



**STRATEGI HUMAS BULOG DIVISI REGIONAL JATENG DALAM  
MEMBANGUN CITRA POSITIF PERUSAHAAN**

**Tugas Akhir**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Diploma III**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Iin Mekar Kusuma Dewi**

**NIM : DOC007052**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2010**

## PENDAHULUAN

### A Latar Belakang

Bulog adalah sebuah lembaga ketahanan pangan Indonesia yang didirikan sejak zaman kolonial sampai sekarang. Dalam pelaksanaannya terjadi beberapa kasus, sehingga menciptakan citra negatif di dalam masyarakat. Kasus yang baru-baru ini terjadi adalah sebanyak 16 ribu ton beras jatah untuk warga miskin (raskin) di Lampung tidak layak konsumsi. Beras yang dikirim dari Jawa Tengah itu berbau apek dan berwarna kusam kecoklatan. Banyak beras yang patah sehingga seperti menir. Bahkan sebagian beras membusuk. Beras untuk warga miskin ini di kirim dari Bulog Divisi Regional (Divre) Jateng pada pertengahan Februari dan Mei 2010 (*Suara Merdeka*, 31 Mei 2010). Sebagian besar orang menilai Bulog Divre Jateng tidak profesional menjalankan tugas dan tanggung jawab. Hal itu terlihat saat inspeksi mendadak Gubernur Bibit Waluyo di Karanganyar. Sudah menjadi rahasia umum kalau beras untuk rakyat miskin selalu berkualitas rendah, kata aktivis LSM itu (*Suara Merdeka*, 8 April 2010).

Berdasarkan pernyataan permasalahan di atas penting untuk diteliti. Dengan penelitian ini maka dapat diketahui strategi apa saja yang dilakukan Humas Bulog Divre Jateng dalam membangun citra positif perusahaan. Dengan terbentuknya citra positif di mata publik diharapkan dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat akan keberadaan Bulog sebagai lembaga ketahanan pangan.

### B Perumusan Masalah

Selama ini Bulog di mata masyarakat mempunyai citra yang negatif dengan berbagai macam tuduhan masyarakat yang kurang baik dari kinerja Bulog melalui pembagian beras raskin dengan kualitas yang kurang baik dan tidak layak untuk dimakan serta anggapan negatif lain yang menjurus kedalam rasa ketidakpercayaan terhadap institusi ini. Hal ini membuat kepercayaan masyarakat terhadap Bulog semakin menurun dan cenderung pengabaian terhadap Bulog. Untuk mengantisipasi agar keberadaan Bulog di mata masyarakat tidak negatif, maka Bulog harus bekerja keras agar keberadaannya sebagai Lembaga Ketahanan Pangan diakui oleh masyarakat di berbagai

kalangan. Usaha-usaha dalam memperbaiki citra Bulog merupakan tugas dari seorang humas.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian adalah “Strategi apa yang digunakan oleh Humas Bulog Divre Jateng untuk membangun citra positif perusahaan?”

**C Tujuan Penulisan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas Bulog Divre Jateng dalam membangun citra perusahaan.

## BATANG TUBUH

Dalam praktiknya, definisi *Public Relations* yang dikemukakan oleh Denny Griswold, (mantiarkan *Public Relations* yang mendirikan *Public Relations News*, pionir *newsletter* untuk para praktisi), yaitu sebagai berikut (Nova, 2009 : 33).

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mempelajari kebijakan dan prosedur individual atau organisasi sesuai dengan kepentingan publik, dan menjalankan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Meninjau teori yang dikemukakan di atas, Humas pada Bulog Divre Jateng adalah sebagai manajemen. Manajemen yang dimaksudkan yaitu mengidentifikasi, menetapkan serta membina hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi Perum Bulog Divre Jateng dengan publiknya. Selain itu juga membantu mengembangkan kondisi komunikasi terbuka, dengan adanya saling pengertian atau memahami dengan didasari dengan ide bahwa orang juga mau berubah (dalam proses berperilaku dan bersikap) tidak hanya sebagai sasaran khalayak saja. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan dimungkinkan mengubah kebijakan sebagai hasil tindak lanjut dari dialog dengan lingkungan.

Strategi PR memerlukan pemikiran dan konsepsi suatu perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan upaya pencapaian tujuan suatu perusahaan yaitu untuk memperbaiki citra perusahaan dimata publiknya. Adapun langkah-langkahnya :

1. Menganalisis perilaku secara umum dan hubungan organisasi terhadap lingkungan
2. Menentukan dan memahami secara benar perilaku serta kelompok terhadap organisasi
3. Menganalisis tingkat opini baik publik internal atau pun eksternal
4. Menentukan formulasi dan merumuskan kebijakan
5. Merencanakan alat/cara yang baik untuk meningkatkan/mengubah perilaku kelompok masyarakat sasaran
6. Mengantisipasi kecenderungan masalah potensial, kebutuhan dan kesempatan.
7. Menjalankan dan melaksanakan aktivitas sesuai dengan program yang dijalankan

8. Menerima umpan balik (*feedback*) untuk dievaluasi kemudian mengadakan penyesuaian yang diperlukan (Ruslan, 2002 : 152).

Gambaran mengenai Public Relations yang mencakup definisi, fungsi dan peran serta ruang lingkup kerja kegiatan Public Relations atau strategi Public Relations yang telah dijelaskan bertujuan membina hubungan baik dengan publik. Menciptakan kondisi di mana tumbuh saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya.

#### **A. Humas (*Public Relations*) Bulog Divre Jateng**

Menurut pendapat Kepala Humas Bulog Divre Jateng, Humas pada Bulog Divre Jateng adalah sebagai manajemen. Manajemen yang dimaksudkan yaitu mengidentifikasi, menetapkan serta membina hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi Perum Bulog Divre Jateng dengan publiknya. Selain itu juga membantu mengembangkan kondisi komunikasi terbuka, dengan adanya saling pengertian atau memahami dengan didasari dengan ide bahwa orang juga mau berubah (dalam proses berperilaku dan bersikap) tidak hanya sebagai sasaran khalayak saja. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan dimungkinkan mengubah kebijakan sebagai hasil tindak lanjut dari dialog dengan lingkungan.

Humas Bulog Divre Jateng dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sering kali menemui masalah. Berbagai masalah yang terjadi seperti *miscommunication* antarkaryawan dengan atasan sering kali menjadi pemicu kerenggangan antara atasan dengan karyawan. Saran-saran yang diberikan karyawan demi kemajuan Bulog Divre Jateng sering kali tidak didengar oleh atasan. Saran-saran yang diberikan oleh karyawan tersebut di antaranya adalah mencari SDM yang bagus untuk mengubah sistem di mana yang dulu sistemnya dari pegawai negeri menjadi perusahaan. Sehingga dalam pengembangan usahanya, di luar perberasan. Hal ini dilakukan untuk mengoptimalkan gudang yang ada di seluruh Indonesia, misalnya melakukan kerjasama ke bidang peternakan, jagung, dan lain-lain.

#### **B. Citra Bulog Divre Jateng**

Walaupun peran Bulog pada masa pemerintahan Soeharto khususnya berhasil menekan harga pada tingkatan tertentu dan ketersediaan beras boleh dikatakan merata di seluruh Indonesia, akan tetapi Bulog penuh dengan kolusi, korupsi dan nepotisme. Karena kesalahan ini mengakibatkan citra Bulog mengalami penurunan drastis di mata publik, sehingga peran Bulog dibatasi.

Masalah mulai timbul ketika banyaknya keluhan yang berasal dari masyarakat (*public*). Keluhan tersebut adalah mengenai kualitas raskin yang jelek. Mereka cenderung membandingkan antara raskin dengan beras yang dijual di pasaran. Menurut Sri Asiati selaku Asisten Manager Pengawasan, “Beras yang dijual di pasaran adalah beras impor yang berasal dari Vietnam dan Thailand. Jatah raskin untuk masyarakat pada waktu masuk ke gudang Bulog masih dalam kondisi baik, terutama kualitasnya. Untuk mengetahui bagaimana beras berkualitas baik tersebut dapat ditandai dengan adanya persyaratan kadar air 14% dan butir patah maksimum 20%, setelah itu juga dalam pemeriksaan barang masuk tetap dilakukan pemeriksaan terhadap butir menir, butir kuning rusak dan butir mengapur. Raskin dengan kualitas jelek disebabkan karena penyimpanan yang terlalu lama di gudang selama 6 bulan sampai 1 tahun serta waktu yang diperlukan dalam pendistribusian yang dilakukan ke daerah-daerah.”

Dengan melihat beberapa konflik atau masalah yang timbul di atas, maka humas harus dapat bekerja dan berperan baik serta optimal sebagai jembatan komunikasi dari atau ke berbagai pihak. Komunikasi tersebut diharapkan dapat berpengaruh pada pembentukan citra positif di kalangan publik dalam rangka menumbuhkan perusahaan yang sehat.

### **C. Strategi Humas Dalam membangun Citra Positif Perusahaan**

Strategi yang dilakukan Humas Bulog Divre Jateng untuk meminimalisir permasalahan internal yang ada dapat dilihat dari aktivitas Humas yang berhubungan dengan karyawan. Aktivitas Humas Bulog Divre Jateng yang berhubungan dengan karyawan, antara lain rapat koordinasi. Dalam kegiatan rapat, diadakan oleh Humas untuk membahas masalah yang timbul serta usaha yang akan dilakukan dalam pemecahannya. Rapat ini dilakukan dengan pihak internal perusahaan yang berupa rapat manajemen, setiap 1 bulan Bulog Divre Jateng melakukan kegiatan rutinitas “*coffee morning*”, kegiatan tersebut bertujuan untuk mempererat hubungan antara atasan dan karyawan dan komunikasi bisa berjalan secara dua arah sehingga karyawan bisa mengetahui perkembangan di kantor pusat Bulog. Rapat tersebut juga diharapkan berguna dalam mengevaluasi kinerja karyawan serta membahas rencana-rencana yang akan datang.

Langkah-langkah yang ditempuh Bulog dalam upaya mempertahankan atau mengembalikan citra positif perusahaan belum sempurna karena seharusnya antara karyawan dengan perusahaan harus saling mendukung dalam peningkatan kinerja. Hal

tersebut dapat terwujud dengan adanya saling kerjasama antara seluruh staf dan pemimpin Bulog secara berkesinambungan dan lancar dalam setiap praktek kegiatan.

Citra positif sangatlah mempengaruhi kondisi Bulog Divre Jateng di masa yang akan datang terutama dalam hal pelayanan dalam masyarakat, di mana harus sesuai dengan slogan Perum Bulog Divre Jateng yaitu “Andalan Ketahanan Pangan”. Adapun langkah-langkah yang dilakukan atau ditempuh oleh Humas Bulog Divre Jateng dalam memperbaiki citra Bulog Divre Jateng adalah sebagai berikut:

- a) Meyakinkan pada RTSPM (Rumah Tangga Sasaran Penerima Manfaat) bahwa kinerja Bulog Divre Jateng telah makin membaik;
- b) Memperkenalkan program kerja Raskin yang sesuai dengan pedoman umum, sehingga komponen-komponen yang ada di dalam beras atau gabah dapat dikontrol sendiri oleh masyarakat;
- c) Adanya koordinasi yang baik antara Bulog Divre Jateng, Pemerintah Provinsi (Pemprov) Jateng, dan instansi terkait selaku pihak yang berkompeten di lingkungan Jateng;
- d) Adanya koordinasi yang baik antara Bulog Divre Jateng dengan para wartawan dari media cetak, elektronik, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), KTNA (Kelompok Tani dan Nelayan Andalan), dan lain-lain.

Humas Bulog Divre Jateng dalam melaksanakan langkah-langkah tersebut merasa bahwa realisasi atau kenyataan yang terjadi belum sepenuhnya sesuai dengan yang direncanakan karena adanya beberapa kendala.

Kendala yang dihadapi oleh Humas Bulog Divre Jateng adalah apabila ada pihak dari masyarakat mengadukan atau mengeluh kepada pihak-pihak yang belum memahami tentang aduan atau pun keluhan yang disampaikan dan justru langsung disampaikan ke media tanpa melakukan konfirmasi ke Bulog Divre Jateng terlebih dahulu.

Ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pihak Humas Bulog Divre Jateng agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pihak masyarakat yang bersangkutan dengan pihak Bulog Divre Jateng dalam hal ini adalah Humas Bulog Divre Jateng. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan komunikasi dan koordinasi baik secara langsung dengan melakukan peninjauan ke lapangan maupun dengan melakukan klarifikasi ke media untuk meluruskan berita-berita yang keliru.

Selain itu Humas Perum Bulog juga berusaha mengidentifikasi publiknya dengan melihat fakta yang terjadi di lapangan seperti pada berbagai konflik yang

terjadi di atas. Adapun pendekatan yang dilakukan humas Bulog dalam strateginya adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan Persuasif

Pendekatan ini dilakukan oleh humas Bulog dalam membina hubungan baik dengan masyarakat atau publiknya. Apabila terjadi suatu masalah, pihak humas dapat segera mengidentifikasi masalah tersebut dengan terjun langsung ke lapangan. Setelah itu, pihak humas akan mengklarifikasi hal tersebut dengan menyebarkan informasi yang benar dan dapat meyakinkan masyarakat bahwa masalah yang timbul tersebut tidak benar, sehingga dapat terwujud citra positif perusahaan.

2. Pendekatan melalui kerjasama

Pendekatan ini dimaksudkan untuk melakukan kerjasama yang dilakukan oleh pihak humas dengan berbagai lembaga seperti pers. Hal ini dilakukan karena pers merupakan media yang dapat membantu menyebarkan informasi setelah pihak humas melakukan identifikasi masalah. Dan tidak hanya pers saja, pihak humas juga dapat bekerja sama dengan masyarakat untuk mengembalikan citra positif Perum Bulog. Dengan demikian dapat terwujud sesuatu yang diinginkan oleh masyarakat atau publik, sehingga akhirnya dapat tercipta suasana yang harmonis.

Dengan melakukan pendekatan-pendekatan di atas, maka akan terjalin hubungan harmonis antara pihak Perum Bulog dengan masyarakat atau pers. Karena media massa senantiasa kritis dalam mencari serta memastikan bahwa keterangan-keterangan yang mereka peroleh adalah benar tanpa ada manipulasi atau rekayasa dari pihak Bulog.

Tingkat keberhasilan humas dalam perannya adalah kepuasan publik atas kinerjanya, kualitas produk atas pelayanan yang diberikan dan tuntutan pasar atas kualitas produk dan pelayanan akan bahan pangan yang dapat mendorong Perum Bulog dalam melakukan berbagai upaya untuk mewujudkan kepuasan publik.

Keberhasilan tersebut dapat diukur melalui beberapa indikator yang umum seperti halnya ketepatan waktu pelayanan (penyaluran pengadaan dan penyediaan stok), ketepatan kualitas, ketepatan harga, dan efisiensi pengelolaan kegiatan.

Setelah keinginan dari publik tersebut dapat terpenuhi dan membuat mereka puas, maka secara tidak langsung citra positif akan diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan yang dalam hal ini adalah Perum Bulog Divre Jateng.



## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Meyakinkan dan memperkenalkan program kerja Raskin yang sesuai dengan pedoman umum.
2. Melakukan koordinasi yang baik antara Bulog Divre Jateng, Pemerintah Provinsi (Pemprov) Jateng, wartawan dari media cetak, elektronik, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), KTNA (Kelompok Tani dan Nelayan Andalan), dan instansi terkait selaku pihak yang berkompeten dilingkungan Jateng.
3. Meminimalisir masalah yang terjadi dipihak internal yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan internal. Kegiatan internal yang sering dilakukan adalah rapat “*Coffee Morning*” setiap satu bulan sekali antara atasan dan antarkaryawan.

### B. Saran

Saran sebagai bahan pertimbangan untuk membangun citra di mata publik yaitu :

1. Humas Bulog Divre Jateng hendaknya mampu membangun atau memelopori kegiatan *Public Relations Counseling*. Melalui *Public Relations Counseling*, diharapkan Humas Bulog Divre Jateng mampu menumbuhkan komunikasi yang baik antara atasan dengan karyawan. Komunikasi yang terjalin dengan baik merupakan kunci sukses dalam membangun citra Bulog Divre Jateng di mata publik.
2. Humas Bulog Divre Jateng harus mampu mencari dan menemukan strategi lain yang dapat mendukung strategi serta langkah baru yang dilakukan dalam menciptakan strategi-strategi baru yang lebih baik dari strategi yang sebelumnya,
3. Humas Bulog Divre Jateng harus bersikap terbuka dan transparan dalam memberikan jawaban kepada masyarakat maupun media massa atas kelebihan serta kelemahan yang dimiliki sebagai dukungannya terhadap aspirasi yang berasal dari rakyat. Strategi yang dilaksanakn tidak hanya sebagai wacana saja tetapi harus ada bukti nyata atau kongkrit dari strategi tersebut, berupa dokumentasi dari semua kegiatan atau kebijakan yang telah dilakukan.
4. Humas Bulog Divre Jateng harus melakukan control dan monitoring terhadap program kerja Raskin agar dalam pelaksanaannya sesuai dengan pedoman umum.

