

PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJAGA EKSISTENSI PERUSAHAAN BERBASIS AGROWISATA

Studi deskriptif kualitatif mengenai peran *public relations* dalam menjaga eksistensi perusahaan kebun jeruk Selecta Garut

Nufus Dwi Azriainy Puteri
Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations*,
Universitas Garut, 44151, NPM 2402709024
e-mail : nufus.dap@gmail.com

Abstrak

Sebagai usaha agro yang baru berdiri yaitu pada April 2015 KJS dihadapkan pada tantangan untuk dapat bersaing dengan usaha agro lainnya yang sudah lebih dahulu berkembang. Penelitian ini bertujuan mendapatkan pemahaman tentang peranan PR dalam menjaga eksistensinya di tengah persaingan yang kompetitif. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil perusahaan KJS, menganalisis posisi PR dalam struktur organisasi KJS, mengidentifikasi kegiatan-kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh PR KJS, menganalisis pengaruh dari kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh PR pada perusahaan akan mempengaruhi keberlanjutan perusahaan.

Mengacu pada kerangka teoritis dan konseptual, penelitian ini menerapkan teori manajemen hubungan. Semua asumsi yang terdapat didalam teori tersebut saling berkaitan dalam mencari pengaruh peran public relations dengan keeksistensian suatu perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kualitatif. Data Data kualitatif diperoleh dengan wawancara mendalam dengan pihak PR perusahaan, manajemen perusahaan, PR perusahaan dan beberapa orang pengunjung dengan menggunakan panduan pertanyaan. Panduan pertanyaan ini bersifat fleksibel (luwes), bisa berkembang sesuai keadaan di lapang.

Peranan *Public Relations* (PR) Kebun Jeruk Selecta (KJS) secara keseluruhan, baik sebagai perencana, pengawas, pengorganisasi dan pelaksana dapat mempertahankan eksistensi perusahaan. Eksistensi perusahaan ini ditunjukkan dengan produktivitas perusahaan yang semakin meningkat, terciptanya kepercayaan publik dan terwujudnya tanggung jawab sosial perusahaan. Produktivitas perusahaan meningkat ditunjukkan dengan kemampuan perusahaan untuk menambah fasilitas, keuntungan, pelayanan dan target pengunjung selalu dapat terpenuhi.

Kata Kunci : Peran *Public Relations*, KJS, Manajemen, Agrowisata

I. Pendahuluan

Public Relations atau yang biasa disingkat PR merupakan salah satu aspek penting disetiap perusahaan, baik milik pemerintah maupun swasta. PR muncul karena adanya tuntutan kebutuhan dari perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Kebanyakan perusahaan kini mengakui peranan PR cukup menonjol dalam kegiatan-kegiatan perusahaan. Kegiatan PR dalam suatu perusahaan sangat diperlukan agar dapat memajukan suatu perusahaan, terutama dalam halkomunikasi dalam perusahaan, gambaran atau *image*, dan identitas perusahaan tersebut. Suatu perusahaan membutuhkan peranan PR untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal ini disebabkan karena bidang komunikasi dan PR kini menjadi salah satu ujung tombak sektor industri untuk bersaing dalam era

globalisasi, mereka saling bersaing dalam menciptakan *image* yang positif bagi perusahaan. Salah satu bidang usaha yang membutuhkan peranan PR untuk mendongkrak *image* perusahaan adalah usaha pariwisata berlandaskan pertanian yang sedang berkembang, yaitu agrowisata.

Agrowisata merupakan salah satu usaha bidang pertanian yang memiliki potensi besar. Preferensi dan motivasi wisatawan yang berkembang secara dinamis serta kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam menyebabkan pengembangan daya tarik wisata yang berbasis alam (wisata agro) menjadi potensial (Koswara, 2005). Dengan kondisi yang sangat kompetitif saat ini, bidang PR berupaya merebut dukungan publik melalui kegiatan yang dilakukannya agar perusahaan mereka tetap mampu bersaing dan berkembang terus. Perusahaan-perusahaan agrowisata yang sedang menghadapi persaingan untuk meningkatkan eksistensi perusahaan memanfaatkan peranan PR untuk mencegah adanya kemunduran perusahaan. PR merupakan suatu bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. PR bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh keuntungan, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu berita. Lebih dari itu, PR mengandalkan strategi agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan, yaitu publik perusahaan.

