

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari, di tempat kerja, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu juga bagi suatu organisasi atau perusahaan dengan adanya komunikasi yang baik suatu perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil, dan begitu juga sebaliknya kurangnya atau tidak adanya komunikasi perusahaan dapat mengakibatkan perusahaan tersebut tidak dapat berjalan lancar.

Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu bagi para pimpinan perusahaan dan para komunikator dalam perusahaan perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.¹

Menurut *Charles R. Wright*, komunikasi merupakan suatu proses yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena setiap manusia bagi yang primitif maupun yang modern selalu berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Sedangkan dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu-individu lainnya.

¹ Kohler, 1981 dalam Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta. 2000.

Sedangkan ruang lingkup kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.

Humas adalah kegiatan yang menerangkan keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Di dalam suatu organisasi dibutuhkan kerjasama antara pihak satu dengan yang lainnya, sehingga tercapai semua tujuan yang direncanakan secara bersama-sama. Seorang humas harus dapat menjadi seorang komunikator, mediator, seorang perencana kampanye yang baik serta penyusun program rencana kerja yang baik.

Humas merupakan sosok yang mewakili kepentingan perusahaan. Keberhasilan humas dinilai akan membawa nama baik perusahaan di mata masyarakat, atau sebaliknya kegagalan figur humas akan membawa bencana bagi perusahaan.

Humas merupakan bidang arus fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap perusahaan atau organisasi, baik perusahaan atau organisasi komersial maupun non komersial.

Humas menjalankan fungsi dan tugas penerangan di dalam jajaran masing-masing peranannya sebagai wahana komunikasi ke dalam maupun keluar, ke dalam berusaha menyelenggarakan komunikasi ke dalam tubuh organisasi, keluar memberikan informasi kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu dapat juga dikatakan bahwa humas berperan sebagai jembatan antara perusahaan dengan khalayak sasarnya. Secara garis besar kegiatan

yang ada pada Humas adalah kegiatan ke dalam (*internal relations*) dan kegiatan hubungan keluar (*eksternal relations*).

Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya sebuah perusahaan harus memiliki strategi. Pelaksanaan strategi tentunya tidak terlepas dari peran humas atau *Public Relations*. Secara struktural, Humas merupakan bagian integral dari suatu organisasi atau perusahaan dan bukan merupakan fungsi yang terpisah dari sistem manajemen perusahaan humas bertindak sebagai pendukung manajemen perusahaan (*back up of corporate management*).

Strategi bagi seorang humas merupakan jalan keluar atau mencari taktik untuk menghadapi permasalahan yang ada atau yang sedang terjadi. Tahapan dari strategi dapat memberikan jalan keluar yang baik untuk semua pihak tanpa ada yang merasa dirugikan tentunya. Penerapan strategi dibutuhkan kerjasama dengan berbagai pihak seperti karyawan, masyarakat, aparat negara. Terciptanya kerjasama yang baik dengan rekan kerja dapat memudahkan penerapan strateginya.

Dibentuknya suatu strategi bertujuan untuk menjalankan sebuah rencana yang dapat berjalan lancar dan sistematis sehingga mengetahui sejauhmana kinerja yang telah dijalankan.

Menjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya merupakan hakikat kegiatan kehumasan. Dukungan yang positif dari publik terhadap organisasi adalah sesuatu yang sangat diperlukan bagi kelangsungan hidup organisasi serta pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan.

Untuk memperoleh dukungan masyarakat, *Cyrill W. Plattes* mengemukakan beberapa hal yang harus dilakukan :

1. *Analysis interest and determite public attitude.*
2. *Identifies and interprete policies and program of an organization and.*
3. *Executes a program of action to merit acceptance and good will.*

Menganalisa hal-hal yang diperhatikan atau menarik bagi publik untuk menetapkan sikap publik, menentukan dan menerjemahkan program aksi untuk menciptakan penerimaan dan keinginan atau dukungan baik terhadap perusahaan atau organisasi.

