

Analisis Isi *Website* PT Pupuk Kalimantan Timur Bontang Pada Kanal

Berita *Website* “Pupukkaltim.com” Tahun 2014 sampai 2018

Artisiaputri Sukma Dewi / Olivia Lewi Pramesti

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl. Babarsari No.6 Yogyakarta 55281

ABSTRAK

Public Relations (PR) merupakan salah satu sub bidang ilmu komunikasi yang secara langsung bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dengan publik untuk mencapai *mutual understanding*. PR sangat bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi dengan *stakeholders* dengan cara pembuatan program komunikasi organisasi. Salah satu program komunikasi yaitu media internal.

Media internal merupakan salah satu bagian PR dalam menjalankan suatu program yang berkaitan dengan keperluan publikasi atau sarana komunikasi dengan publik. Fungsi media internal yakni sebagai media komunikasi internal dan eksternal dalam penyampaian pesan, serta informasi penting mengenai perusahaan. Salah satunya dengan menggunakan *website* perusahaan.

Website merupakan media internal yang bersifat dua arah dan paling populer di masyarakat yang berguna dalam mencari informasi paling pertama mengenai perusahaan. Penggunaan *website* perusahaan, sangat berpengaruh terhadap citra yang tercipta di mata publik. Berdasarkan *website*, perusahaan dapat melihat jenis

citra apa yang terbentuk di mata masyarakat. Citra memiliki 6 jenis, yaitu citra cermin, citra kini, citra perusahaan, citra keinginan, citra majemuk dan citra penampilan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian analisis isi. Unit analisis diturunkan dari isi berita yang diturunkan menjadi 6 kategorisasi.

Hasil yang didapatkan, berita pada *website* telah terbentuk berdasarkan beberapa jenis citra berdasarkan kategorisasi, namun masih terdapat beberapa berita yang tidak dapat diukur dikarenakan kurangnya isi berita berdasarkan kategorisasi yang ada.

Kata kunci: *public relations*, media internal, *website*, analisis isi.

1. Latar Belakang

Public Relations atau yang biasa disingkat (PR) adalah fungsi manajemen yang bertugas menjadi jembatan dengan *stakeholders* untuk mencapai *mutual understanding*, Ardianto (20016, h.3). Hal ini dapat diartikan pentingnya PR dalam menjalin hubungan baik untuk membentuk dan mempertahankan citra positif organisasi.

Salah satu praktik yang digunakan *PR Officer* dengan membuat program komunikasi yang dapat digunakan dalam membentuk citra yakni menggunakan media internal. Fungsi media internal adalah sebagai alat penyampaian pesan efektif. *Website* merupakan salah satu media internal yang bersifat dua arah dan paling populer ketika publik membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan, Kriyantono (2009, h.275). Berdasarkan definisi tersebut dapat

diartikan masyarakat telah menggunakan *website* sebagai wadah dalam mencari berbagai informasi dari setiap perusahaan yang ada.

Website memudahkan masyarakat karena hanya dengan menggunakan internet masyarakat sudah dapat mengakses di mana saja kapan saja. Selain itu, pentingnya sebuah perusahaan dalam mengelola *website* sebagai alat komunikasi publik dengan memberikan segala jenis informasi yang bersifat mendidik, memotivasi, menghibur, menggambarkan suatu peristiwa dengan memberikan informasi terbaru. Informasi tersebut juga harus dikelola dengan tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan perusahaan, karena informasi yang tersebar juga berkaitan dalam membentuk citra perusahaan.

2. Tujuan

Tujuan penelitian untuk mengetahui isi *website* perusahaan PT Pupuk Kalimantan Timur Bontang melalui kanal berita *website* “pupukkaltim.com”.

3. Hasil

3.1. Unit Analisis Isi Berita

Isi berita adalah uraian lebih lengkap dari berita. Dalam membuat berita, model yang paling sering digunakan adalah model piramida terbalik. Isi berita digunakan untuk melihat apakah setiap berita yang ditampilkan pada *website* pupuk kaltim telah sesuai dengan visi dan misi, tujuan Pupuk Kaltim dalam membangun perusahaan.

3.1.1. Informasi Aktivitas Yang Sedang Dilakukan Perusahaan (Melalui Kegiatan Seminar, Kunjungan Perusahaan Dan Kegiatan Sosial)

Berdasarkan hasil perhitungan, sebanyak 124 berita atau 99% berita menjelaskan seluruh kegiatan yang sedang dibuat dan dijalankan oleh perusahaan dan sebanyak 1% atau 2 berita tidak menjelaskan aktivitas perusahaan dikarena berita yang diterbitkan adalah berita dari pihak luar.

3.1.2. Menampilkan Informasi Hasil Produk Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim tidak menjelaskan hasil produksi perusahaan yaitu sebesar 126 berita atau 99%. Sedangkan hanya terdapat 1 berita (1%) yang menjelaskan mengenai produk perusahaan.

3.1.3. Terdapat Logo Perusahaan dalam Berita

Berdasarkan hasil perhitungan, hanya 58 berita atau 46% yang menampilkan logo perusahaan dalam setiap foto berita. Sebanyak 68 berita atau 54% tidak menampilkan logo perusahaan.

