

Strategi Komunikasi Kehumasan Industri BP Batam Di Kepulauan Riau

*Public Relations Communication Strategy in Batam BP Industry
in the Riau Islands*

Riastri Novianita

Universitas Bina Sarana Informatika

Jalan Ciledug Raya No.168, Ulujami, Pesanggrahan, RT.8/RW.4, Ulujami,
Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
12250

riastri.rsv@bsi.ac.id

Abstract

This research between 2008-2010 and public relations BP Batam is supposed to have a lot of programmes to attract foreign direct investment. The study uses descriptive qualitative approach, which produces descriptive data primary obtained through in-depth interviews with key information providers (key informant) from BP Batam's four structural officials. They are namely two directors, and two heads of subdirector as well as two managers of each of the two is that there is a gap. In addition, the use of secondary data derived from study of literatures. Data analysis was done by reviewing all research data which is the primary data in the form of in depth interviews with chosen key information providers (key informant) as well as secondary between the trend growth of foreign direct investment in Batam foreign companies in data from the study of literature. The theory used in the research is communications strategy theory.

Keywords: Communications Strategy, Public Relation

Abstrak

Terdapat kesenjangan antara teori pertumbuhan investasi asing langsung di Kawasan Industri Batam yang melambat antara tahun 2008-2010 dan kehumasan BP Batam yang seharusnya memiliki banyak program untuk menarik minat investasi asing langsung. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang menghasilkan data deskriptif atau data primer yang berasal dari BP Batam sebanyak empat orang pejabat struktural, yaitu dua orang direktur, dan dua orang kepala subdirektorat serta dua orang manajer masing-masing dari dua perusahaan asing di Kawasan Industri Batam. Di samping itu digunakan data sekunder yang berasal dari studi kepustakaan. Analisis data dilakukan dengan cara menelaah seluruh data hasil penelitian ini baik data primer berupa hasil wawancara mendalam dengan pemberi informasi kunci yang dipilih maupun data sekunder hasil studi kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Kehumasan

I. PENDAHULUAN

Ketika Batam menjadi kuota otonom pada tahun 2001, jatuh pada tahun 2002, pulih kembali di tahun 2003, selanjutnya tren pertumbuhan investasi asing menjadi sangat tajam di tahun 2004-2006. Keberhasilan humas BP Batam dalam menarik minat investasi asing langsung ternyata melambat sejak tahun 2008 sampai 2010. Humas sebagai fungsi manajemen, seharusnya mendukung dan memelihara jalur komunikasi eksternal. Peran humas adalah membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi.

Untuk menjalin komunikasi dengan publik eksternal demi terciptanya, opini publik yang dapat mengembangkan bagi organisasi, Humas wajib memiliki strategi komunikasi kehumasan yang menurut Hakim (2011:30) merupakan kombinasi antara hubungan media massa, jangkauan komunitas, komunikasi krisis relasi pelanggan perencanaan acara dan komunikasi risiko.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi kehumasan yang dilakukan BP Batam dalam menarik minat langsung para calon investor asing langsung dan para investor asing langsung yang terus melambat antara tahun 2008-2010.

Sebagai bahan perbandingan dan acuan terkait dengan penelitian ini, dikemukakan dua penelitian sejenis terkait dengan kehumasan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Mulyaningrum dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Progam Pascasarjana Universitas Indonesia berjudul *Strategi Komunikasi Kehumasan Dalam Membangun Citra Perusahaan (studi kasus pada Bank Danamon di Jakarta)* pada tahun 2004, dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi komunikasi humas Bank Danamon dalam membangun citra perusahaan.

Tujuan dari kehumasan adalah menciptakan pengertian yang bertujuan agar individu-individu percaya. The Institute of Public Relations mendefinisikan pengertian public relations sebagai the planned and sustained effort of establish and maintain goodwill and mutual understanding between and organization and its public (Jefkin 1994:20). Strategi komunikasi sangat menentukan keberhasilan kegiatan, bukan tidak mungkin strategi komunikasi yang buruk akan menimbulkan pengaruh yang negatif bagi proses komunikasi. Mardinah (2014:2) menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi komunikasi bertujuan agar: (a) Pesan mudah di pahami secara benar, (b) Penerima pesan dapat dibina dengan baik, dan (c) Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan.

