea Corp Dalam Mempublikasikan Informasi Kepada Publik Eksternal”

METODOLOGI

A. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2017:145-146), bahwa observasi dibedakan menjadi 2 (dua) kategori, yakni observasi berperan serta (*participant observation*) dan observasi tidak berperan serta (*non-participant observation*):

1. Observasi Berperan Serta (*participant observation*), Pada observasi berperan serta, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari pada orang yang diamati ataupun yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Biasanya pada implementasi teknik ini, akan didapatkan data yang akurat dan tajam karena peneliti langsung mengetahui dan juga mengalami objek juga orang yang menjadi bahan penelitian.
2. Observasi Tidak Berperan Serta (*non-participant observation*), Observasi non-partisipan dapat diterangkan bahwa peneliti hanya dapat melakukan pengamatan yang sifatnya terlihat jelas dan kasat mata. Dengan kata lain dapat dikatakan seorang peneliti hanya berperan sebagai “penonton” saja. Tidak seperti observasi partisipan yang memungkinkan peneliti untuk merasakan langsung situasi dan kondisi orang yang diamati ataupun objek yang diteliti.

Penulis menggunakan metode observasi tidak berperan serta (*non-participant observation*). Yakni dimana penulis tidak merasakan langsung situasi dan kondisi PT Bio Hutanea Corp. Peneliti hanya dapat membuat kesimpulan dari hasil analisa dan mencatatnya ke dalam sebuah laporan hasil penelitian.

2. Wawancara

Menurut Istijanto yang dikutip oleh (Sunyoto, 2014:32) Definisi wawancara adalah “Metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur dan individual”.

Wawancara menurut (Kriyantono, 2016:100-102) ada beberapa jenis wawancara dalam kegiatan riset:

1. Wawancara Pendahuluan
Pada wawancara jenis ini, tidak ada sistematika tertentu, tidak terkontrol, informan, terjadi begitu saja, tidak di organisasi atau terarah. Wawancara jenis ini biasanya digunakan untuk mengenalkan periset kepada orang yang akan di riset.
2. Wawancara Terstruktur (*Structured Interview*)
Pada jenis wawancara ini, periset menggunakan pedoman wawancara (*interview guide/schedule*), yang merupakan bentuk spesifik yang berisi instruksi yang mengarahkan periset dalam melakukan wawancara. Wawancara jenis ini, biasanya digunakan pada riset kuantitatif, misalnya survei, sebagai data tambahan pertanyaan dalam kuesioner.
3. Wawancara Semistruktur (*Semistructured Interview*)

Pada wawancara semistruktur ini, pewawancara biasanya menguji daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang terkait dengan permasalahan.

4. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam.

Menurut (Maudi E., Susilowati, 2018) *Key informan* adalah “Orang utama yang merupakan kunci diharapkan menjadi narasumber atau informan kunci dalam suatu penelitian”. Dan informan adalah “Seseorang yang bertindak sebagai pembantu peneliti, tetapi ia berasal dari atau menjadi anggota kelompok yang diteliti”.

Metode wawancara yang penulis gunakan adalah metode wawancara semiterstruktur. Dimana penulis melangsungkan wawancara dengan menulis pertanyaan-pertanyaan tetapi juga mengajukan pertanyaan secara bebas kepada narasumber.

Key Informan adalah Bapak Iwan Gunawan selaku Manager divisi *Sales and Advertisement* PT Bio Hutanea Corp dan informan Hamzah Muhajirin selaku *customers* PT Bio Hutanea Corp.

3. Studi Kepustakaan

Menurut (Widayanto, A., Suleman, & S, 2017) Studi kepustakaan adalah “Mempelajari dan mengumpulkan data-data teoritis dari buku-buku, jurnal, *browsing* internet, serta literature yang ada dengan maksud untuk mendapatkan teori-teori dan bahan-bahan yang berkaitan”.

Menurut (Sri Mulyati, 2017) “Dengan mempelajari teori-teori dan konsep-konsep yang sehubungan dengan masalah yang diteliti penulis pada buku-buku, masalah dan jurnal terdahulu guna memperoleh landasan teoritis yang memadai untuk melakukan pembahasan”.

