

**PERAN HUMAS PT.BUKIT ASAM TBK UNIT DERMAGA
KERTAPATIDALAM PUBLIKASI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

M.Mifta Farid ^{a*}, M. Riski Alfian ^b

^a Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri No.KM. 3,
Pahlawan,

Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan

^b Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri No.KM. 3,
Pahlawan,

Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan

*mmiftahfarid_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran humas dalam mempublikasikan kegiatan CSR melalui media sosial instagram di PT.Bukit Asam Tbk. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara yang relevan kepada dua orang staf humas yang bertanggung jawab atas dokumentasi kegiatan CSR yang kemudian di publikasikan di instargram PT.Bukit Asam Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas memiliki peran penting dalam mempublikasikan kegiatan CSR melalui media sosial Instagram. Humas bertanggung jawab untuk mengelola dan mengunggah konten yang berkaitan dengan kegiatan CSR , yang berupa foto dan video, serta menulis caption yang informatif dan menarik. Humas juga berperan dalam mempromosikan akun Instagram PT.Bukit Asam Tbk agar lebih banyak diikuti oleh masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya, Humas masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya dukungan dari pimpinan PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati. Selain itu, terdapat juga masalah dalam mengukur dampak dan efektivitas dari kegiatan publikasi melalui Instagram. Dalam hal ini, penelitian ini merekomendasikan agar meningkatkan dukungan terhadap Humas dalam hal sumber daya manusia dan peralatan yang diperlukan untuk mengelola akun Instagram dengan baik. PT.Bukit asam Tbk juga perlu menyediakan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kemampuan Humas dalam mengelola media sosial. Terakhir, PT.Bukit Asam Tbk harus mengevaluasi dan mengukur dampak publikasi melalui Instagram untuk menentukan efektivitas dari strategi media sosial mereka.

Kata Kunci: Peran Humas, CSR, Instagram

Pembahasan

Indonesia merupakan negara yang terkenal kaya akan sumber daya alamnya yang melimpah, kekayaan alam yang ada tersebut tersebar di setiap wilayah-wilayah yang ada di Indonesia. Salah satu sumber daya alam terdapat pada sektor pertambangan, pada pertambangan pun ada terdapat banyak jenis barang tambang yang ada di Indonesia, yang salah satunya barang tambang tersebut adalah tambang batu bara. Keberadaan batu bara itu sendiri tentu saja menyebar dibanyak daerah di Indonesia, salah satu yang memiliki cadangan batu bara besar di Indonesia adalah Sumatera Selatan yaitu PT.Bukit Asam Tbk.

Sebuah perusahaan, organisasi, maupun pemerintahan tentunya mempunyai banyak bagian yang diantaranya yaitu bagian humas yang berfungsi sebagai kegiatan untuk menyebarkan informasi baik secara internal maupun eksternal relations atau berfungsi sebagai perantara antara pemimpin perusahaan dan bawahan dan masyarakat mengenai aktivitas perusahaan sesuai dengan preferensi publik. Humas dituntut mampu menjelaskan, berkomunikasi dengan cepat, cekatan, dan sanggup menyampaikan informasi

kepadamasyarakat untuk menimbulkan citra baik, saling pengertian dan menimbulkan persepsi yang sama antara pejabat pembuat kebijakan dengan masyarakat (Permini & Atmaja, 2022: 5). Salah satu tanggung jawab bagian humas tidak hanya menghabiskan waktu kerjanya di ruang kerja atau berpergian ke luar kota (Dinas Luar) saja. Namun, harus mampu menjembatani informasi kegiatan CSR perusahaan kepada masyarakat atau publik. Selain itu Humas juga memiliki peranan yang sangat penting, yaitu mengelola komunikasi dan hubungan antara perusahaan dengan publik eksternal dan internal.

Oleh karena itu, kegiatan publikasi Humas harus turun langsung mengikuti kegiatan CSR perusahaan dengan membuat dokumentasi dan di publikasikan di akun media sosial Instagram dengan tujuan publik tertarik untuk mengetahui bagaimana dan sampai sejauh mana program-program CSR perusahaan telah dilaksanakan, sebab perusahaan sadar bahwa program tersebut sangat berguna dan memiliki banyak manfaat. Manfaat CSR bagi perusahaan salah satunya yaitu untuk mempertahankan serta menaikkan reputasi atau citra perusahaan (Irham Fahmi, 2013: 83).

Untuk membangun citra positif perusahaan PT.Bukit Asam Tbk, humas memanfaatkan media sosial salah satunya Instagram, yang memiliki berbagai fitur termasuk *stories*, *reels*, fitur pencarian, pesan langsung dan memiliki fitur *iklan* yang memungkinkan bisnis atau perusahaan untuk memasarkan produk atau layanan guna memperlancar proses penyampaian informasi yang teliti, tepat, dan cepat yakni berupa pemberitahuan, pertanyaan, laporan atau buah pikiran yang ingin disampaikan kepada pihak lain baik perorangan, organisasi, maupun masyarakat. saat ini media sosial telah menjadi salah satu *platform* penting untuk menyampaikan informasi dan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat. media sosial Instagram yang telah digunakan oleh banyak perusahaan untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan. (Adi & Hidayat, 2017: 1)

Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti menganggap perlunya menganalisis *Peran Humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati dalam publikasi Kegiatan CSR Melalui Media Sosial Instagram*. Hal tersebut untuk mengungkap peran, tantangan dan manfaat apa sajakah yang terkait dengan penggunaan media sosial Instagram oleh Humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang kehumasan secara umum serta pengalaman tentang kegiatan yang dilakukan oleh humas atau *Public Relations*, yang salah satu kegiatan atau aktivitasnya adalah CSR, Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu PT.Bukit Asam Tbk untuk meningkatkan kinerja kehumasan mereka dalam mempublikasikan kegiatan CSR perusahaan melalui media sosial Instagram

1.1. Tinjauan pustaka

1.1.1 Humas

Hubungan masyarakat (Humas) adalah bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi atau perusahaan untuk mempertahankan dan menaikkan citra dan opini yang positif dari publik, agar organisasi mendapatkan kepercayaan serta dukungan dari publik ataupun masyarakat sekitar (May Rudy 2010: 79). Adapun fungsi dan tujuan dari hubungan masyarakat yang utama adalah berupaya untuk membangun citra, mulai dari menumbuhkan, memelihara, sampai dengan menaikkan citra tersebut, karena dengan membangun citra yang positif maka akan menguntungkan perusahaan pastinya.

Fungsi humas dari pendapat yang lain yaitu: Pertama fungsi untuk menjaga reputasi organisasi, lalu Kedua fungsi humas sebagai penasihat, koordinator dan komunikator, Ketiga humas melakukan fungsi pemindaian/survei lingkungan, Keempat Fungsi Humas mengkomunikasikan dan mempromosikan program CSR, Kelima humas membantu dalam mengembangkan strategi dan menginformasikan program, Kemudian Keenam melakukan kerja sama dengan mitra eksternal termasuk dengan organisasi nirlaba dan pemerintah dalam implementasi program, dan yang terakhir Ketujuh humas melakukan fungsi publikasi (Holley Reeves, 2019: 19) Selain memiliki fungsi penting, Humas juga memiliki peranan yang sangat penting, berikut penjelasan mengenai peran seorang Humas pertama *Expert Preciber Communication* yang mana Humas dianggap sebagai seseorang yang ahli, kedua *Problem Solving Process Fasilitator* yaitu Humas sebagai fasilitator dalam proses memecahkan sebuah permasalahan, ketiga *Communication Fasilitator* yaitu Humas memiliki peran sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya, keempat *Technician Communication*, dimana petugas Humas memberikan layanan di bidang teknis (Frida Kusuma, 2002 : 24).

1.1.2 CSR

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan program yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan, dimana perusahaan berkomitmen untuk berkontribusi atau ikut serta dalam melakukan pengembangan ekonomi dengan tentu saja memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menitikberatkan pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan seiring perkembangan zaman, organisasi atau perusahaan sudah mulai sadar akan pentingnya program CSR dan merasa perlu untuk melakukan program-program CSR tersebut, sebab perusahaan sadar bahwa program tersebut memiliki banyak manfaat. Manfaat CSR bagi perusahaan yaitu; Mempertahankan serta menaikkan reputasi atau citra perusahaan, Mendapatkan lisensi atau izin untuk beroperasi secara social, Mengurangi resiko dari bisnis yang dilakukan perusahaan, Memperluas akses sumber daya bagi operasional kegiatan (Irham Fahmi, 2013: 83). Aktivitas CSR sendiri memiliki beberapa jenis yaitu pertama *Couse promotion* Dalam jenis kegiatan CSR ini perusahaan adalah penyedia dana atau sumber daya yang dibutuhkan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran terhadap kegiatan sosial atau pengumpulan dana atau partisipasi, kedua *Couse related marketing* Pada jenis kegiatan CSR ini perusahaan akan menyumbangkan persentase tertentu untuk kegiatan sosial. Misalnya menyumbangkan 1% dari hasil penjualan atau dari hasil keuntungannya, ketiga *Corporate sicietal marketing* Kegiatan CSR ini dilakukan perusahaan sebagai kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat atas isu tertentu, dan keempat *Socially responsible bussiness practice* Perusahaan melakukan aktivitas bisnis yang melampaui atau melebihi standar aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum, hal ini dilakukan untuk memberikan kesejahteraan lingkungan (Dwi Kartini, 2013 : 63)

1.1.3 Media Sosial Instagram

Media sosial Instagram adalah sebuah *Platfrom* media sosial yang fokus pada berbagi foto dan vidio. Dengan instagram, pengguna dapat mengunggah foto dan vidio mereka sendiri kemudian mengeditnya dengan berbagai efek, dan membagikannya dengan pengikut mereka atau secara *publik*. Selaian itu instagram memungkinkan pengguna untuk mengikuti akun-akun lain yang mereka minati, seperti teman, selebritis, dan merek in memungkinkan pengguna untuk

melihat konten yang dibagikan oleh orang lain di *feed* mereka. Instagram juga tempat yang *popular* untuk berbagi cerita sehari-hari, mengunggah foto perjalanan, mempromosikan usaha dan menghubungkan dengan komunitas berdasarkan minat bersama. Media sosial Instagram memiliki peran penting dalam mempublikasikan kegiatan perusahaan seperti kegiatan sosial, bantuan bencana alam, beasiswa pendidikan dan upaya membangun citra positif Perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial Instagram oleh Perusahaan, antara lain: Pertama Potensi jangkauan yang luas Instagram memiliki pengguna aktif yang sangat banyak, kedua Kemudahan akses dan penggunaan Instagram mudah diakses dan mudah digunakan, ketiga Instagram memiliki fitur-fitur yang fleksibel, dan keempat Instagram memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan pemerintah melalui kolom komentar, direct message, dan fitur-fitur lainnya (Adi & Hidayat, 2017: 5)

1.2. Landasan Teoritis

Salah satu teori public relations yang dapat digunakan dalam penelitian peran humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati dalam publikasi Kegiatan CSR melalui sosial media instagram yaitu teori komunikasi "*Model Two-Step Flow of Communication*" yang diajukan oleh Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz. Teori ini menyatakan bahwa informasi tidak langsung mencapai masyarakat luas, tetapi melewati pemimpin opini atau *opinion leader*, yang kemudian mempengaruhi masyarakat lainnya. Dalam konteks CSR, humas perusahaan dapat berperan sebagai penyebar informasi awal kepada pemimpin opini atau stakeholder utama, yang kemudian membantu dalam mengkomunikasikan pesan CSR kepada masyarakat lebih luas. Humas juga melakukan pengamatan atau survey terhadap lingkungan, memonitor peluang dan juga ancaman terhadap program CSR, mengkomunikasikan program CSR kepada publik dan menjalin hubungan dengan komunitas. Humas dan CSR berkontribusi pada pembangunan hubungan, manajemen reputasi, hubungan masyarakat, dan upaya mitigasi resiko perusahaan dan untuk mempublikasikannya media sosial Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial (Pratama, 2020: 12). Saat ini instagram adalah salah satu media sosial yang efektif dalam mempublikasikan kegiatan CSR dan informasi terkait Perusahaan.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati ini berfokus pada aspek-aspek kualitatif, seperti makna persepsi, interpretasi dan konteks (Moleong, 2012: 8). Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif yakni menggambarkan secara objektif, menjelaskan fenomena yang diteliti dengan akurat tentang kegiatan, peristiwa dan keadaan penelitian (Muhlis, 2016:13). Penelitian ini difokuskan pada peran humas dalam publikasi kegiatan CSR Perusahaan melalui media sosial Instagram di PT.Bukit Asam Tbk. Data yang dikumpulkan secara primer yaitu pengumpulan data secara langsung dari sumber pertama melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi (Umar, 2007: 41). Unit analisis dalam penelitian ini adalah *Asisten Manager* Humas dan CSR serta *staf* Humas yang terlibat dalam mempublikasikan kegiatan CSR Perusahaan melalui media sosial Instagram. Dari wawancara tersebut dilakukannya observasi untuk menguji keabsahan data guna memperoleh informasi tentang bagaimana Humas dapat

bekerja dalam mempublikasikan kegiatan CSR Perusahaan di Instagram. Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan tepatnya dari bulan September sampai dengan Agustus 2023, selanjutnya adalah proses menganalisis data temuan dan melakukan pembahasan serta penarikan kesimpulan.

Hasil dan Diskusi

PT.Bukit Asam Tbk adalah bagian dari MIND ID yang terutama bergerak di bidang pertambangan batu bara. Hingga akhir tahun 2021, perusahaan ini memegang lima Izin Usaha Pertambangan dengan total luas lahan mencapai 68.777 hektar yang total cadangan batu baranya mencapai 3,053 milyar ton. Tidak hanya di sektor batu bara saja, sejalan dengan transformasi bisnis Bukit Asam, perusahaan juga membidik kesempatan bisnis baru yakni dengan memasuki bisnis energi baru dan terbarukan yang menandakan peran penting BukitAsam dalam mendukung ketahanan energi nasional.

Dalam perusahaan pertambangan batu bara, kehumasan sangat diperlukan, yang biasa disebut dengan humas. Public Relations berperan dalam menciptakan komunikasi dua arah yang baik dan harmonis antara suatu organisasi dengan masyarakat (Luthfia Amanda 2022). Sebagai fasilitator komunikasi, humas dapat berperan sebagai mediator, penghubung, penerjemah, juru bicara antara organisasi dengan publik (Ratnasari, Rahmat, dan Prastowo 2018). Dalam perusahaan, humas berperan menyampaikan informasi kepada seluruh karyawan maupun masyarakat di luar perusahaan. Dalam menjalankan fungsi kehumasan, praktisi kehumasan harus mengetahui media yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Saat ini kita telah memasuki era digital dan modern, humas dapat menggunakan berbagai jenis teknologi dan media yang dapat menjadi alat untuk menyampaikan informasi, materi promosi, dan menjalin komunikasi. Humas juga dapat memilih media yang efektif dan efisien dalam menjalankan tugasnya.

Di perusahaan, humas merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Public Relations dianggap sebagai kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan, dukungan, dan apresiasi masyarakat (Kiraina dan Haq 2020). Dalam dunia perusahaan, humas bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat melalui kolaborasi yang dapat mendukung berbagai kegiatan di dalam perusahaan (Hariri 2016). Dari sudut pandang ini, humas berperan penting dalam memperoleh kepercayaan dan dukungan publik terhadap organisasi dan lembaga. Di perusahaan, humas berperan dalam tiga fungsi (Suryobroto 2012). Pertama, humas berperan menyampaikan gagasan dan informasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat. Kedua, humas bertujuan untuk mempersiapkan dan mendukung pemimpin mengenai informasi yang akan dikomunikasikan oleh pemimpin. Ketiga, berfungsi membantu pemimpin merencanakan kegiatan bersama masyarakat terkait suatu pelayanan.

Dalam perusahaan mempunyai *Corporate Social Responsibility* atau yang sering disebut dengan CSR yang merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan dalam mengkomunikasikan kegiatan dan program CSR. Penyebaran informasi kepada masyarakat bertujuan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai perusahaan dan kedua belah pihak dapat saling memperkaya. Peningkatan kualitas dan kuantitas perusahaan menjadi tujuan utama humas untuk mendapatkan

kepercayaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Rahmat dalam (Kiraina dan Haq 2020), bahwa humas bertujuan untuk meningkatkan kualitas hasil perusahaan, kualitas kinerja perusahaan, dan kualitas kemajuan perusahaan.

2.1 Peran Humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati

Bentuk manajemen kehumasan yang diterapkan di PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati diintegrasikan ke dalam manajemen perusahaan. Disusun dari *Manager* Umum, CSR dan humas kemudian ada *Asisten Manager* yang membidangi hubungan masyarakat dan ada *staf* karyawan yang secara khusus bertanggung jawab di bidang hubungan masyarakat, Pada tahap perencanaan, humas bertujuan untuk menganalisis partisipasi masyarakat dalam program CSR dan menyelenggarakan program CSR sesuai dengan visi, misi, tujuan dan keputusan bersama. Selain itu, adanya partisipasi dan pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan. Dengan demikian, Perusahaan dapat memberikan komitmen kepada masyarakat. Pada tahap manajemen, humas bertanggung jawab menjalin hubungan dengan masyarakat, melalui pengurus dan tokoh masyarakat. Selain itu, ia juga bertanggung jawab menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Dalam hal kerjasama, Departemen Humas juga bertanggung jawab menjalin kerjasama dan nota kesepahaman dengan instansi pemerintah dan swasta dalam kegiatan dukungan perusahaan.

Dari hasil wawancara, Tim Humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati mempunyai tiga bidang program utama dan dibagi dalam tugas berdasarkan keterampilan dan kemampuan karyawan yang bertugas. Ketiga anggota tim humas mempunyai tanggung jawab masing-masing yaitu:

1. Berkomunikasi dengan masyarakat

Untuk menjalin komunikasi yang baik, perusahaan harus bekerjasama dan membangun hubungan dengan masyarakat. Di PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati, Roby bertanggung jawab menjalin kerjasama dengan masyarakat antara lain pengurus, tokoh masyarakat dan instansi untuk mendukung program dan kegiatan CSR perusahaan. Untuk mempermudah Komunikasi dengan masyarakat, tim humas menggunakan dua tahapan yaitu tahap yang pertama komunikasi terjadi melalui media sosial kemudian dilanjutkan ketahap kedua komunikasi secara langsung seperti percakapan tatap muka. Roby telah melaksanakan beberapa program untuk menciptakan kolaborasi dengan masyarakat. Kerjasama yang dilaksanakan meliputi pelatihan kue untuk kegiatan keahlian oleh masyarakat ring 1 kertapati. Kemudian bekerjasama dengan Dispora Sumatera Selatan gerakan sejuta bola. Kegiatan ini dirancang untuk menciptakan pemuda yang lebih terampil dan ahli di dunia sepak bola.

2. Dokumentasi kegiatan

Untuk memperkenalkan profil perusahaan kepada masyarakat, tim humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati juga aktif meliput seluruh kegiatan. Saat menyusun semua kegiatan ini, tim humas yang bertanggung jawab adalah Ricky Aditya. Setiap kali kegiatan tim humas melakukan dua tahapan yaitu tahap pertama mendokumentasikannya dengan foto dan video, sebagai bukti cara kerja suatu program. Setelah itu tahap kedua, hasil dokumentasi tersebut akan dipublikasikan di grub dan sosial media, selanjutnya dokumentasi disimpan dengan baik agar mudah diakses dan dikelola di masa depan.

3. Publikasi melalui media sosial

Setelah tim humas membuat berita tersebut, tugas promosinya diserahkan kepada Tri Rusyda, Dengan menggunakan teori komunikasi dua tahap yaitu tahap pertama memposting semua berita dan gambar hasilnya Dalam operasionalnya, tim humas menggunakan media sosial yang biasa digunakan masyarakat kemudian tahap kedua *monitoring* dan *respons* terhadap publikasi untuk memahami bagaimana *audiens* menanggapi konten, apakah itu positif, negatif, atau netral. Media yang digunakan Instagram untuk memposting segala macam materi tentang program dan kegiatan, serta ucapan selamat atas penghargaan. Berkat hasil yang dicapai tim humas dan kerjasama yang baik, PT.Bukit Asam Tbk semakin dikenal di tingkat kabupaten dan provinsi. Dengan hal tersebut, Tim humas telah berhasil merebut hati masyarakat melalui promosi dan kinerja yang baik. Sejak tercapainya penetapan tersebut, jumlah pengikut instagram PT.Bukit Asam Tbk sudah mencapai 121 ribu.



Sumber : www.instagram.com/bukitasamptba (September 2023)

Gambar 1 & 2 : Instagram PT.Bukit Asam Tbk.

2.2 Faktor yang mendukung dan menghambat peran Humas PT.Bukit Asam Tbk

3.2.1 Faktor pendukung peran Humas

Selama melakukan penelitian ini, penulis menemukan beberapa faktor yang dapat mendukung peran humas dalam melaksanakan dokumentasi dan publikasi informasi di PT.Bukit Asam Tbk. Dengan dukungan tersebut sangat bermanfaat bagi tim humas dan perusahaan dengan meningkatkan kebutuhan informasi dan komunikasi yang baik dengan masyarakat dan instansi terkait. Ada tiga faktor yang mendukung peran humas di PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati, yaitu tersedianya sumber daya manusia yang bermotivasi tinggi dalam bekerja, adanya karyawan yang berkompeten dalam menulis dan menyampaikan berita, tersedianya jejaring sosial untuk menyampaikan informasi. Kepada masyarakat. Faktor-faktor yang mendukung peran humas dalam dokumentasi dan publikasi, yaitu :

a. Sumber daya manusia yang bermotivasi tinggi

Karyawan merupakan sumber daya manusia utama perusahaan dan faktor utama penentu kemajuan perusahaan (Wempy Prastomo Bhakti, Iskandar Z. Hifnie 2022). dengan menggunakan komunikasi dua tahap sangat mendukung peran humas karna selain menjadi karyawan, juga terdapat penanggung jawab hubungan masyarakat dan bertanggung jawab memperkenalkan program dan tujuan perusahaan kepada masyarakat. Untuk melaksanakan

program kehumasan, baik penulisan berita maupun sosialisasi kegiatan CSR perusahaan, diperlukan seorang karyawan yang memiliki motivasi tinggi dalam pekerjaannya. Hal ini sejalan dengan pandangan Tilaar (Dhuhani 2016) bahwa seseorang dapat disebut profesional apabila terus berupaya meningkatkan kualitas dan hasil kerjanya melalui pelatihan dan pendidikan. Diketahui, karyawan yang bertugas mempublikasikan kegiatan CSR merupakan karyawan lulusan sarjana sastra, berpengalaman menulis berita, dan rutin mengikuti kegiatan penyuntingan dan penyusunan. Tim Humas juga kerap menyelenggarakan beberapa kegiatan untuk menunjang profesionalisme redaksi berita. Dengan melakukan pelatihan kemudian dilakukan penerapannya agar sumber daya manusia tetap semangat untuk mempromosikan perusahaan agar masyarakat mengenal dan kepercayaan semakin meningkat.

b. Karyawan memiliki kemampuan menulis berita pendek

Dalam menulis berita, tentunya membutuhkan seseorang yang ahli dalam menyusun kata menjadi kalimat agar mudah dipahami oleh pembaca. Dari ketiga orang yang tergabung dalam Tim Humas PT. Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati ini mempunyai tugas dan fungsi masing-masing. Dengan menggunakan dua tahapan ini mempermudah humas dalam menulis dan menyebarkan berita dengan kemampuan mencatat dan membuat berita sekaligus. Sebagai penulis berita, karyawan yang bertugas juga harus mampu merangkum perkataan dan gagasan yang disampaikan narasumber dalam suatu kegiatan. Dengan keterampilan dan kemampuan guru menulis informasi di PT. Bukit Asam Tbk, informasi yang disampaikan dari perusahaan kepada masyarakat menjadi kesan terhadap suatu program yang dilaksanakan (Kiraina dan Haq 2020).

c. Jejaring sosial menyebarkan informasi

Media sosial atau yang sering kita sebut sosmed merupakan suatu alat yang berbentuk website atau aplikasi yang mudah digunakan untuk membuat dan menyebarkan informasi kepada masyarakat melalui internet (Hannah Mahfuzhah 2018). Untuk menyampaikan pesan dan informasi, perusahaan kini harus memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan kepercayaan dan antusiasme masyarakat. Dengan adanya media sosial pula, cara masyarakat berkomunikasi kini mulai berubah karena komunikasi bisa terjadi dimana saja dan kapan saja karena jarak dan waktu tidak dibatasi. Untuk menyebarkan berbagai informasi, tim humas PT. Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati menggunakan Instagram. Dengan komunikasi dua tahap ini instagram sangat mendukung peran humas, pertama menyebarkan informasi kegiatan CSR dan berita karena banyaknya pemirsa dari masyarakat. Kemudian yang kedua, pemirsa dapat langsung bertanya kepada admin terkait tentang program yang dilaksanakan. Banyak sekali manfaat penggunaan media sosial yang dilakukan Humas PT. Bukit Asam Tbk Selain bermanfaat bagi perusahaan, media sosial juga bermanfaat bagi masyarakat luas yang membutuhkan informasi tentang profil perusahaan. Manfaat yang mungkin diperoleh mencakup kemampuan untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, mengarsipkan dan mencatat berbagai program perusahaan, meningkatkan literasi melalui publikasi informasi, dan menjadi perusahaan yang kompetitif bagi masyarakat.

3.2.2 Faktor penghambat peran humas

Peneliti menemukan beberapa kendala yang terjadi dalam dokumentasi dan publikasi

berita yang dilakukan oleh Humas. Akibat kendala tersebut, penyebaran informasi dan program tidak dapat dilaksanakan secara maksimal. Faktor-faktor yang menghambat peran humas dalam mendokumentasikan dan mempublikasikan berita, yaitu :

a. Kendala teknis dan kurangnya alat serta sarana.

Saat merekam dan menerbitkan berita, diperlukan alat yang efektif dan efisien dalam proses produksi dan penerbitannya. Di PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati belum ada kamera yang layak untuk merekam seluruh aktivitas. Hingga saat ini karyawan masih menggunakan telepon seluler dan terkadang dokumen tidak disimpan dengan baik. Dengan diterapkan komunikasi dua tahapan sering terjadi penghambat dikarenakan tidak ada sumber daya manusia lain untuk membantu proses perekaman dan editing hasil rekaman video, PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati tidak mempunyai laptop yang cocok untuk mengedit video dan mendesain hasilnya. Saat ini masih menggunakan laptop yang dimiliki oleh karyawan dan juga kurangnya kemampuan teknis yang cukup untuk mengelola akun Instagram secara efektif dan efisien, seperti mengatur jadwal publikasi, serta mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur yang tersedia di Instagram.

b. Kendala regulasi dan hukum

Dikarenakan komunikasi hanya melalui dua tahapan saja tanpa melewati ketentuan regulasi dan hukum sering kali mengalami kendala. Penggunaan media sosial oleh Perusahaan perlu memperhatikan regulasi dan hukum terkait, seperti Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Terkadang, ketidaktahuan atau ketidakpahaman terhadap regulasi dan hukum dapat membatasi kemampuan Humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat publikasi kegiatan Perusahaan.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Melihat hasil penelitian di atas telah dilakukan penelitian tentang peran humas PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati dalam publikasi kegiatan CSR Perusahaan melalui media sosial instagram, dapat diratik kesimpulan bahwa dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Humas di PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati memainkan peran penting dalam mempublikasikan kegiatan CSR Perusahaan melalui media sosial Instagram. Penelitian ini, telah membahas mengenai tiga bidang program utama dan dibagi tugas sesuai dengan skil dan kemampuan yang dimiliki oleh para karyawan yang bertugas. Pertama, koordinator humas bertugas berkomunikasi dengan masyarakat melalui kerjasama. Kedua tim yang bertugas dalam dokumentasi kegiatan. Ketiga tim yang bertugas memposting hasil kegiatan dan mempromosikan kegiatan melalui media sosial instagram. Faktor yang mendukung peran humas yaitu tersedia sumber daya manusia yang bermotivasi tinggi, memiliki karyawan yang kompeten dalam menulis dan publikasi berita, dan tersedianya media sosial untuk menyampaikan informasi kepada *publik*. Adapun faktor yang menghambat yaitu kendala teknis serta kurangnya alat dan kendala regulasi dan hukum.

Dengan menerapkan teori komunikasi dua tahap, humas berperan sebagai penyebar

informasi awal kepada pemimpin opini atau pemangku kepentingan utama, yang kemudian membantu dalam mengkomunikasikan pesan CSR kepada publik. Struktur organisasi ini dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas perusahaan di kalangan masyarakat luas melalui program yang dilaksanakan.

Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai peran humas dalam kegiatan CSR perusahaan periklanan melalui jejaring social Instagram. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan informasi dan rekomendasi bagi kegiatan kehumasan PT.Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati bertujuan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan jejaring sosial Instagram sebagai sarana promosi kegiatan CSR perusahaan, yang pada akhirnya dapat mempererat hubungan perusahaan dengan masyarakat dan meningkatkan partisipasi Masyarakat dalam kegiatan perusahaan

State Peran Humas PT Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati dalam publikasi kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) melalui media sosial Instagram sangat penting dalam menjalin hubungan baik dengan publik, mempromosikan tanggung jawab sosial perusahaan, dan meningkatkan citra perusahaan. Melalui penggunaan platform media sosial, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara langsung dengan mereka.

Rekomendasi:

1. **Konsistensi Posting:** Dengan konsistensi dalam posting konten CSR, Unit Dermaga Kertapati dapat mempertahankan perhatian publik dan membangun kesan yang positif.
 2. **Visual yang Menarik:** Posting foto dan grafis yang menarik dapat membuat konten lebih menonjol di Instagram. Pertimbangkan untuk menggunakan gambar yang menceritakan cerita kegiatan CSR.
 3. **Interaksi dengan Audiens:** Tanggapi komentar dan pesan dari pengikut Instagram dengan ramah dan informatif. Ini dapat membantu membangun keterlibatan dan loyalitas pengikut.
 4. **Cerita yang Menyentuh:** Bagikan cerita-cerita sukses yang melibatkan manfaat yang diberikan oleh kegiatan CSR. Ini akan menginspirasi dan memotivasi audiens.
 5. **Hashtag Relevan:** Gunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas posting Anda. Buat hashtag unik yang terkait dengan inisiatif CSR Anda.
 6. **Laporan Kemajuan:** Secara berkala, bagikan laporan tentang kemajuan proyek CSR dan dampak positif yang telah dicapai.
 7. **Kolaborasi dengan Mitra:** Berkolaborasi dengan mitra dan organisasi terkait dalam kegiatan CSR, dan tunjukkan dukungan bersama di media sosial.
 8. **Promosikan Edukasi:** Gunakan platform Instagram untuk memberikan edukasi tentang isu-isu sosial yang menjadi fokus CSR Anda.
 9. **Tindaklanjuti Masukan:** Dengarkan umpan balik dari pengikut Instagram dan
-

pertimbangkan perbaikan yang diperlukan.

10. **Transparansi:** Pastikan posting Anda mencerminkan transparansi dan integritas perusahaan dalam menjalankan program CSR.

Dengan mengikuti rekomendasi ini, Humas PT Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati dapat memanfaatkan Instagram sebagai alat yang efektif dalam mempromosikan dan membagikan inisiatif CSR perusahaan dengan publik secara transparan dan menarik perhatian dengan cara yang positif.

Ucapan Terima Kasih

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada tim Humas PT Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati atas dedikasi dan kerja kerasnya dalam mempublikasikan kegiatan CSR kami melalui platform media sosial Instagram. Upaya kalian membantu menyebarkan pesan penting tentang tanggung jawab sosial perusahaan kami kepada masyarakat luas. Semangat dan komitmen kalian dalam berkontribusi pada kebaikan dan pembangunan berkelanjutan sangat dihargai. Terima kasih atas kerjasama yang luar biasa

"Kepada Tim Humas PT Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati, Kami ingin dengan tulus mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam atas peran luar biasa yang telah kalian mainkan dalam mempublikasikan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) kami melalui media sosial Instagram. Kontribusi kalian dalam hal ini telah memiliki dampak yang sangat positif, tidak hanya bagi perusahaan kami, tetapi juga bagi komunitas dan masyarakat yang kami layani.

Dalam era digital yang semakin berkembang, peran Humas menjadi semakin krusial, dan kalian telah menjalankannya dengan baik. Kreativitas dan inovasi yang kalian tunjukkan dalam menyampaikan pesan-pesan CSR kami sangat mengesankan. Melalui visual yang menarik dan konten yang informatif, kalian telah membantu mengedukasi dan menginspirasi masyarakat tentang upaya kami dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kalian juga telah menjadi jembatan yang kuat antara perusahaan kami dan masyarakat melalui Instagram. Kalian menjawab pertanyaan, memberikan klarifikasi, dan merespons komentar dengan kesabaran dan profesionalisme. Ini membantu membangun kepercayaan dan hubungan yang baik antara perusahaan kami dan pemangku kepentingan.

Peran kalian tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga dalam mempromosikan nilai-nilai berkelanjutan dan kepedulian sosial. Kalian adalah duta perusahaan yang luar biasa dalam mewujudkan perubahan positif.

Kami sangat menghargai dedikasi dan komitmen kalian untuk menjalankan tugas ini. Keberhasilan kami dalam CSR dan dampak positif yang kami ciptakan tidak akan tercapai tanpa dukungan kalian. Terima kasih atas semangat dan kerja keras kalian.

Kami sangat berharap untuk melanjutkan kerja sama yang produktif ini di masa depan. Bersama-sama, kita dapat terus berkontribusi pada kebaikan, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat. Terima kasih sekali lagi atas semua yang telah kalian lakukan.

Referensi

- Akbar, Ginanjar, and Tri Irianto Tjendrowaseno. 2015. "Website Profil Perusahaan Sebagai Media Informasi Dan Promosi." *IJNS - Indonesian Journal on Networking and Security* 4(1):37–41. doi:<http://dx.doi.org/10.55181/ijns.v4i1.1316>.
- "All About Kriteria Peringkat PROPER Emas, Hijau, Biru, Merah dan Hitam," <http://www.trainingproper.com/all-about-kriteria-peringkat-proper-emas-hijau-biru-merah-dan-hitam/> (diakses 04 september 2023)
- Andhara, R. S. (2019). Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Facebook di Sekretariat Kabupaten Kampar. *Peran Humas MempublikasiKegiatan, 2019* (Desember), 77.
- Effendy, Onong Uchjana . 2002. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Luthfia Amanda. 2022. "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13(1):1–5. doi: 10.21009/jmp.v13i1.27048.
- Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.
- Permini, N., & Atmaja, I. (2022, Agustus 1). Peran Humas dalam Kegiatan Publikasi OnlinePemerintah di Kabupaten Badung. *Jurnal Moderat*, 8, 620. Retrieved April 15,
- Rudy, May. 2005. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2008 Tentang Perseroan Terbatas.
-