Faktor-faktor yang sangat berpengaruh dalam penyusunan strategi komunikasi menurut Mardinah (2014:2) adalah sebagai berikut: (a) Mengenali sasaran, (b) Pemilihan media dan (c) Pengkajian tujuan pesan

Menurut Mohr dan Nevin (1990:38) aspek komunikasi digabungkan untuk membentuk strategi komunikasi. Dua kombinasi spesifik dari aspek komunikasi muncul. Kombinasi pertama lebih mengedepankan dua arah, mode informal dan konten tidak langsung. Kombinasi ini mungkin terjadi dalam kondisi struktur relasional, iklim yang mendukung, atau simetris kekuasaan. Penggunaan elemen kombinasi ini disebut strategi komunikasi kolaboratif.

Kombinasi kedua elemen komunikasi termasuk komunikasi yang lebih rendah dan komunikasi searah, mode formal dan konten langsung. Kombinasi ini mungkin muncul dengan kondisi struktur pasar, iklim yang tidak mendukung atau kekuasaan asimetris diberi label strategi komunikasi otonom.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam (Batam) c.q. Direktorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Hubungann

Masyarakat (PTSP dan HUMAS) terkait dengan strategi kehumasan untuk menarik investasi asing langsung di Kawasan Industri Batam.. Penelitian lapangan di BP Batam dilaksanakan pada bulan September 2014, dengan detail sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Paradigma penelitian yang dilakukan adalah konstruktivistik, yaitu penyusunan pengetahuan dari pengalaman nyata, aktivitas kolaboratif, refleksi serta interpretasi yang pada hakikatnya untuk menemukan teori dari fakta empiris, bukan untuk menguji teori atau hipotesis. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

B. Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam terhadap pemberi informasi kunci yang meliputi:

- 1) Direktur PTSP dan Humas BP Batam
- 2) Direktur Investasi dan Pemasaran
- 3) Kepala Subdirektorat Hubungan Masyarakat dan dan Publikasi
- 4) Kepala Subdirektorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP)
- 5) Dua orang manajer yang terkait dengan kehumasan dari dua perusahaan asing di Kawasan Industri Batam

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang meliputi:

- 1) Dokumen
- 2) Internet
- 3) Media cetak

C. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara menelaah seluruh data hasil penelitian ini baik data primer berupa hasil wawancara mendalam dengan pemberi informasi kunci, hasil observasi lapangan, dan catatan lapangan maupun data sekunder berupa hasil studi kepustakaan. Dengan menggunakan metode triangulasi, yaitu teknik untuk menguji keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, maka data hasil wawancara dengan para pemberi informasi kunci dibandingkan dengan dokumen kehumasan yang terkait.

Data yang sudah ditelaah kemudian disusun secara sistematis menjadi data utama dan data pendukung, selanjutnya disusun laporan hasil penelitian. Dalam proses analisis digunakan induksi analitis yaitu pengolahan daya ke dalam konsep-konsep dan kategori-kategori dalam bentuk deskripsi yang ditempuh dengan cara mengubah data ke formulasi/naratif.

Untuk mengambil kesimpulan digunakan ekstrapolasi yaitu dari proses analisis dirumuskan pernyataan teoritis. Temuan penelitian dalam bentuk dalam bentuk komsep teori dikembangkan dari lapangan bukan dari teori yang telah ada.

Mengingat penelitian kualitatif dimuali dari teori yang telah ada. Mengingat penelitian kualitatif dimulai dari lapangan yaitu fakta empiris (besifat induktif) maka pendekatan yang dipilih adalah kualtitaif diskriptif.