Sedangkan studi pustaka menurut (Ibrahim, 2015):

Upaya mencari dan menghimpun bahan dari sumber buku, hasil penelitian dan sebagainya yang terkait dengan persoalan penelitian yang akan dilakukan, baik dalam bentuk penjelasan aspek fokus penelitian (definisi operasional dalam istilah kuantitatif), mampu untuk mempertegas posisi penelitian yang akan dilakukan (*standing position*).

Penulis menggunakan studi kepustakaan dengan mempelajari dan mengamati data-data teoritis dari buku-buku, jurnal, *browsing* internet, serta *literature* yang ada dengan maksud untuk mendapatkan teori-teori dan bahan-bahan yang berkaitan.

4. Dokumentasi

Menurut (Sujarweni, 2014) Studi dokumen merupakan “Metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi”.

Menurut (Rachmat Kriyantono, 2016) Dokumentasi adalah “Instrumen pengumpulan data yang sering

digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data”.

Menurut (Suharsaputra, 2014) “Dokumen merupakan rekaman kejadian masa lalu yang tertulis atau dicetak mereka dapat berupa catatan, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis dokumentasi berupa data arsip (*archival*) dari perusahaan, yaitu foto-foto, catatan perusahaan dan situs resmi (website) PT Bio Hutanea Corp serta dokumentasi yang penulis ambil untuk melengkapi data.

B. Metode Analisa Data

Menurut Narbuko dan Achma dalam (Arifin, M. Z., Afifuddin., Abidin, 2019) Analisis data adalah “Proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan rumusan hipotesis kerja seperti yang dirumuskan oleh data dan analisa data”.

Adapun metode analisa data yang penulis gunakan dalam Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Metode Deskriptif

Menurut (Fitrianti, A., Hidayat, D., Suhadi, M., & Tyaswara, 2014) Metode deskriptif adalah “Mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis fakta-fakta, sifat-sifat, hubungan antar fenomena yang diteliti”.

Menurut (Darmadi, 2014), “Penelitian deskriptif dipersiapkan untuk memperoleh informasi mengenai suatu fenomena yang terjadi”.

Sedangkan metode deskriptif menurut (Sugiyono, 2014) “Metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

2. Metode Kualitatif

Menurut (Leliana, 2015) “Penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis”.

Menurut (Sugiyono, 2017) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada landasan *postpositivism*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Kemudian Emzir dalam (Ardianto, 2014) mengungkapkan pendapat dari Lodico dkk yang menyebutkan bahwa, “Penelitian kualitatif fokus pada fenomena sosial dan pada pemberian suara pada perasaan dan persepsi dari partisipan penelitian”.

3. Metode Deskriptif Kualitatif

Menurut Mukhtar dalam (Mudisthira, D., Hidayat, Syarip., Kosasih, E 2019:) “Penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah penelitian yang dimaksud untuk mengungkap sebuah fakta secara alamiah”.

Metode penelitian deskriptif kualitatif menurut Whitney dalam (Susilowati & Maudi, 2018) “Metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri atau lebih (independen) tanpa membuat

perbandingan atau menggabungkan antara variabel yang satu dengan yang lainnya”.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yakni dengan cara melakukan observasi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang bersangkutan. Kemudian data-data yang terkumpul dianalisa secara deskriptif dengan menggunakan hasil penelitian ke dalam bentuk laporan penelitian.

C. Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT Bio Hutanea Corp yang bertempat di Kavling Melati Jl. Gas Alam Raya, Curug, Cimanggis, Kota Depok, Jawa Barat 16453 yang dilakukan pada tanggal 24 Mei 2019 sampai dengan 24 Juni 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah PT Bio Hutanea Corp

Bio Hutanea Corp adalah grup perusahaan swasta nasional yang didirikan pada bulan Oktober 2001 yang bergerak pada berbagai bidang usaha meliputi penyediaan jasa konsultasi pembangunan Hutan Tanaman Industri (HTI) dan perkebunan sawit, jasa pembuatan persemaian modern dan pembangunan laboratorium kultur jaringan, serta memproduksi bibit unggul kehutanan dan perkebunan dengan metode perbanyakan kultur jaringan. Sejak tahun 2001 kami telah membangun kepercayaan klien-klien kami baik dari kalangan swasta asing (Korea dan Finlandia), swasta nasional maupun dari kalangan pemerintahan.