PR harus mampu mengemban fungsi dan tugasnya dalam melaksanakan hubungan komunikasi ke dalam, yaitu upaya membina hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan para karyawan. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan.

Berkembangnya usaha agrowisata telah menuntut perusahaan untuk memperhatikan pentingnya peran PR dalam perusahaan. Banyaknya pihak yang bergerak di bisnis agrowisata ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan. Tingginya persaingan yang terjadi di dalam industri agrowisata menyebabkan setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk atau jasanya. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat merebut pangsa pasar pesaing dan menjaga eksistensi perusahaannya.

Berdasarkan data Dinas Pertanian (2016) jumlah kawasan agrowisata di Jawa Barat telah berkembang salah satunya yaitu Kabupaten Garut. Banyak sekali tempat wisata yang berada di Kabupaten Garut. Salah satu tempat wisata yang banyak diminati wisatawan yaitu Kebun Jeruk Selecta (KJS) yang terletak di Cikandang, Kec. Cisarupan, Kabupaten Garut. KJS adalah satu dari puluhan agrowisata yang ada di Garut yang memiliki keunikan dan keindahan. KJS adalah objek wisata yang memberikan fasilitas yang menarik untuk para pengunjung. KJS merupakan salah satu objek agrowisata yang ada di Garut yang menawarkan fasilitas edukasi serta *entertainment* di bidang pertanian.

Edukasi yang disajikan yaitu seperti cara penanaman dan pemberdayaan tanaman jeruk sehingga menghasilkan hasil jeruk yang berkualitas, selain itu juga di KJS menyajikan proses memetik buah sendiri sehingga dapat memberikan pengetahuan edukasi kita mengenai cara pemetikan buah jeruk yang benar. Banyak jenis buah jeruk yang ada di KJS di antaranya jeruk nipis, jeruk limau, jeruk siem, dan yang paling utama yaitu jeruk khas Garut sendiri yang paling banyak diminati wisatawan. Selain itu juga KJS memberikan fasilitas lain seperti restoran yang menyajikan makanan khas kota Garut sehingga para pengunjung dapat menikmati makanan sambal melihat pemandangan kebun jeruk itu sendiri. Hal yang tidak kalah menarik yaitu di KJS menyajikan bazar buah jeruk, dan *outbond* yang dapat menarik minat pengunjung. Sebagai objek wisata agro yang belum lama dikenal oleh umum KJS dituntut untuk mempertahankan atau meningkatkan jumlah pengunjung jika ingin tetap bertahan. Salah satu cara untuk mengambil peluang ini adalah dengan meningkatkan peranan seorang *public relations* (PR) dalam perusahaan. Peran PR dari suatu perusahaan secara aktif “menjual”

perusahaannya agar pembentukan citra positif perusahaan dapat terwujud yang akan mempengaruhi eksistensi perusahaan.

Salah satu media yang digunakan untuk menjalankan peran PR di KJS yaitu dengan menggunakan media internet sebagai modal utama informasi yang akan di sampaikan kepada calon pengunjung. Dengan penggunaan media sosial akan secara cepat menginformasikan keberadaan dan promosi yang ada di KJS ini sendiri. Selain itu peran PR yang sudah dijalankan yaitu dengan cara memperkerjakan masyarakat sekitar untuk mensejahterakan lingkungan sekitar KJS sehingga masyarakat sekitar merasakan manfaat dari adanya wisata di daerahnya sendiri. Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka peranan PR merupakan hal yang menarik untuk dikaji karena berhubungan dengan penyebaran informasi kepada publik yang dapat mempengaruhi citra perusahaan. Penelitian yang selama ini telah banyak dilakukan sebatas pada pembentukan citra positif perusahaan. Pada penelitian ini akan lebih difokuskan mengenai peranan PR pada perusahaan dalam menjaga eksistensi perusahaan.

II. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dilakukan dengan memaparkan permasalahan pada objek penelitian yang digali secara mendalam. Menurut Sugiono (2009: 8), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, peneliti adalah sebagai instrumen kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Pemaparan suatu permasalahan dengan digali secara mendalam merupakan suatu proses deskriptif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sanafiah Faisal (2001:20), penelitian deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variable yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

Berdasarkan tujuan dari pernyataan-pernyataan tersebut maka penelitian deskriptif-kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan secara sistematis dan mendalam terhadap suatu objek tertentu. Maka, Peneliti akan membahas secara mendalam mengenai peran *public relations* dalam menjaga eksistensi perusahaan berbasis agrowisata di Kebun Jeruk Selecta.

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Peran Pelaksanaan PR KJS

Public Relations (PR) Kebun Jeruk Selecta (KJS) tidak banyak melakukan kegiatan internal, karena kegiatan internal perusahaan lebih banyak dilakukan oleh divisi *Human Resources Departement* (HRD) perusahaan. Beberapa kegiatan internal yang selama ini dilakukan oleh PR KJS diakui memberikan dampak positif bagi karyawan perusahaan. Kegiatan internal tersebut memberikan dampak yang positif bagi karyawan karena selama ini kegiatan-kegiatan internal yang diadakan bertujuan untuk meningkatkan motivasi karyawan dan meningkatkan kepercayaan karyawan terhadap perusahaan.

Kegiatan internal pun dilakukan untuk memberikan informasi bagi karyawan perusahaan sehingga keadaan dan tujuan perusahaan secara keseluruhan dapat diketahui oleh karyawan sehingga memperjelas tugas yang harus dilakukan oleh karyawan. Kegiatan internal yang dilakukan PR

KJS adalah kegiatan untuk memotivasi karyawan, seperti mengadakan *special event* dan *family gathering*. Kegiatan lainnya adalah menyediakan informasi untuk internal perusahaan melalui forum komunikasi rapat.

3.2 Peran Pengorganisasian PR KJS

Public Relations (PR) perusahaan sangat berperan dalam kegiatan eksternal perusahaan. Peranan PR KJS dalam kegiatan eksternal perusahaan berupaya untuk menarik calon pengunjung sebagai upaya mencapai target jumlah pengunjung yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kegiatan eksternal yang diadakan oleh PR KJS bertujuan untuk memperkenalkan KJS pada masyarakat luas, meningkatkan kepercayaan public eksternal perusahaan dan memberikan informasi bagi eksternal publik. Tidak hanya pengunjung tetapi masyarakat sekitar, pemerintah setempat dan pemerintah daerah (Pemda) Kabupaten Garut.

Kegiatan eksternal yang diadakan PR KJS adalah promosi, *press release*, penyebaran informasi melalui media sosial dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3.3 Peran Pelaksanaan PR KJS

Peranan *Public Relations* (PR) akan lebih baik jika dilakukan juga pada pengunjung Kebun Jeruk Selecta. Hal ini untuk mengukur peranan yang telah dilakukan oleh PR dari pandangan eksternal public dalam hal ini adalah pengunjung KJS. Peranan sebagai pelaksanaan dilakukan *Public Relations* (PR) perusahaan melalui peranannya dalam *press release*. Sebagian besar pengunjung mengetahui bahwa PR KJS pernah menerbitkan tulisan di media elektronik yaitu internet.

Peranan PR KJS sebagai pelaksana pun dilakukan dengan publikasi melalui media massa cetak maupun elektronik. Publikasi ini dilakukan PR untuk mengkomunikasikan kepada pengunjung mengenai KJS. Publikasi yang dilakukan oleh PR ini dapat ditanggapi oleh pengunjung. Proses komunikasi yang terjadi antara PR dengan publik eksternal ini terjalin secara dua arah. Model proses komunikasi yang terjadi adalah *two-way symmetrical*, dimana pihak perusahaan menyampaikan pesan melalui teknik komunikasi membujuk untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua pihak.

Peranan PR KJS sebagai pelaksana antara perusahaan dengan pengunjung dapat dilakukan dengan baik oleh PR KJS. Hal ini ditunjukkan dengan peranan PR KJS sebagai fasilitator melalui kegiatan promosi yang dapat efektif menarik minat pengunjung, menjadi “jembatan penghubung” antara perusahaan dengan pengunjung melalui memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk memberikan saran. Peranan PR sebagai pelaksana dapat dilakukan dengan baik oleh PR KJS. Dibuktikan oleh informasi yang diberikan KJS pun diketahui oleh pengunjung melalui koran lokal yang menulis artikel mengenai KJS dan informasi yang diberikan PR dapat menarik minat pengunjung.

3.4 Peran Pengawasan *Public Relations* KJS

Peranan *Public Relations* (PR) sebagai pengawas adalah melalui komunikasi dengan publiknya baik secara langsung atau tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik dan lisan. Asumsinya semakin tinggi peranan PR sebagai komunikator maka produktivitas perusahaan meningkat. Peranan *Public Relations* (PR) Kebun Jeruk Selecta (KJS) dalam menyelenggarakan kegiatan komunikasi perusahaan baik dengan publik internal maupun eksternal perusahaan telah dilakukan dengan baik sehingga dapat menciptakan eksistensi perusahaan. Eksistensi perusahaan ini ditunjukkan dengan

produktivitas yang meningkat dalam hal ini adalah perusahaan yang terus berkembang dalam fasilitas, keuntungan, pelayanan dan target pengunjung selalu dapat terpenuhi.

Peranan PR sebagai komunikator adalah melalui kegiatan *press release* dan memotivasi karyawan. *Press release* yang dilakukan oleh PR KJS mampu meningkatkan jumlah pengunjung, hal ini dikarenakan penerbitan berita yang dilakukan PR KJS menarik dan mendorong masyarakat ingin mengetahuinya dan mengadakan kunjungan ke Kuntuk menikmati fasilitas yang diberitakan dalam *press release*.

Motivasi karyawan yang tinggi akan mempengaruhi pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Karyawan termotivasi untuk memberikan pelayanan yang baik bagi pengunjung sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung dan mendorong pengunjung untuk datang kembali. Kinerja karyawan yang baik dikarenakan PR KJS dapat menciptakan suasana yang kondusif dalam bekerja dan PR KJS pun sudah mengadakan kegiatan internal yang dapat meningkatkan motivasi karyawan KJS. Hal ini pun diperkuat melalui wawancara yang dilakukan dengan pengunjung yang menyatakan bahwa penerbitan *press release* dapat menarik minat pengunjung.

Peranan PR sebagai pengawas bagi pengunjung dilakukan PR KJS jika terdapat keluhan dari pengunjung yang disampaikan secara langsung atau pun melalui *email*, ataupun no kontak dari KJS itu sendiri. PR KJS dengan tanggap menyampaikan hal tersebut kepada pihak perusahaan dan melakukan perbaikan. Hal ini telah membentuk kepercayaan pengunjung akan kehadiran KJS yang dapat memberikan kepuasan dan menarik minat mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Kepercayaan publik internal dan eksternal dapat tercipta maka KWP dapat mempertahankan eksistensi perusahaan. PR KJS mengumpulkan data tentang permasalahan tersebut dari berbagai sumber, yaitu identifikasi pihak perusahaan, obrolan warga dan keluhan langsung dari masyarakat sekitar. Selain itu masih banyak sumber yang bisa digunakan untuk mengumpulkan fakta mengenai persoalan sosial yang dihadapi komunitas. PR juga bisa menelusuri laporan-laporan dari kantor desa mengenai keadaan masyarakat.