III. PEMBAHASAN

Badan pemerintah yang bertanggung jawab atas pengembangan kawasan industri di Batam adalah Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam (BP Batam) yang dahulu adalah Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam yang dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1973. Sampai dengan saat ini Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1973 telah mengalami perubahan, terakhir dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 113 Tahun 2000 tentang Perubahan Keempat atas Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1973.

Pendirian Kawasan Perdagangan Bebas (FreeTrade Zone) telah menjadi salah satu pendorong utama pada pembangunan ekonomi di Indonesia di mana telah terjadi peningkatan investasi pada sektor manufaktur di berbagai bidang seperti perakitan, dan lain-lainnya. Kisah sukses Kawasan Perdagangan Bebas di Indonesia adalah Batam yang telah mampu memberikan peningkatan pendapatan yang lebih tinggi secara signifikan dibandingkan wilayah lain..

Visi: Menjadi Pengelola Kawasan Tujuan Investasi Terbaik di Asia Pasifik

Untuk melaksanakan visi tersebut, BP Batam memiliki misi sebagai berikut:

1. Menyediakan Jasa Kepelabuhanan Kelas Dunia
2. Menjadikan Kawasan Investasi Yang Berdaya Saing Internasional
3. Menyediakan Sumber Daya Organisasi Yang Profesional

Guna melaksanakan misi tersebut Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam (selanjutnya disebut BP Batam) menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan dan/atau penetapan kebijakan di bidang pengelolaan, pengembangan dan pembangunan di Kawasan Bebas Batam;
2. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan, pengembangan dan pembangunan di Kawasan Bebas Batam;
3. Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan;
4. Pembinaan administrasi dan aparatur;
5. Pelaksanaan pengelolaan kegiatan penanaman modal;
6. Pelaksanaan kegiatan lalu lintas barang;
7. Pelaksanaan kegiatan penyediaan dan pengembangan sarana dan prasarana;

8. Pelaksanaan kegiatan pengelolaan sarana perhubungan laut dan udara; dan
9. Pengawasan atas pelaksanaan tugas dan fungsi di lingkungan Badan Pengusahaan Batam

Setelah Batam menjadi kota otonom pada tahun 1999, investasi asing memuncak di tahun 2001, jatuh pada tahun 2002, pulih kembali di tahun 2003 tetapi tren pertumbuhan menjadi sangat tajam antara 2004-2006. Tren pertumbuhan investasi asing langsung (Foreign Direct Investment = FDI) terus melambat antara tahun 2008-2010. Dalam 10 tahun terakhir, secara umum perkembangan Batam meningkat, meskipun ada penurunan investasi asing di tahun 2010. Sekitar 70% investasi berasal dari Singapura, dan perusahaan-perusahaan yang berinvestasi di Batam berasal dari lebih 20 negara. Pada tahun 2010, investasi asing di Batam mencapai US\$ 90.8 milyar (Badan Koordinasi Penanaman Modal, Indonesia, 2010). Data investasi baik secara kumulatif maupun tahunan di Batam antara tahun 1992 – 2010 menunjukkan pentingnya investasi asing di Batam.

Terdapat beberapa masalah terkait dengan penurunan pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI) antara tahun 2008-2010, yaitu kelemahan dalam kepastian hukum, peraturan/regulasi yang kurang konsisten, kekurangan tenaga kerja yang terlatih, dan infrastruktur yang kurang memadai lagi untuk industri manufaktur.

Disamping beberapa masalah yang terkait dengan penurunan pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI) antara tahun 2008-2010 sebagaimana tersebut di atas, komunikasi yang merupakan fungsi Hubungan Masyarakat (Humas) dari suatu organisasi atau entitas usaha dapat juga memberikan andil terhadap pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI), dalam arti bila Humas tidak menjalankan fungsinya dengan baik, maka dapat mengakibatkan penurunan pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI).

Tidak tertutup kemungkinan salah satu penyebab pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI) yang terus melambat antara tahun 2008-2010 adalah komunikasi yang belum efektif antara BP Batam selaku pengelola kawasan industri dan para calon investor asing atau para investor asing selaku pemangku kepentingan (stakeholders).