PT Korintiga Hutani (Korea) dan PT Finnantara Intiga (Finlandia) adalah *remarkable client* yang telah memanfaatkan jasa kami untuk mendesain dan menjalankan program pemuliaan pohon di perusahaan mereka. Hasil nyata yang diperoleh ke-2 perusahaan ini adalah diperolehnya perbaikan genetik tanaman yang dikembangkan dan kami berhasil memperbaiki prosedur *nursery practice* di lapangan. Sejak tahun 2003 hingga saat ini kami dipercaya oleh Kementerian Kehutanan sebagai narasumber untuk kegiatan-kegiatan reboisasi lahan kritis dan dipercaya mengerjakan beberapa pekerjaan berkaitan dengan kegiatan tersebut.

Pekerjaan pengadaan bibit unggul kehutanan dalam jumlah yang relatif besar (lebih dari 12 juta bibit), pembuatan desain dan pembangunan sejumlah persemaian Permanen modern dan laboratorium kultur jaringan adalah beberapa pekerjaan yang biasanya dipercayakan kepada kami pelaksanaannya. Sejak awal tahun 2009 silam kami secara penuh membantu salah satu grup perusahaan terkemuka di Indonesia untuk membangun Hutan Tanaman Industri (HTI), dari kegiatan awal berupa penyusunan “*Business Plan*”, pengurusan perijinan, hingga kegiatan operasional di lapangan.

Saat ini kami secara aktif memproduksi berbagai jenis bibit tanaman kehutanan seperti Sengon Solomon, Jati Solomon, Jabon Merah, Paulownia dan bibit unggul kentang dengan metode perbanyakan kultur jaringan, dan menerapkan konsep persemaian modern dalam proses aklimatisasi dan pembersaran bibit di fasilitas *nursery*

(pembibitan) kami. Bibit unggul hasil produksi kami tersebut telah diterima dengan baik oleh pelaku bisnis perkayuan di Indonesia.

2. Visi dan Misi PT BIO HUTANEA Corp

a) **Visi.** PT Bio Hutanea Corp bergerak menuju tujuan untuk menjadi perusahaan Indonesia terkemuka di setiap bisnis unik perusahaan, kami berada di Bio Hutanea berkomitmen untuk terus meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan teknologi kami dengan mengembangkan praktik terbaik kami yang inovatif sendiri.

b) **Misi.** Menginspirasi pelanggan untuk mendapatkan kesuksesan mereka dengan memberikan mereka akses ke teknologi terkait yang sesuai.

3. Perencanaan

Dalam pekerjaannya, seorang Public Relations di PT Bio Hutanea Corp harus paham serta mengetahui secara optimal situasi dan perkembangan yang dihadapi oleh perusahaan. Oleh karena itu, dengan adanya proses perencanaan membantu untuk menghasilkan program yang terstruktur yang mana dapat memenuhi kebutuhan masa depan maupun saat ini demi kemajuan perusahaan dengan cara mengevaluasi kejadian yang telah lalu. Perencanaan dalam hal ini terdiri dari beberapa tahap yaitu:

a. Analisis Situasi

Analisis SWOT adalah analisis yang berdasarkan pada anggapan bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari sumber daya internal (*strength* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunity* dan *threat*). Keuntungan dari analisis SWOT sendiri adalah menghubungkan faktor internal dan eksternal untuk menyusun strategi baru. Oleh karenanya perencanaan yang berdasarkan pada kompetensi memperkaya analisis SWOT dengan mengembangkan perspektif internal.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Iwan Gunawan selaku *Key Informan* PT Bio Hutanea Corp diantaranya adalah:

Tabel 1 Analisis SWOT

<i>Strength</i> (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti perkembangan teknologi saat ini. 2. Memiliki jasa konsultan di bidang perkebunan dan kehutanan, yang mana merupakan cikal bakal dari perusahaan. 3. Memproduksi bibit dengan kapasitas 2 juta sampai 3 juta bibit pertahunnya. 4. Memiliki teknologi kultur jaringan yang modern (kondisi tumbuhan yang steril serta dapat tumbuh banyak dengan ukuran yang seragam). 5. Sebagai penyedia sarana dan prasarana pembibitan, dan 6. Memiliki teknologi Embriogenesis somatik yang mana penyediaan bibit secara massal dan dapat berkembang membentuk tumbuhan baru melalui bahan perkembangan embrio.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya permintaan jasa konsultan. 2. Kurangnya permintaan jasa konstruksi dikarenakan anggaran yang cukup besar untuk membangun bangunan seperti persemaian. 3. Tidak adanya permintaan bibit pada musim kemarau. 4. Kurangnya tenaga ahli untuk mencampur bahan-bahan kimia yang dijadikan sebagai metode kultur jaringan.
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi untuk kelapa sawit sangat bagus. 2. Memiliki relasi hubungan baik dengan para klien. 3. Bekerjasama dengan pemerintah.
<i>Threat</i> (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan perusahaan dibidang sejenis. 2. Munculnya kebijakan baru dari pemerintah yang membatasi ruang gerak perusahaan kelapa sawit yang mana tidak lagi diperbolehkan seperti menebang pohon secara sembarang.

Sumber, Penulis: 2019

b. Tujuan

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informan*, Tujuan dari adanya website PT Bio Hutanea Corp ini adalah ingin memperkenalkan lagi secara lebih luas bermacam-macam produk dan berbagai macam jasa yang dimiliki PT Bio Hutanea Corp serta mengajak klien maupun calon klien untuk mengetahui lebih dalam kualitas dan kinerja yang dimiliki PT Bio Hutanea Corp. Tak hanya sebagai media informasi publikasi produk dan jasa, PT Bio Hutanea Corp juga memberikan artikel-artikel terkait usaha dibidang tersebut.

c. Target Audience/Khalayak

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informan* Bapak Iwan Gunawan, target *audience* primer adalah khalayak seluruh wilayah Indonesia maupun internasional yang berkerja di bidang yang sejenis, baik orang-orang yang ingin berusaha memulai bisnis ataupun yang sudah memulai bisnis di bidang pertanian, terutama sawit. Target *audience* atau khalayak ini meliputi pria dan wanita dengan rentang usia 20 sampai dengan 65 tahun. Jika dilihat dari sisi *pyscography* adalah mahasiswa dan juga para pebisnis atau pengusaha yang sudah memiliki modal untuk mengembangkan bisnisnya.

Dan target *audience* sekunder PT Bio Hutanea Corp adalah klien yang sudah pernah membeli produk,

menggunakan jasa serta bekerjasama dengan PT Bio Hutanea Corp tetapi belum menjadi pelanggan tetap.

KESIMPULAN

Public Relations adalah bagian penting dalam setiap Perusahaan/Organisasi. Maka dari itu Public Relations PT Bio Hutanea Corp berupaya meningkatkan kualitas perusahaan dalam memberikan informasi dan mempublikasikannya melalui media online website kepada publik eksternal guna mempermudah pelanggan dalam mencari informasi mengenai PT Bio Hutanea Corp.

Website PT Bio Hutanea Corp dalam penyajiannya memberikan informasi kepada publik eksternal sudah sangat mengikuti perkembangan zaman pada saat ini, yang mana tidak hanya mempublikasikan informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan tetapi PT Bio Hutanea Corp juga memberikan artikel-artikel terkait tentang proses perbanyakan jati dan sawit serta memberikan informasi mengenai peluang investasi dan bekerja sama. Hal ini dilakukan agar menarik minat calon konsumen atau pelanggan dalam bekerja sama dengan PT Bio Hutanea Corp dengan jangka waktu yang panjang.

Dari pembahasan hasil penelitian yang berjudul “Strategi Public Relations PT Bio Hutanea Corp Dalam Mempublikasikan Informasi Kepada Publik Eksternal”, dapat disimpulkan bahwa semenjak PT Bio Hutanea Corp memiliki website, telah terjadi adanya peningkatan pelanggan yang menghubungi, produk dan jasa yang terjual meningkat dibandingkan sebelum dibuatnya website. Banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk membeli produk dan menggunakan jasa serta bekerja sama dengan PT Bio Hutanea Corp. Secara garis besar website PT Bio Hutanea Corp telah berhasil untuk menarik minat konsumen. Dalam hal ini juga dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan memperbanyak *link* demi kesejahteraan perusahaan baik dengan cara bekerjasama dengan perusahaan swasta maupun pemerintah.

Saran

Setelah dilakukannya riset mengenai website PT Bio Hutanea Corp, penulis memberikan saran yang ditujukan kepada PT Bio Hutanea Corp dalam mengelola akun website, adalah:

1. Perlunya dilakukan komunikasi secara dua arah antara pihak PT Bio Hutanea Corp dengan pelanggan.
2. Melengkapi dengan video-video kegiatan PT Bio Hutanea Corp seperti *time lapse*, dalam kegiatan-kegiatan pembangunan proyek yang sedang dikerjakan oleh PT Bio Hutanea Corp.

Melakukan panggilan telepon ke para pelanggan untuk menginformasikan promo penjualan bibit yang sedang dilakukan oleh PT Bio Hutanea Corp.

REFERENSI

Ardianto, Elvinaro. (2014). Metode Penelitian untuk Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Arifin, M. Z. Afifuddin., Abidin, A. Z. (2019). Profesionalisme Dalam Meningkatkan Kinerja Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Studi Kasus di Kantor Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Respon Publik*, XIII(2), 24-32. Diambil dari <http://riset.unisma.ac.id/index.php/rpp/article/view/2111>
- Amirullah. (2015). Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bari, Ryan., Puspitosari, R. (2019). Strategi Hubungan Masyarakat Badan Narkotika Nasional Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) (Studi Deskriptif Kualitatif pada Program P4GN di wilayah Ciputat). *Jurnal Online Mahasiswa*, II(8). Diambil dari <http://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/333>
- Basit, Abdul, Rahmawati, T.H. (2017). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pedekatan Mixed Method. *Journal of Communication (Nyimak)*, I(2), 197-208.
- Darmadi, Hamid. (2014). Metode penelitian Pendidikan dan Sosial. Bandung: Alfabeta.
- Fitrianti, A., Hidayat, D., Suhadi, M., & Tyaswara, B. (2014). Representasi Kampung Seni Dago Sebagai Objek Wisata Kota Bandung. *Jurnal J-IKA*, I(2). Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/5096>
- Golung, A. M. (2015). Studi Tentang Pemanfaatan Majalah Ilmiah di UPT Perpustakaan UNSRAT Oleh Mahasiswa UNSRAT Manado. *Journal Acta Diurna*, IV(1), 1-7. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/7096>
- Hafied, Cangara. (2014). Perencanaan & Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persad.
- Hadi, A. (2018). Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas Dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. *Jurnal Pendidikan*, IV(2), 96-107. Diambil dari <http://www.ejournal.inzah.ac.id/index.php/attalim/article/view/190>
- Hidayat, Taufiq. (2015). Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, IX(2), 102-115. Diambil dari <http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/115>
- Ibrahim. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Kriyantono, Rachmat. (2016). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Peranda Media Grup.
- Kurniawan, A., Fathoni, A. (2019). PENGELOLAAN PEMBELAJARAN PRAKTEK TEKNIK PEMESINAN DI SMK. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, XIII(1), 117-122. Diambil dari <http://rapi2014.ums.ac.id/index.php/jmp/article/download/6402/3952>
- Kussanti, D. P., & Leliana, I. (2018). Efektifitas Program Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Adira Dinamika Multifinance. *Jurnal Cakrawala*, XVIII(2), 179-184. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Kanisius, G. (2017). KEPUASAN DALAM MENONTON ACARA TELEVISI (Studi Korelasional Kepuasan dalam Menonton Acara Catatan Hati Seorang Istri di RCTI di Kalangan Masyarakat Tanjung Sari Medan). *Jurnal Universitas Sumatra Utara*, I(10). Diambil dari <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/17764>
- Larasati, D.S. (2018). Strategi Public Relations PT. PLN (persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau Dalam Pengelolaan Pesan Pencabutan Subsidi Listrik Tepat Sasaran di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, V(2) 1-14.
- Leliana, I. (2015). Human Relations Dalam Peningkatan Kualitas Kinerja Dan Kreatifitas Karyawan Di Sudin Komunikasi. Sniptek Isbn, (978-602-72850-6-4), 23-31. Diambil dari <https://konferensi.nusamandiri.ac.id/prosiding/index.php/sniptek/article/view/365>
- Lingga, Murti Ali., Syam, Hamdani M. 2018. Analisis Framing Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) Pada Media Online Republika.co.id dan Tempo.co. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, III(1), 1-12. Diambil dari www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Mudisthira, Dina., Hidayat, Syarip., Kosasih, E. (2019). Kebakuan Kata dalam Menulis Teks Undangan Resmi pada Siswa Kelas V SD. PEDADIDAKTIKA: *Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, VI(1), 257-266. Diambil dari <http://ejournal.upi.edu/index.php/pedadidaktika/article/view/15866>
- Mayasari, S., Angguntiara, C. (2018). Strategi Humas PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media Informasi. *Jurnal Komunikasi*, IX(1), 1-7. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Mayasari, S., Rahastine, M., & Qibtiah, A. (2019). Strategi Public Relations PT Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, X(1), 56-63. Diambil dari <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5094>
- M. Nisrina. (2015). Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.
- Mulyati, Sri. (2017). Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah. Measurement: *Jurnal Akutansi*, XI(1), 26-37 Diambil dari <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/measurement/article/view/1748>
- Nesia, Andin. (2016). Dasar-Dasar Humas. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Nuryani, E. (2014). Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa Sma Negeri 2 Tenggarong Seberang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *II*(3), 178-192. Diambil dari <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>
- Palupi, M. T., Endahati, N. (2019). Kesantunan Berbahasa di Media Sosial Online: Tinjauan Deskriptif Pada Komentar Berita Politik di Facebook. *Jurnal Skripta*, *V*(1), 26-31 <https://journal.upy.ac.id/index.php/skripta/article/view/125>
- Putra, I. G. N. (2014). Konsep Dasar Manajemen Humas.
- Putri, K., Saleh, R. (2018). Peranan Public Relations PT. PLN (PERSERO) Wilayah Aceh Memanfaatkan Media Sosial Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *III*(3), 1-10 Diambil dari <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/8327>
- Rosyadi, M. I. (2018). Analisis Strategi Marketing Public Relations PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi. *Jurnal Komunikator*, *X*(1), 1-9. Diambil dari <http://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2868>.
- Ruliana, P. (2014). Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Safitri, Yulia., Prayitno, A. (2015). Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis. Indonesian. *Journal on Software Engineering*, *I*(10). Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jjse/article/view/592>
- Setyawan, A. (2018). Analisa Framing Aksi Solidaritas Bela Rohingya dalam Detik.com dan Republika Online. *Jurnal Komunikasi*, *IX*(1), 100–108. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/3736>
- S.H. Morissan. (2014). Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Sihombing, R. B., Hendrawan, H., Mujianto, H. (2017) Grand Launching Nerv Lab Sebagai Startegi Marketing Public Relation Pada Nerv Store. *Jurnal Komunikasi*, *III*(2), 87-101. Diambil dari <http://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/575>
- Sunyoto, Danang. (2014). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta:APS.
- Sujarweni V. Wiratna. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, T. T., Kusnadi, E., & Retno, L. (2018). Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan. *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *I*(3), 576-584. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/abdimas>
- Susilowati, & Maudi, E. (2018). Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara. *Jurnal Komunikasi*, *IX*(1), 31–38. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/3592>
- U. Suharsaputra. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Widyasari, S., Soliha, E., Wuryan, S., Damayanti, L. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Koran Harian Suara Merdeka di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, *V*(1), 117-132. Diambil dari <http://fmi.or.id/jmbi/index.php/jurnal/article/view/144>
- Widayanto, A., Suleman, & S, I. A. (2017). Rancang bangun aplikasi kategori bahasa untuk tunawicara berbasis android 1). *Jurnal Evolusi*, *V*(2), 18–26. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/evolusi/article/view/2845/1849>
- Yusmawati. (2017). Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Melalui Situs WWW.SUMBAWABARATKAB.GO.ID. *Jurnal Komunikasi*, *VIII*(1), 1-12. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/viewFile/2113/1498>