

PERAN SEKRETARIS DALAM MENDUKUNG PUBLIC RELATIONS PADA PERUSAHAAN

Oleh : Dewi Irawati)*

ABSTRAK

Era globalisasi menuntut setiap elemen organisasi baik pemerintah maupun swasta untuk dapat menjaga keberlangsungan hidupnya ditengah-tengah persaingan usaha yang cukup besar. Hal ini menjadikan setiap perusahaan untuk semakin giat dalam menggalakkan public relations organisasinya menuju good image (citra baik) perusahaannya di mata masyarakat luas. Salah satu posisi pendukung optimalnya public relations suatu perusahaan adalah melalui peran strategis sekretaris yang diemban melalui tugas-tugas yang dimilikinya.

PENDAHULUAN

Public relations merupakan aktivitas mengelola komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. *Public relations* atau dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai hubungan masyarakat, memuat proses komunikasi dua arah yang sering terjadi pada perusahaan sebagai organisasi, baik komunikasi secara internal maupun eksternal dari perusahaan tersebut. Pengelolaan *public relations* yang baik mutlak dimiliki oleh masyarakat organisasi dalam hal ini perusahaan.

Profesi seorang sekretaris memegang fungsi penting dalam operasional keorganisasian suatu perusahaan. Seorang sekretaris dalam kedudukannya sebagai seseorang yang terdekat dengan pimpinan puncak diarahkan untuk bertindak sebagai *public relations officer* baik untuk kepentingan internal maupun kepentingan eksternal perusahaan. Hal ini akan membawa posisi sekretaris menuju tanggung jawab dalam menumbuhkan citra baik perusahaan dimata masyarakat. Berdasarkan fenomena di atas maka penulis tertarik untuk membahas mengenai peran sekretaris sebagai mediator pimpinan dengan banyak pihak serta

menuangkannya dalam tulisan yang berjudul “**Peran Sekretaris dalam Mendukung Public Relations pada Perusahaan.**”

PUBLIC RELATIONS

Istilah *public relations* (PR) dewasa ini kerap kali digunakan oleh banyak perusahaan. Menurut Yulianita (2007:21) mengutip definisi *public relations* dari *Public Relations News* sebagai berikut :

Public relations is the management function which evaluates public attitudes identifies the policies and procedures of an individual or an organization with the public interest and executes a program of action to earn public understanding and acceptance.

Definisi *public relations* di atas menyoroti hakikatnya sebagai fungsi manajemen yang terdapat dalam sistem organisasi dalam upayanya menumbuhkan *good will* (itikad baik) dari publik terhadap organisasi tersebut. Lembaga *Public Relations* di Amerika Serikat mendefinisikan *Public Relations* sebagai “usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dengan masyarakatnya.”

Di dalam beberapa bentuk perusahaan, *public relations* dipandang sebagai daya pendorong yang dapat membantu berbagai bidang yang ada dalam perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari uraian tugas-tugas pokok dari *public relations* diantaranya :

1. Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta tantangan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan yang menaunginya. Banyak hal yang harus diidentifikasi oleh seorang *public relations officer* mengenai kondisi lingkungan perusahaan termasuk bagaimana mendiagnosis pemikiran masyarakat terhadap perusahaan tersebut.
2. Merencanakan, melaksanakan serta mengevaluasi berbagai kegiatan perusahaan terutama yang melibatkan pihak luar perusahaan.

3. Memastikan seluruh personil perusahaan untuk tidak melakukan suatu tindakan yang dapat mencemarkan nama baik perusahaan.
4. Memberikan masukan kepada elemen perusahaan mengenai perkembangan lingkungan intern dan eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi citra perusahaan dimata masyarakat.
5. Menjadi komunikator yang baik dalam hal memediasi segala sesuatu ketika perusahaan sedang mengalami permasalahan baik internal maupun eksternal.
6. Membantu bagian-bagian lain dengan menganalisis masalah-masalah komunikasi, menulis dan menerbitkannya, memberikan keterangan baik secara audio visual maupun melalui bentuk media lainnya.
7. Mengoptimalkan arus informasi yang baik dan berjalan dua arah melalui berbagai media komunikasi yang tersedia.