Menurut Cutlip and Center (1990: 34), salah satu fungsi Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan. Humas harus dilaksanakan dengan komitmen sehingga bisa tercapai tujuan manajerial dan operasional organisasi, yaitu membuat organisasi bersikap responsif terhadap kepentingan publik dan kontribusinya kepada sistem informasi publik yang amat penting bagi masyarakat demokratis dan kelangsungan hidup organisasi.

Dari sisi yang lain, menurut Crow dan Crow (1972: 43) faktor dorongan atau keinginan dari dalam (inner urges), yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan minat tertentu. Termasuk di dalamnya berkaitan dengan faktor-faktor biologis, yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan fisik yang mendasar.

Dengan mengacu kepada faktor yang mempengaruhi minat tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa investor berminat untuk melakukan investasi langsung apabila mereka melihat bahwa sesuatu yang menguntungkan dan mendatangkan kepuasan sehingga merasa senang berkecimpung dalam investasi tersebut.

Berdasarkan Peraturan Kepala BP Batam Nomor 10 Tahun 2011 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam atau disingkat Badan Pengusahaan Batam (BP Batam), Direktorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dan Humas mempunyai tugas melaksanakan pelayanan investasi.

Direktorat PTSP dan Humas yang dalam hal ini merupakan humas BP Batam memiliki tugas pokok sebagai berikut:

- a. Membangun dan memelihara hubungan positif dengan publik serta menyediakan layanan informasi bagi media massa
- b. Melakukan penyiapan data bahan publikasi dan dokumentasi,
- c. Melakukan penyiapan koordinasi dan komunikasi fasilitasi PTSP,

d. Melakukan penyediaan pelayanan informasi dan pengaduan investasi.

Terkait dengan investasi asing langsung di kawasan Industri Batam, Direktorat PTSP dan Humas memiliki keterkaitan yang sangat erat dan asing menunjang dengan Direktorat investasi dan Pemasaran. Karena Direktorat PTSP dan Humas memiliki fungsi menjadi bagian terdepan dalam memberi informasi guna meningkatkan pertumbuhan investasi asing langsung. Di lain pihak, Direktorat Investasi dan Pemasaran mempunyai tugas melaksanakan pelayanan perizinan pertanaman modal dan pemasaran.

Dalam melaksanakan tugas pelayanan perizinan penanaman modal dan pemasaran tersebut, Direktorat Investasi dan Pemasaran menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan pelayanan perizinan, monitoring dan evaluasi penanaman modal,
- b. Pelaksanaan urusan pemasaran dan promosi.

Kegiatan komunikasi dengan para calon investor dan para investor oleh Direktorat PTSP dan Humas BP Batam tersebut sejalan dengan pengertian hubungan masyarakat (public relations) menurut Jefkins (2003:68), yaitu suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau

tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat humas merupakan kegiatan yang nyata. Kenyataan ini dengan jelas menyangkal anggapan keliru. .

Kegiatan yang cukup efektif untuk menarik minat para investor asing berinvestasi di Kawasan Industri Batam diantaranya:

1. Keberhasilan menarik minat para investor asing untuk berinvestasi di Kawasan Industri Batam, dibuktikan dengan tren pertumbuhan investasi asing langsung yang menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun.
2. Kolaborasi yang harmonis antara Direktorat PTSP dan Humas dan Direktorat Investasi dan Pemasaran merupakan kunci keberhasilan untuk meningkatkan pertumbuhan investasi asing langsung di Kawasan Industri Batam.

Terkait dengan lokasi untuk kawasan investasi, Kawasan Industri Batam (Batam Industrial Estate) sebagai kawasan investasi meliputi:

- 1) Batamindo Industrial Estate, lokasi Mukakuning
- 2) Bintang Industrial Park II, lokasi Tanjung Uncang
- 3) Cammo Industrial Park, lokasi Batam Centre
- 4) Citra Buana Centre Park I, lokasi Kampung Seraya-Nagoya
- 5) Citra Buana Centre Park II, lokasi Batu Ampar
- 6) Citra Buana Centre Park III, lokasi Batam Centre
- 7) Executive Industrial Park, lokasi Batam Centre
- 8) Hijrah Industrial Estate, lokasi Batam Centre

- 9) Indah Industrial Park, lokasi Simpang Pelita
- 10) Kara Industrial Park, lokasi Batam Centre
- 11) Kabil Industrial Park, lokasi Kabil
- 12) Latrade Industrial Park, lokasi Tanjung Uncang
- 13) Lytech Industrial Park, lokasi Batam Centre
- 14) Malindo Cipta Perkasa Industrial Park, lokasi Batu Ampar
- 15) Megacipta Industrial Park, lokasi Batu Ampar
- 16) Panbil Industrial Estate, lokasi Mukakuning
- 17) Puri Industrial Park, lokasi Komplek Island
- 18) Sarana Industrial Park, lokasi Komplek Winsor
- 19) Sekupang Makmur Abadi, lokasi Sekupang
- 20) Taiwan International Industrial Estate, lokasi Kabil
- 21) Tunas Industrial Estate, lokasi Batam Centre
- 22) Union Industrial Park, lokasi Batu Ampar

Meskipun kemajuan perkembangan telah melambat sejak tahun 2007, persetujuan investasi asing langsung (foreign direct investment) dan realisasinya telah meningkat selama beberapa tahun terakhir disebabkan oleh upaya dari pemerintah Indonesia. Dalam 10 tahun terakhir, secara umum perkembangan Batam meningkat, meskipun ada penurunan investasi asing di tahun 2010. Sekitar 70% investasi berasal dari Singapura, dan perusahaan-perusahaan yang berinvestasi di Batam berasal dari lebih 20 negara.

Pada tahun 2010, investasi asing di Batam mencapai US\$ 90.8 milyar (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2010). Data

investasi baik secara kumulatif maupun tahunan di Batam antara tahun 1992 – 2010 menunjukkan pentingnya investasi asing di Batam. Setelah Batam menjadi kota otonom pada tahun 1999, investasi asing memuncak di tahun 2001, jatuh pada tahun 2002, pulih kembali di tahun 2003 tetapi tren pertumbuhan menjadi sangat tajam antara 2004-2006.

Investasi asing mencapai puncaknya pada tahun 2006, namun tren pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI) terus melambat antara tahun 2008-2010. Terdapat beberapa masalah terkait dengan penurunan pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI antara tahun 2008-2010, yaitu kepastian hukum, peraturan tenaga kerja, kemudahan dalam melakukan bisnis, pelatihan tenaga kerja dan pengembangan infrastruktur. Tidak tertutup kemungkinan salah satu penyebab pertumbuhan Foreign Direct Investment (FDI) yang terus melambat antara tahun 2008-2010 adalah komunikasi yang belum efektif antara BP Batam selaku pengelola kawasan industri dan para calon investor atau para investor selaku pemangku kepentingan (stakeholders).

Berdasarkan Peraturan Kepala BP Batam Nomor 10 Tahun 2011 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam atau disingkat Badan Pengusahaan Batam (BP Batam), Direktorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dan Humas mempunyai tugas melaksanakan pelayanan investasi.

Dalam melaksanakan tugas pelayanan investasi, Direktorat PTSP dan Humas menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Koordinasi pelayanan fasilitasi PTSP,
- b. Pelaksanaan pelayanan pengaduan dan informasi investasi.

Untuk melaksanakan tugas pokok dan fungsinya, Direktorat PTSP dan Humas terdiri atas:

- a. Subdirektorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP), mempunyai tugas melaksanakan pelayanan koordinasi dan penyediaan fasilitasi di PTSP, pelayanan pengaduan, dan informasi investasi.
- b. Subdirektorat Hubungan Masyarakat dan Publikasi, mempunyai tugas melaksanakan hubungan masyarakat, dokumentasi, dan publikasi.

Dalam melaksanakan tugas pelayanan koordinasi dan penyediaan fasilitasi PTSP, pelayanan pengaduan, dan informasi investasi, Subdirektorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) menyelenggarakan fungsi pelaksanaan pelayanan fasilitasi PTSP, pelayanan pengaduan, dan informasi investasi.

Subdirektorat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) terdiri atas:

- a. Seksi Pelayanan Fasilitasi PTSP, mempunyai tugas melakukan penyiapan koordinasi dan fasilitasi PTSP.
- b. Seksi Pelayanan, Pengaduan, dan Informasi, mempunyai tugas melakukan penyediaan pelayanan informasi, dan pengaduan investasi.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dengan latar belakang masalah, yaitu terdapat penurunan pertumbuhan investasi asing langsung (foreign direct investment) di Kawasan Industri Batam antara tahun 2008-2010, maka komunikasi yang merupakan fungsi dari Humas BP Batam dapat memberikan andil terhadap penurunan pertumbuhan foreign direct investment tersebut, disamping kelemahan dalam kepastian hukum, peraturan/regulasi yang kurang konsisten, kekurangan tenaga kerja yang terlatih, dan infrastruktur yang kurang memadai.

okus penelitian ini adalah meneliti bagaimana strategi komunikasi kehumasan BP Batam dalam menarik minat investasi asing langsung (foreign direct investment) di Kawasan Industri Batam, dan apakah strategi komunikasi kehumasan BP Batam berupa pertukaran informasi, menerima dan melakukan kunjungan kerja, melakukan promosi, kerjasama dengan media massa, dan mengadakan pertemuan berkala, cukup efektif untuk meningkatkan investasi asing langsung (foreign direct investment) di Kawasan Industri Batam.

Terkait dengan investasi asing langsung (foreign direct investment) di Kawasan Industri Batam, Direktorat PTSP dan Humas memiliki keterkaitan yang sangat erat dan

saling menunjang dengan Direktorat Investasi dan Pemasaran karena menjadi bagian terdepan dalam memberi informasi.

B. Saran

1. Direktorat PTSP dan Humas secara berkelanjutan lebih aktif mempromosikan Batam kepada dunia internasional dengan mengedepankan keunggulan kompetitif Kawasan Industri Batam.
2. Direrktorat PTSP dan Humas berkolaborasi dengan Direktorat Investasi dan Pemasaran lebih menggalakkan forum pertemuan berkala yang selam ini telah terpelihara sebagai sarana untuk memberi informasi terkini terkait iklim investasi di Kawasan Industri Batam, sekaligus menggali masukan-masukan positif dari para investor asing.
3. Direktorat PTSP dan Humas lebih meningkatkan kerjasama dengan media baik media cetak dan media elektronik yang berada di Batam dan Jakarta untuk kepentingan publikasi tentang Batam sebagai tempat investasi yang prospektif baik di Kawasan Regional ASEAN maupun di kawasan global.
4. Untuk menyongsong Kawasan Industri Batam menjadi kawasan industry berkelas dunia, Direktorat PTSP dan Humas perlu meningkatkan kapasitas para pegawai/praktisi humas melalui pelatihsn bersertifikasi

internasional di bidang kehumasan, dan lebih meningkatkan orientasi pelayanan kepada para investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Answar.1984. *Stretgi komunikaasi*.CV.Armien Bandung.
- Cutlip, Scoot M, and Allen H.Center 2006. *Effektive Public Relations*, 9th Edition. Pearson Prentice Hall.Upper Saddle Rive.New Jersey
- Hurlock, E.B. 1999. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Yogyakarta: Kanisius
- Jefkins, Frank. 1994. *Public Relations Techniques*. Butterworth Heinemann: Oxford.
- Kasali rhenaldi 2000. *Manajemen Public Relations* Pt.Themprint Jakarta
- Mohr, Jakki and John R. Nevin.1990.*Communication Strategies in Marketing Channels:A Theoretical Perspective. Journal of Marketing*, Vol.54, No.4, pp.36 -51