## Daftar Pustaka

Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT. Grasindo

Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi, dan Aplikasi*. Jakarta :  
PT. Raja Grafindo Persada

# STRATEGI HUMAS BULOG DIVISI REGIONAL JATENG DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PERUSAHAAN

## Abstrak

Citra Bulog dinilai negatif di mata masyarakat, hal ini terkait tentang kinerja bulog melalui pembagian raskin dengan kualitas yang kurang baik. Kondisi beras yang di kirim Bulog Divre Jateng untuk masyarakat miskin di Lampung berbau apek dan berwarna kusam kecoklatan (*Suara Merdeka*, 31 Mei 2010). Belum lagi kasus yang menimpa para petinggi Bulog menambah daftar panjang akan banyaknya permasalahan yang ada di tubuh Bulog.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas Bulog Divre Jateng dalam membangun citra perusahaan. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2005:4). Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan Kasi (Kepala seksi) Humas Bulog Divre Jateng dan Karyawan (Asisten Manager Pengawas) Bulog Divre Jateng, sedangkan data sekunder diperoleh dari Majalah Warta Intra Bulog, Peraturan Pemerintah, Surat Keputusan, Arsip dan internet.

Humas pada Bulog Divre Jateng adalah sebagai manajemen. Manajemen yang dimaksud yaitu mengidentifikasi, menetapkan serta membina hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Dalam membangun citra positif yang merupakan tujuan Bulog Divre Jateng, PR membuat strategi-strategi yaitu dengan meyakinkan dan memperkenalkan program kerja Raskin yang sesuai dengan pedoman umum, serta melakukan koordinasi yang baik antara Bulog Divre Jateng, Pemerintah Provinsi (Pemprov) Jateng, wartawan dari media cetak, elektronik, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), KTNA (Kelompok Tani dan Nelayan Andalan), dan instansi terkait selaku pihak yang berkompeten di lingkungan Jateng. Secara internal, tidak adanya hubungan yang harmonis antara karyawan dengan atasan. Masalah tersebut dapat diminimalisir oleh humas Bulog Divre Jateng dengan melakukan startegi yaitu, melakukan kegiatan *coffee morning* setiap satu bulan sekali. Coffee morning dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi kinerja karyawan serta menampung aspirasi karyawan demi kemajuan Bulog Divre Jateng. Pada dasarnya komunikasi yang terjalin dengan baik merupakan kunci sukses dalam membangun citra Bulog Divre Jateng di mata publik. Dengan strategi yang dilakukan Humas Bulog Divre Jateng tersebut, diharapkan mampu meningkatkan kinerja Bulog dan membangun citra Bulog yang positif di mata publik. Meski demikian, diharapkan divisi Humas yang mandiri sehingga citra perusahaan terjaga dengan baik, tidak hanya baik di mata publik eksternal saja tetapi juga menciptakan citra yang baik di mata publik internalnya khususnya di mata karyawan.

*Keyword* : Humas Bulog Divre Jateng; Startegi; Citra Positif.

# **THE STRATEGY OF BULOG PUBLIC RELATIONS IN CENTRAL JAVA REGIONAL DIVISION IN ORDER TO BUILD A GOOD IMAGE OF THE COMPANY**

## **Abstract**

As of now, the image of Bulog is getting worst or negative in public, connected to the work of Bulog to distribute the poor quality rice for poor people. The rice sent to poor people in Lampung by Bulog from Central Java smells bad and the color is brownish (Suara Merdeka, 31 Mei 2010). Additionally, many high fuctionaries are having problem with some cases, so the problem in Bulog is getting bigger and bigger.

The main goal of this research is to know the strategy of Bulog Public Relations in Central Java Regional Division in order to build a good image of the company. They type of the research is qualitative descriptive which is to provide the descriptive data, in verbal or non verbal from the people and also the behavior of the people that we can watch closely (Moleong, 2005:4). Data used for this research is primary data which is owed by interview with Kasi (Section Head) of Bulog Public Relations in Central Java regional division and the staff (Supervisor Manager Assistant) of Bulog in Central Java regional division. The secondary data is taken from Majalah Warta Intra Bulog, Government regulations, decision letter, archives, and internet.

Bulog Public Relations in Central Java Regional Division has a role as a management. Management here means to identify, to determine and to build a beneficial relationship between public and organization. The strategy of Bulog Public Relations in Central Java Regional Division in order to build a good image of the company is done through communication and coordination by direct observation to the floor or by doing clarification to media in order to inform public the correct information about Bulog, especially in Central Java Regional Division. Internally, if there is an internal problem between staff and superiors in Bulog, they will reconcile this communication by having coffe morning monthly, once a month. Beside reconciliation, the purpose of this activity is to evaluate the work of staff and also to accommodate the aspiration of the staff for the goodnerness and improvement of Bulog in Central Java Regional Division. Good communication in Bulog is the main key of success and also to build a good image of the company. With this strategy done by Bulog Public Relations in Central Java Regional Division, hopefully, the work of Bulog will keep increasing and to build a good image of Bulog for public.

Keyword : Bulog Public Relations in Central Java Regional Division; Strategy; Positif Image