Coulson dan Thomas (1996:20) menyatakan bahwa :

Seorang spesialis *public relations*, tentu saja diharapkan mengetahui sedikit banyak tentang pekerjaan semua orang yang berada dalam organisasi yang akan ia hubungi. Agar efektif seorang spesialis harus memberikan informasi kepada manajer-manajer lain mengenai kegiatannya, yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab mereka.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa *public relations* memangku peran yang penting dalam suatu perusahaan dimana posisi yang diperankan olehnya berada pada posisi sentral untuk menciptakan suasana kondusif pada suatu perusahaan. Tantangan yang dihadapi *public relations* tersebut tentu tidak mudah bahkan membutuhkan kerja keras dan kegigihan yang dapat diandalkan.

SEKRETARIS

Saat ini, pandangan terhadap profesi seorang sekretaris mengalami kemajuan yang sangat pesat. Profesi ini menjanjikan peluang yang besar bagi kemajuan prestasi dan kemampuan seseorang yang menekuninya. Kata sekretaris sebenarnya berasal dari bahasa Latin *secretum* yang berarti “rahasia” atau

secretarium yang berarti “seseorang yang diberi kepercayaan untuk memegang rahasia”. Bila dilihat dari asal katanya, sekretaris adalah seseorang yang seharusnya dapat menyimpan rahasia.

Hendarto dan Tulusharyono (2006:1-2) mengutip beberapa pendapat ahli mengenai pengertian sekretaris diantaranya :

1. Webster’s New Dictionary of American Language College
“Secretary is a person employed to keep record, take care correspondence and other writing task, etc. For an organization or individual.”
2. Ruth J. Anderson
“Secretary is a personal office assistant to a designated supervisor who has close and direct working relationship with supervisor”
3. H.W Flower dan F.G Flower
“Person employed by another to assist him in correspondence, literary work, getting information and other confidential matters.”
4. The Professional Secretary International (Ikatan Sekretaris di Amerika)
“An assistant to an executive possessing mastery of office skill and ability to assume responsibility without direct supervision, who displays initiative, exercises judgement and makes decisions within the scope of her authority.”

Berdasarkan beberapa definisi sekretaris di atas, jelas bahwa tanggung jawab sekretaris berkaitan dengan urusan administrasi kantor seperti surat, arsip dan pengurusan informasi mengenai seseorang terutama dalam hal ini adalah pimpinan.

Tugas-tugas dari seorang sekretaris diantaranya :

1. Menerima dikte dari pimpinan
2. Melaksanakan korespondensi
3. Menyimpan berbagai arsip yang dinilai penting
4. Menerima tamu-tamu pimpinan

5. Membuat jadwal pertemuan dan perjanjian-perjanjian pimpinan dengan teman relasi maupun kegiatan lainnya
6. Menyiapkan bahan-bahan keterangan kepada pimpinan sesuai dengan kebutuhan pimpinan dalam rapat maupun kegiatan lainnya
7. Bertindak sebagai perantara antara pimpinan dengan bawahan
8. Menemani pimpinan dalam pertemuan penting
9. Menyusun pidato-pidato untuk pimpinan

Melihat uraian tugas sekretaris di atas, dapat dikatakan bahwa sekretaris berperan menjadi mediator antara pimpinan dengan bawahan serta komunitas lainnya yang terlibat dengan operasional perusahaan. Dalam hal ini profesionalitas sekretaris dalam menjalankan tugas-tugasnya kerap kali dibutuhkan dalam upaya turut mencapai tujuan perusahaannya.

JENIS PERUSAHAAN

Terdapat berbagai bentuk usaha yang dijalankan oleh para pebisnis sesuai dengan sifat, kebutuhan dan hakikat bisnis tersebut. Dewasa ini, terdapat beberapa bentuk perusahaan yang mendapatkan legalitas dari pemerintah Negara Indonesia. Masing-masing perusahaan tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, namun pada dasarnya perusahaan – perusahaan tersebut memiliki suatu problematika yang sama yaitu bagaimana *public relations* yang dijalin perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat turut membangun *image* baik perusahaan dimata masyarakat.

Berbagai bentuk perusahaan di Negara Indonesia diantaranya :

1. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan Terbatas (*Limited Liability Company, Naamioze Vennootschap*) adalah bentuk yang paling populer dari semua bentuk usaha bisnis. Maksud dari PT berdasarkan hukum Indonesia adalah suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian antara 2 (dua) orang atau lebih, untuk melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham-saham.

2. Firma (Fa)

Firma (*partnership*) merupakan suatu usaha bersama antar 2 (dua) orang atau lebih yang dimaksudkan untuk menjalankan suatu usaha di bawah suatu nama bersama. Setiap partner dalam suatu firma dapat mengikatkan diri dan bertindak untuk dan atas nama perusahaan, meskipun terdapat pembagian tugas di antara para partner.

3. *Commanditaire Vennootschap* (CV)

Bentuk perusahaan yang disebut sebagai *Commanditaire Vennootschap* atau dalam Bahasa Inggris disebut sebagai *Limited Corporation*, merupakan suatu bentuk badan usaha yang didirikan oleh 2 (dua) orang atau lebih, dimana 1 (satu) orang atau lebih dari pendirinya adalah persero aktif yang akan menjalankan dan bertanggung jawab secara penuh atas kekayaan pribadinya dan yang lainnya merupakan persero pasif yang hanya bertanggung jawab sebatas uang yang ia setorkan saja.

4. Usaha Dagang (UD)

Dalam Bahasa Inggris, Usaha Dagang dikenal dengan nama *Sole Proprietorship*, yang merupakan suatu cara berbisnis secara pribadi dan sendiri (tanpa partner) tanpa mendirikan suatu badan hukum, dan karenanya tidak ada harta khusus yang disisihkan sebagaimana halnya dengan suatu badan hukum.

5. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

BUMN merupakan bentuk usaha di bidang-bidang tertentu, yang umumnya menyangkut dengan kepentingan umum, dimana peran pemerintah di dalamnya cukup besar, minimal dengan menguasai mayoritas pemegang saham.

6. Koperasi

Koperasi merupakan badan usaha berbentuk badan hukum yang anggotanya terdiri dari orang perorangan atau badan hukum koperasi dimana kegiatannya didasarkan atas prinsip ekonomi kerakyatan

berdasarkan atas kekeluargaan untuk mencapai tujuan kemakmuran anggota.

7. Yayasan

Yayasan merupakan suatu badan hukum yang tidak mempunyai anggota, yang terdiri dari kekayaan yang disisihkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan-tujuan yayasan, yaitu tujuan dalam bidang-bidang sebagai berikut :

- a. Sosial
- b. Keagamaan
- c. Kemanusiaan

PERAN SEKRETARIS DALAM MENDUKUNG *PUBLIC RELATIONS* PERUSAHAAN

Public relations merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan perkantoran terutama organisasi perusahaan. Hal ini terjadi karena setiap organisasi dalam hal ini perusahaan tidak terlepas dari keterlibatan masyarakat didalamnya dan masyarakat luar perusahaan yang memiliki beraneka ragam karakter dan kepentingan.

Sekretaris sebagai komponen yang memiliki posisi penting dalam keberlangsungan perusahaan, tentu harus memahami bahkan menguasai pola *public relations* yang baik dengan masyarakat internal perusahaan dan masyarakat eksternal tentunya. Seperti diuraikan di atas bahwa setiap masyarakat yang terlibat dalam perusahaan memiliki perbedaan karakter dan kepentingan yang harus dipahami salah satunya oleh sekretaris. Hal ini dilatarbelakangi pula dengan suatu kondisi dimana seorang sekretaris banyak dihadapkan dengan berbagai elemen masyarakat yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

Kehandalan seorang sekretaris dalam mengelola *public relations* yang mampu menghasilkan *output* dimana publik perusahaan dapat memiliki itikad dan penilaian yang baik pada perusahaan merupakan suatu tantangan tersendiri bagi sekretaris. Komunikasi, koordinasi dan kerjasama dengan berbagai elemen

masyarakat baik internal maupun eksternal perlu dipastikan berjalan secara kondusif demi mencapai tujuan organisasi. Melalui tugas-tugas sekretaris diharapkan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan masyarakat tidak mengalami hambatan.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh sebuah perusahaan atau lembaga adalah komunikasi yang tidak efektif. Gejala-gejala yang banyak terjadi adalah seperti :

- a. Kurangnya informasi mengenai data dan keterangan terutama yang memerlukan perbaikan dan sering terdapat kekurangmampuan untuk merinci hasil yang dicapai oleh perusahaan sehingga terdapat kesulitan bagi masyarakat untuk mengakses berbagai informasi yang terkait dengan perusahaan.
- b. Kurangnya upaya dari perusahaan dalam mensosialisasikan segala aktivitas perusahaan pada masyarakat sehingga memungkinkan terjadinya kesalahpahaman terhadap apa yang dilakukan perusahaan.
- c. Kurangnya rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pemeliharaan lingkungan yang terkadang hal ini membuat masyarakat menjadi apatis terhadap hal-hal yang dilakukan oleh perusahaan.
- d. Terjadi hambatan komunikasi internal kantor yang disebabkan kegagalan dalam menjalin komunikasi secara dua arah.

Dengan melihat beberapa permasalahan tersebut, maka peran sekretaris dalam turut mengembangkan *public relations* perusahaan sangatlah penting. Hal ini mengingat bahwa banyak dari sekian banyak tugas yang diemban oleh seorang sekretaris, pada hakikatnya tugas-tugas tersebut melibatkan koordinasi dengan banyak pihak baik internal maupun eksternal. Seperti diuraikan sebelumnya bahwa seorang sekretaris membantu pimpinan yang dilayaninya agar bisa melaksanakan tanggungjawabnya sebagai pemimpin. Namun jauh lebih luas dari kondisi tersebut, sekretaris sesungguhnya mengemban tugas yang cukup banyak melibatkan pihak lain diantaranya internal perusahaan dan masyarakat eksternal

perusahaan. Oleh karena itu, Selain menjalankan tugas kesekretariatan, seorang sekretaris pun bertugas menjalin hubungan yang baik dengan orang lain terkait dengan posisinya dalam perusahaan.

Dengan demikian, peran strategis yang dijalankan dalam perusahaan, maka lahirlah tuntutan dimana seorang sekretaris wajib berpartisipasi dalam mendukung berjalannya *public relations* yang baik pada perusahaan. Apabila sekretaris melakukan kelalaian dalam melaksanakan tugas yang diembankan pada dirinya, hal ini akan menyebabkan masalah dengan pihak lain dan berujung pada gagalnya *public relations* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Coulson Colin – Thomas. 1996. *Public Relations* (Pedoman Praktis untuk PR). Bumi Aksara. Jakarta.

Fuady Munir. 2005. Pengantar Hukum Bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global). PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.

Hendarto Hartiti dan Tulusaryono. 2006. Menjadi Sekretaris Profesional. PPM. Jakarta.

Iriantara Yosol. 2004. *Community Relations* Konsep dan Aplikasinya. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Saiman. 2002. Manajemen Sekretaris. Ghalia. Jakarta.

Yulianita Neni. 2007. Dasar-dasar *Public Relations*. P2U-LPPM UNISBA. Bandung.

*) *Penulis adalah dosen tetap Akademi Sekretari dan Manajemen Ariyanti*