3.1.4. Berita Menjelaskan Keberhasilan Perusahaan Dalam Memproduksi Pupuk Dan Keberhasilan Dalam Melakukan Kegiatan Tanggung Jawab Sosial CSR

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim menjelaskan informasi tentang keberhasilan perusahaan dalam melakukan kegiatan sosial (CSR) sebanyak 110 berita (88%). Sedangkan sebanyak 16 berita (12%)

Pupuk Kaltim tidak memberitakan mengenai keberhasilan dalam menjalankan kegiatan sosial tersebut.

3.1.5. Berita Menjelaskan Penghargaan Yang Di Dapatkan Perusahaan Dari Pihak Luar

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim tidak menjelaskan penghargaan yang didapatkan oleh perusahaan dari pihak luar, hanya 3 berita (2%) perusahaan yang memberitakan mengenai penghargaan tersebut dan sebesar 123 berita (98%) Pupuk Kaltim tidak memberitakannya.

3.1.6. Terdapat Informasi Yang Menjelaskan Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Yang Dilakukan Perusahaan (CSR Dan Prohram Kemitraan Bina Lingkungan)

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan Pupuk Kaltim khususnya pada Program Kemitraan Bina Lingkungan yaitu sebanyak 126 berita (100%).

4. Analisis

Website perusahaan dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk mempublikasikan informasi berupa teks, gambar, dan program multimedia lainnya, Marisa (2017, h.1). Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan jika *website* yang dimiliki oleh perusahaan harus memiliki keunikan dan tampilan yang menarik publik dan juga harus memiliki kelengkapan dalam memberikan informasinya. Selain itu, menurut Kriyantono

(2009, h. 275) *website* merupakan media internal yang bersifat dua arah dan yang paling populer digunakan oleh publik ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, *website* merupakan sarana utama Pupuk Kaltim dalam memberikan informasi mengenai perusahaan dan merupakan salah satu alat media internal yang digunakan dalam menampilkan informasi paling terbaru mengenai perusahaan. *Website* sebagai sarana paling pertama yang di unggah oleh publik dalam memberikan informasi berkaitan dengan citra yang dibentuk oleh Pupuk Kaltim.

Citra berkaitan dengan nama baik perusahaan, yakni penilaian perusahaan sangat bergantung dengan penafsiran dan pemahaman publik terhadap perusahaan mengenai arti keberadaan perusahaan tersebut, Gray (dalam Sudarso, 2016, h.50). Citra juga akan menunjukkan baik atau buruknya keberadaan peran dan fungsi serta manfaat perusahaan bagi seluruh pihak yang berkepentingan terkait dengan perasaan. Pada penelitian ini, hasil menunjukkan jika Pupuk Kaltim membentuk citra melalui *website* pupukkaltim.com salah satunya dengan membangun citra berdasarkan berita-berita yang ditampilkan pada kanal berita *website*. Berita juga sangat berpengaruh dalam pembentukan citra sebuah perusahaan, karena dengan menampilkan informasi terbaru dan berkaitan langsung dengan seluruh kegiatan perusahaan, maka publik juga dapat membangun persepsi berdasarkan apa yang mereka baca, dalam hal ini Pupuk Kaltim setiap memasukkan seluruh informasi terbaru setiap harinya mengenai aktivitas perusahaan yang fungsinya untuk membentuk citra positif di mata

masyarakat. Salah satu berita yang paling banyak di unggah oleh Pupuk Kaltim yaitu berkaitan dengan kegiatan CSR.

Pada pembentukkan citra positif, citra tersebut memiliki jenis yang berbeda-beda. Menurut Jefkins (dalam Sari, 2017, h.19) terdapat enam jenis citra yang berfungsi untuk mengetahui jenis citra apa yang terbenetuk dalam sebuah perusahaan, citra cermin, citra kini, citra keinginan, citra perusahaan, citra majemuk dan citra penampilan. Berdasarkan hasil temuan data yang peneliti dapatkan, hanya terdapat dua jenis citra yang dapat digunakan dalam meneliti citra di Pupuk Kaltim melalui kanal berita *website* pupukkaltim.com yaitu citra keinginan dan citra perusahaan. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu, urutan pertama sebanyak 100% Pupuk Kaltim memberikan informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan (CSR dan PKBL). Urutan kedua, sebanyak 99% berita menjelaskan aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan (melaksanakan kegiatan yang telah dibuat seperti seminar, kunjungan dan kegiatan sosial). Urutan ke tiga, sebanyak 88% berita menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial (CSR). Urutan ke empat, sebesar 48% terdapat logo perusahaan dalam setiap berita. Urutan ke lima, sebanyak 2% berita menjelaskan penghargaan yang di dapatkan perusahaan dari pihak luar. Urutan terakhir sebanyak 1% berita menjelaskan hasil produk perusahaan (pupuk urea, pupuk npk, dan ammonia).