IV. Kesimpulan

Kebun Jeruk Selecta (KJS) sebagai wisata agro yang baru berdiri mampu bersaing dengan wisata agro lainnya yang lebih dahulu berkembang. KJS semakin menunjukkan perkembangan yang baik, terbukti dari meningkatnya jumlah pengunjung setiap bulan, perkembangan fasilitas yang dapat memuaskan pengunjung dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

PR KJS telah efektif melakukan peranannya sebagai :

1. Perencanaan

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan proses perencanaan yang dilakukan oleh PR KJS, dimana segala perencanaan jangka pendek maupun jangka Panjang dilakukan seperti program-program yang akan dilakukan, baik itu yang mandiri maupun yang bekerja sama dengan instansi atau pemerintahan setempat.

2. Pengawasan

Dalam penelitian ini bahwa seorang PR mengawasi jalannya program yang telah berjalan sehingga PR dapat langsung menilai kekurangan dan kelebihan dari program yang dijalankan. PR melibatkan diri langsung karena berdampak bagi keeksistensian perusahaan.

3. Pengorganisasian

Dalam menjalankan peran PR, PR sangat mempengaruhi jalannya suatu organisasi di perusahaan, karena PR yang mengetahui program apa dan harus kepada siapa program ini dijalankan sehingga struktur organisasi sangat diperlukan untuk membagi tugas dari karyawan perusahaan.

4. Pelaksanaan

Merealisasikan apa yang sudah direncanakan adalah bagian dari peran PR KJS, karena dari sinilah seorang PR dinilai dari kinerjanya. Dan pengaruh dari pelaksanaan program-program yang sudah di rencanakan itu akan mempengaruhi kepada tujuan dari perusahaan yaitu peningkatan target pengunjung di setiap bulannya.

Peranan *Public Relations* (PR) Kebun Jeruk Selecta (KJS) secara keseluruhan, baik sebagai perencana, pengawas, pengorganisasi dan pelaksana dapat mempertahankan eksistensi perusahaan. Eksistensi perusahaan ini ditunjukkan dengan produktivitas perusahaan yang semakin meningkat, terciptanya kepercayaan publik dan terwujudnya tanggung jawab sosial perusahaan.

Produktivitas perusahaan meningkat ditunjukkan dengan kemampuan perusahaan untuk menambah fasilitas, keuntungan, pelayanan dan target pengunjung selalu dapat terpenuhi. Terciptanya kepercayaan publik ditunjukkan dengan kemampuan perusahaan untuk menarik perhatian, menumbuhkan pengertian dan mengadakan kerjasama dengan publiknya, baik publik internal (seluruh karyawan) maupun publik eksternal (pengunjung, masyarakat sekitar, pemerintah, pers dan pihak media massa). Terwujudnya tanggung jawab social perusahaan dibuktikan dengan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya sebagai anggota masyarakat melalui kegiatan pengembangan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Afdhal, Ahmad Fuad. 2004. *Tips dan Trik Public Relations*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Deptan. 2016. *Direktori Agrowisata Indonesia*. <http://database.deptan.go.id>. 27 November 2016.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut. 2016. *Laporan Tahunan Perkembangan Obyek Wisata Kabupaten Garut*. Garut: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut.
- Djaja, Danan. 1985. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Bandung: PT Alumni.
- Effendy, Onong Uchajana. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Greener, Tony. 2002. *Kiat Sukses Public Relations dan Pembentukan Citranya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga. 2003. *Public Relations*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber tentang Metode-metode Baru)*. Jakarta: UIP.
- Moleong, Lexy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Racmadi, Firman. 1992. *Teori dan Praktek Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarna Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan: Kajian, Program, dan Implementasi*. Bandung: Penerbit Nuansa
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Vardiansyah, D. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.