Mengingat tugas humas yang sangat penting dalam membangun nama baik perusahaan, maka program-program atau strategi humas lebih ditujukan kepada kegiatan-kegiatan internal (ke dalam) dan eksternal (keluar). Kegiatan internal seperti : Mengadakan hubungan dengan karyawan (*employye relations*), Mengadakan hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*), mengadakan hubungan dengan para buruh (*labour relations*), Mengadakan hubungan dengan para manajer (*manager relations*), dan Mengadakan hubungan insani (*human relations*). Sedangkan kegiatan eksternal seperti : Mengadakan hubungan dengan pihak pers (*press relations*), Mengadakan hubungan dengan pihak pemerintah (*government relations*), Mengadakan hubungan dengan masyarakat sekitar (*community relations*), Mengadakan hubungan dengan para rekanan atau pemasok (*supplier relations*), Mengadakan hubungan dengan para langganan (*customer relations*), Mengadakan hubungan dengan para konsumen (*consumer relations*), Mengadakan hubungan dengan bidang pendidikan (*educational relations*), dan Mengadakan hubungan dengan umum (*general relations*).

Masyarakat yang tinggal, hidup, dan berusaha disekitar lokasi pabrik atau kantor suatu perusahaan adalah salah satu faktor *stakeholders* eksternal. Dikota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan atau Ujung Pandang komunitas muncul disekitar kantor besar dalam bentuk sector informal. Mereka mencari nafkah dengan membuka kedai makanan, dan berdagang barang-barang untuk melayani karyawan perusahaan berpenghasilan menengah ke bawah. Tanpa dukungan sektor informal tersebut, perusahaan dipaksa untuk meningkatkan upah karyawannya. Pada gilirannya perusahaan tersebut akan mempunyai struktur biaya produksi yang tinggi dan kehilangan daya saing. Oleh karenanya perusahaan berkepentingan terhadap eksistensi komunitas ini.

Di daerah terpencil, komunitas merelakan tanahnya diambil perusahaan besar untuk dijadikan jalan raya, pelabuhan, lahan penggalian dan bahkan lahan pembuangan limbah. Dengan tingkat pengetahuan yang sederhana, mereka mencoba menafsirkan kehadiran perusahaan modern disekitar komunitas mereka. Karena terjadi perubahan dari alam untuk pertanian kealam untuk industri, besar kemungkinan mereka akan mengalami keterkejutan. Mereka ingin menawarkan tenaganya untuk bekerja diperusahaan, tetapi perusahaan lebih sering mengambil buruh dari luar daerah lain yang sudah mengenal “budaya kerja kantor”. Perselisihan antara perusahaan dengan komunitasnya sering berbuntut panjang, biasanya muncul dalam bentuk pemerasan, ancaman, hingga kriminalitas dan tidak sedikit yang mempolitisasi keadaan.

Maka, tugas *public relations* disini adalah mendidik komunitas agar mereka dapat berhubungan timbal balik. Termasuk didalamnya adalah

meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka sebagai sumber tenaga kerja di perusahaan, *public relations* juga berperan menimbulkan pemahaman akan pentingnya arti komunitas dikalangan manajer perusahaan.²

Pada hakekatnya setiap perusahaan memerlukan dukungan dari pihak masyarakat, demi kelangsungan jalannya perusahaan. Dukungan tersebut diharapkan datang dari masyarakat yang berkepentingan langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan itu. Sebab tidak bisa disangkal lagi keberhasilan suatu perusahaan bukan hanya tergantung pada manajemen perusahaan saja, tetapi juga citra yang diperoleh perusahaan tersebut dari masyarakat.

Citra sebuah perusahaan tidak terbentuk secara langsung dan dengan sendirinya. Dalam hal ini humaslah yang harus menciptakan citra positif tersebut. Dengan dukungan dari pihak manajemen, seorang petugas humas harus dapat mengembangkan dan memelihara citra perusahaan sekaligus untuk memulihkan atau mempertahankan citra tersebut.

Merupakan suatu hal yang tidak mungkin bila hanya petugas humas semata-mata yang membentuk dan menciptakan citra positif, apabila hal itu tidak didukung oleh pihak manajemen, sebab masalah citra bukan hanya tanggung jawab petugas humas, melainkan juga tanggung jawab semua individu yang bekerja di perusahaan tersebut.

Proses pembentukan citra positif itu sangat tergantung dari bagaimana petugas humas perusahaan memanfaatkan kepandaian serta kepekaan dalam mengkomunikasikan pesan-pesan perusahaan kepada masyarakatnya.

² Rhenal Khasali, *Manajemen Public Relations (Konsep dan aplikasi)* Jakarta: pustaka utama grafiti 2003 h.80

PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills adalah perusahaan swasta yang bergerak dibidang kertas dan *tissue*, yang produksinya selain di pasarkan di dalam negeri PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills juga mengekspor hasil produksinya ke luar negeri.

Kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan masyarakat setempat didasarkan pada hubungan saling menghormati serta penghormatan terhadap hak-hak masyarakat setempat termasuk di dalamnya adat masyarakat dan masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills. Perusahaan akan bekerja sama dengan kepala desa, tokoh masyarakat, aparat setempat dan masyarakat itu sendiri serta menghormati budaya setempat.

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian terhadap PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills dikelilingi oleh masyarakat yang SDM-nya (Sumber Daya Manusia) dibawah garis kemiskinan terlebih lagi permasalahan sosial ekonomi yang ada yaitu tingkat pengangguran yang tinggi, rendahnya tingkat pendidikan dan banyaknya keluarga yang berada di bawah garis kemiskinan dan juga mata pencaharian mereka hanyalah sebagai buruh tani, sehingga penting bagi perusahaan melakukan suatu strategi yang dilakukan oleh humas dalam melaksanakan kegiatan *Community Development* pada masyarakat itu sendiri.

Kegiatan *Community Development* yang dilakukan oleh humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills terhadap masyarakat akan dapat meningkatkan SDM (sumber daya manusia) pada masyarakat itu sendiri, Maksud dari strategi humas terhadap kegiatan *Community Development* yang

dilakukan oleh humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills adalah sebagai perwujudan visi dan misi humas (*Community Development*) agar terciptanya hubungan yang harmonis dan saling pengertian antara warga atau masyarakat desa sekitar lokasi pabrik dengan karyawan atau manajemen PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills sehingga membawa dampak positif terhadap kinerja perusahaan serta misinya adalah melakukan pembinaan dan penggalangan terhadap warga atau masyarakat desa agar tercipta suasana yang harmonis dan kondusif.

Strategi yang dilakukan oleh humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills dalam melaksanakan kegiatan *Community Development* pada masyarakat tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari pihak-pihak yang berkompeten seperti staf lapangan *Community Development*, kepala desa, ketua mekar, tokoh masyarakat, dan aparat setempat. yang memang tanpa dukungan dan bantuan dari pihak-pihak tersebut tidak akan bisa berjalan dengan baik dan lancar. maka apabila humas dapat melakukan strategi atau perencanaan terhadap kegiatan *Community Development* maka perusahaan akan mendapatkan dukungan sepenuhnya dari masyarakat atau komunitas dan begitu juga sebaliknya.

Kemampuan untuk berpartisipasi dalam artian satu pihak terhadap pihak lain dan yang berkaitan dengan komunitas terhadap suatu proses pembangunan tidaklah mudah, perlu dilakukan dengan sangat hati-hati dan memerlukan suatu pendekatan tersendiri untuk meneliti terlebih dahulu pada bidang-bidang apa saja masyarakat sekitar tersebut dapat turut berpartisipasi dan tidak mengganggu operasional perusahaan.

Beberapa masalah yang berkenaan dengan masyarakat sekitar yang kaitannya dengan pemberian kesempatan berpartisipasi dalam suatu program kegiatan kadang-kadang dapat memperlambat kemajuan kegiatan operasional perusahaan, tetapi jika tidak melibatkan mereka dapat mempengaruhi keamanan aset dan berlangsungnya operasional perusahaan. Salah satu cara untuk dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat agar berpartisipasi dalam pembangunan adalah dengan mewujudkan pandangan bahwa masyarakat sekitar berhak atas sebagian dari hasil pembangunan, bukan hanya sebagian obyek terkena pembangunan tersebut.

Dengan demikian apabila masyarakat sekitar dapat dikembangkan oleh perusahaan dengan baik, pada akhirnya akan menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat disekitar perusahaan PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan rumusan tersebut di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi Humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills dalam melaksanakan kegiatan *Community Development* masyarakat Desa Kuta Mekar Karawang Jawa Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills dalam melaksanakan kegiatan *Community Development* masyarakat Desa Kuta Mekar Karawang Jawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi Public Relations khususnya ilmu komunikasi umumnya tentang *Community Development*.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills tentang strategi Humas PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills dalam melaksanakan kegiatan *Community Development* masyarakat Desa Kuta Mekar Karawang Jawa Barat.