Berdasarkan hasil temuan data, dapat dilihat jika jenis citra yang sering muncul di Pupuk Kaltim melalui kanal berita *website* pupukkaltim.com yaitu

jenis citra perusahaan dan citra keinginan yang terbentuk pada website pupukkaltim.com khususnya dalam berita-berita yang ditampilkan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dapat ditarik kesimpulan yakni Pupuk Kalyim sebagai perusahaan Pupuk terbesar di Indonesia memiliki visi, misi, dan tujuan dalam membangun perusahaan. Keberhasilan mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan tersebut, Pupuk Kaltim sebarkan kepada publik dengan cara menampilkan berita aktivitas PR khususnya dalam bidang CSR. Aktivitas tersebut ditampilkan oleh Pupuk Kaltim melalui berita yang disajikan pada website pupukkaltim.com Pupuk Kaltim berhasil membangun citra positif khususnya citra jenis perusahaan dan keinginan.

Citra keinginan merupakan citra yang diharapkan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang di capai oleh perusahaan, hasil yang didapatkan bahwa citra keinginan tersebut telah terbentuk di Pupuk Kaltim dengan cara Pupuk Kaltim menjalankan aktivitas-aktivitas perusahaan seperti kegiatan seminar, kunjungan perusahaan dan kegiatan sosial. Sedangkan jenis citra perusahaan yang artinya berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utama, mulai dari sejarah, visi misi, kualitas pelayanan dan tanggung jawab sosial (CSR) Pupuk Kaltim berhasil melakukan aktivitas rutin yang berkaitan dengan CSR dan Pupuk Kaltim melakukan banyak kegiatan dengan *stakeholders*. Kegiatan CSR tersebut selalu berhasil dilaksanakan hal ini berdasarkan hasil dari temuan data pada isi berita di *website* pupukkaltim.com di mana Pupuk Kaltim banyak

sekali melakukan kegiatan sosial tidak hanya di Kota Bontang, tetapi luar lingkup Bontang seperti pedesaan yang ada di disekitar Kalimantan Timur.

Selain itu, Isi berita yang ditampilkan pada kanal berita hanya terdapat 3 kategorisasi yang sering muncul yaitu:

- a. Terdapat informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan Pupuk Kaltim yaitu dalam bidang CSR dan program kemitraan bina lingkungan).
- b. Berita di kanal berita menjelaskan aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan telah dibuat/dilaksanakan seperti seminar, kunjungan perusahaan, kegiatan sosial.
- c. Berita menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab social (CSR).

Terakhir, selama kurun waktu lima tahun terakhir, berita-berita yang yang diunggah tidak konsisten jumlahnya. Namun, hasil yang didapatkan *PR officer* Pupuk Kaltim telah mempraktikan dan mengelola program PR untuk perusahaan yang berfungsi untuk membangun citra perusahaan salah satunya dengan menggunakan website pupukkaltim.com sebagai sarana membangun citra baik di mata publik.

6. Daftar Pustaka

Ardianto, Elvinaro. (2006). *Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis Kiat menjadi Komunikator dalam Berhubungan dengan Publik dan Masyarakat*. Bandung:Pustaka Bani Quraisy.

- Bungin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Collage, Maria. (2009). *Teknik Membuka Bisnis Desain Arsitektur*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cutlip, S, Broom, G., & Center, A. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Ees. (2007). *Profil Perusahaan Interaktif dengan MS PowerPoint 2007*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Penerbit Kencana Predana Media Group.
- Kasali, Rhenald. (1999). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marisa, Fitri. (2017). *Web Programming (Client Side and Server Side)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nasrullah. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Nova, Firsan. (2009). *50 Kasus Terkini Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia Kompas Gramedia Building.
- Ruslan, Rosady. (1998). *Kiat & Strategi Kampanye PR*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen PR dan Media Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sari, A, Anditha. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama

Sudarso, Andriasan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulaksono, Hari. (2019). *Budaya Organisasi dan Kinerja*. Yogyakarta; Deepublish.

Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset dilengkapi Contih Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Internet

(Annual Report, 2018) from <https://www.pupukkaltim.com/id/laporan-laporan-tahunan> (diakses 1 Februari 2019 pukul 19.00 WIB)

(Home, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/home> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)

(Profil dan Bisnis, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/perusahaan-profil-bisnis> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)

(Tentang Produk, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/produk-distribusi-tentang-produk> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)

(Visi dan Misi, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/perusahaan-visi-misi-budaya-perusahaan> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)

Skripsi

Prihaniati, Annisa, W. (2008). *Kecenderungan Isi Majalah Kominfo “Media Kominfo” Sebagai Majalah Internal Departemen Komunikasi dan Informatika*. Universitas Mercu Buana Jakarta. Skripsi

Rissi , D. (2013). *CITRA PERUSAHAAN DALAM PEMBERITAAN MEDIA CETAK LOKAL (Studi Analisis Isi Pemberitaan Surat Kabar tentang Pemberhentian Direktur Pemasaran PT Bank Pembangunan Daerah*

Nusa Tenggara Timur Periode Maret 2012 – April 2012). Universitas
Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi