

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat saat ini, mendorong perusahaan untuk dapat berpikir strategis guna menjaga kelangsungan hidup usahanya. Peningkatan volume persaingan bisnis yang tak mampu dihindari, disertai perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih, dapat membawa efek positif berupa peluang (*opportunities*) yang ada disekitar perusahaan, sekaligus efek negatif berupa ancaman (*threats*) yang mungkin dapat mengganggu stabilitas perusahaan. Bagi suatu perusahaan, informasi dapat menjadi proses awal dari pembentukan keputusan. Oleh karena itu, informasi yang akan diterima haruslah berkualitas dan dapat dipercaya.

Setiap perusahaan atau organisasi baik yang berskala besar maupun kecil, membutuhkan komunikasi dalam rangka memperlancar arus informasi pada perusahaan atau organisasinya. Melalui komunikasi, suatu informasi dapat disampaikan dengan cara dan metode yang berbeda, tergantung dari siapa dan bagaimana informasi tersebut disampaikan. Penyelenggaraan komunikasi ke dalam maupun ke luar berfungsi menyaring, mengelola dan menyajikan informasi agar sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan.

Bidang *public relations* atau humas merupakan suatu bidang yang sangat luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak di dalam maupun diluar perusahaan. Pihak-pihak tersebut ialah publik internal dan publik eksternal, yang terdiri dari pemegang saham, manajemen, karyawan, konsumen, pers, komunitas, masyarakat dan sebagainya. Mereka semua dapat membentuk pandangan yang berbeda mengenai suatu perusahaan. Hadirnya humas di suatu perusahaan berfungsi untuk membina komunikasi efektif guna memperoleh pemahaman dan penerimaan dari publik, agar perusahaan dapat terus menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungannya.

Kegiatan ekspansi lahan, merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna memperluas ruang lingkup usahanya, sekaligus untuk memperoleh peningkatan keuntungan yang lebih besar. Proses pelaksanaan ekspansi lahan tersebut, tentu akan melibatkan hubungan komunikasi secara langsung maupun tak langsung antara perusahaan dengan pihak yang terkait dalam kegiatan ekspansi tersebut. Hubungan komunikasi yang perlu dilakukan tentu bukan hanya pada pemerintah maupun pihak investor saja, melainkan juga pada masyarakat yang lebih dulu berada di lingkungan daerah dimana kegiatan ekspansi lahan tersebut dilaksanakan. Kegiatan komunikasi tersebut, bertujuan untuk membentuk pandangan positif masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Peran humas sebagai fasilitator komunikasi, dapat membantu perusahaan dalam proses pelaksanaan kegiatan komunikasi, guna mengintensifkan hubungan antara perusahaan dengan publik yang ada sekitar lingkungan usahanya, sehingga kehadiran perusahaan dapat diterima oleh publik itu sendiri.

Berdasarkan data sumber Statistik Pertanian, Departemen Pertanian RI tahun 2014 yang di rangkum pada situs (<https://www.academia.edu>) yang menyatakan bahwa, perkembangan distribusi perkebunan kelapa sawit di setiap pulau di Indonesia pada tahun 2013 dari total luas lahan perkebunan kelapa sawit sebesar 9,41 juta hektar, sekitar 65% lahan perkebunan kelapa sawit berada di Pulau Sumatera. Pada wilayah provinsi Sumatera Selatan, luas lahan perkebunan kelapa sawit yang dimiliki sekitar 834.933 hektar, ini menjadikan provinsi Sumatera Selatan sebagai pemilik lahan perkebunan kelapa sawit terluas ke-4 di Indonesia, setelah Riau, Sumatera Utara, dan Kalimantan Tengah. Selain itu jika ditinjau dari sektor perekonomian, prospek komoditi minyak kelapa sawit dalam perdagangan minyak nabati dunia telah mendorong pemerintah untuk memacu pengembangan areal perkebunan kelapa sawit di Indonesia. Mengutip data yang dipublikasikan oleh *Harian Sumatera Ekspres* (edisi Mei 2014: 162), yang menerangkan bahwa dukungan pemerintah terhadap industri minyak kelapa sawit bukanlah tidak mendasar. Berdasarkan data yang dirilis *Oil World* tahun 2008, dijelaskan bahwa sawit memiliki produktivitas tertinggi dibanding sumber minyak nabati lainnya, yang mana produktivitas sawit per hektar mencapai 4,27 ton, jauh

lebih tinggi dibanding sumber nabati lain seperti kedelai yang berkisar 0,45 ton per hektar. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya industri minyak kelapa sawit sebagai masa depan perekonomian Indonesia, tentu akan berpengaruh terhadap kegiatan perluasan lahan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang ini.

PT Perkebunan Mitra Ogan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha Perkebunan kelapa sawit, serta pengolahan buah kelapa sawit menjadi minyak sawit mentah/*crude palm oil* (CPO) dan inti sawit/palm kernel (PK) yang ada di provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari media online (<http://www.antasumsel.com>), kebun peninjauan inti di daerah Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), merupakan salah satu wilayah perkebunan milik PT Perkebunan Mitra Ogan yang menjadi lokasi eksekusi lahan yang dilakukan oleh sejumlah warga desa Karang Dapo, kecamatan Peninjauan, kabupaten OKU. Eksekusi lahan yang terjadi adalah suatu bentuk ketidaksetujuan sejumlah warga, dengan adanya penempatan lahan yang digunakan oleh perusahaan sebagai lokasi perkebunan. Aksi protes tersebut dilakukan warga karena mereka merasa tidak adanya titik terang atas mediasi yang selama ini dilakukan antara warga dengan pihak perusahaan.

PT Perkebunan Mitra Ogan menyadari bahwa untuk memperlancar kegiatan usahanya, maka dukungan dari masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan sangatlah diperlukan. Jika ditinjau dari bidang studi hubungan masyarakat, *Community Relations* atau hubungan dengan komunitas lokal merupakan salah satu hubungan yang dijalin oleh humas terhadap khalayak sasarnya. Fungsi humas terhadap komunitas lokal yaitu, menyesuaikan antara kebutuhan perusahaan terhadap lingkungan sekitar, dengan keinginan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Humas dimaksudkan untuk menjadi perantara dalam menjembatani interaksi serta penyebaran informasi kepada khalayak melalui kegiatan komunikasi dan media-media komunikasi humas. Tetapi, jika melihat kasus eksekusi lahan yang terjadi di PT Perkebunan Mitra Ogan, dapat diindikasikan bahwa hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan masyarakat (komunitas lokal), masih belum berjalan dengan baik.

Hadirnya humas dalam perusahaan, berperan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan publiknya, salah satunya komunitas lokal. Hubungan komunikasi yang terjalin tersebut merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antara perusahaan dengan komunitas lokalnya, baik secara verbal maupun non verbal, karena perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya komunikasi. Oleh karena itu, peran dan fungsi humas diharapkan dapat menjembatani hubungan komunikasi tersebut. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Adanya kegiatan tersebut, semestinya dapat dimanfaatkan humas sebagai sarana dalam meningkatkan hubungan komunikasi dengan komunitas lokalnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal dan bagaimana penerapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal. Maka penulis tertarik untuk menulis laporan akhir dengan judul **“Peran Humas dalam Menjalinkan Hubungan Komunikasi dengan Komunitas Lokal pada PT Perkebunan Mitra Ogan Palembang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana peran humas dalam menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal, serta bagaimana penerapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal pada PT Perkebunan Mitra Ogan?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada penulisan laporan akhir ini, yang akan menjadi ruang lingkup pembahasan penulis ialah:

“Peranan humas dalam menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokalnya, dan penerapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal pada PT Perkebunan Mitra Ogan.”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran humas dalam menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal pada PT Perkebunan Mitra Ogan.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh humas guna menjalin hubungan komunikasi dengan komunitas lokal pada PT Perkebunan Mitra Ogan.

1.4.2 Manfaat

Hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat dimanfaatkan untuk :

1. Manfaat Teoritis

Dapat memperkaya akan konsep dan teori yang mendukung dalam perkembangan ilmu komunikasi terutama komunikasi publik eksternal, yaitu mengenai peran humas dalam meningkatkan komunikasi dengan *local community* atau komunitas lokal.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi masukan bagi PT Perkebunan Mitra Ogan Palembang dalam meningkatkan komunikasi eksternal melalui peran humas, sehingga untuk selanjutnya, tercipta suatu komunikasi yang baik antara perusahaan dengan publik eksternalnya.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah divisi Sumber Daya Manusia dan Umum yang ada di PT Perkebunan Mitra Ogan Palembang, yaitu bagian yang menjalankan dan mengetahui kegiatan komunikasi internal dan eksternal di PT Perkebunan Mitra Ogan Palembang, beserta seluruh wilayah perkebunannya.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 2 (dua) jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan Bagian Legal yaitu Bapak Doan Yudha, pada divisi Sumber Daya Manusia & Umum, yang merupakan bagian yang memahami kondisi kegiatan komunikasi pada tiap perkebunan milik PT Perkebunan Mitra Ogan Palembang dengan memberikan informasi yang diperlukan bagi laporan akhir.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan dan data yang telah diolah dari PT Perkebunan Mitra Ogan Palembang, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, data dari artikel media online mengenai kasus eksekusi lahan dan data pelengkap lain yang diperoleh dari media cetak maupun media visual.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu teknik penelitian yang digunakan penulis dalam mencari data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir (LA), yaitu:

a. Wawancara (*Interview*)

Menurut Jefkins (2003:292) , wawancara mendalam adalah wawancara yang diadakan tanpa kuesioner, pewawancara

melontarkan pertanyaan-pertanyaan terbuka yang relatif bebas untuk menggali informasi seluas-luasnya.

Wawancara yang dilakukan penulis guna memperoleh data yang diperlukan, melalui responden yaitu Bapak Doan, untuk menggali informasi yang berhubungan dengan kebutuhan penelitian, dengan cara tanya jawab dan bertatap muka langsung.

2. Riset Kepustakaan

Menurut Husein (2005: 24), studi kepustakaan/dokumen yaitu penelitian dengan sarana mencari, menghimpun, mempelajari bahan pustaka, buku-buku dan literatur, terutama yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti serta berkaitan dengan objek penelitian.

Pada penelitian ini, beberapa buku dan bahan bacaan yang diperoleh oleh penulis dijadikan sebagai sumber bacaan untuk memperkuat data penelitian, yaitu seperti buku-buku, koran, dan informasi dari website.

1.5.4 Analisis Data

Jenis metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis deskriptif kualitatif.

Menurut Krisyantono (2006:58) jenis penelitian deskriptif dilakukan untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi dan bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat, tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Menurut (Bogdan & Tylor) dikutip oleh Margono, (2010), penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Analisis data yang dilakukan penulis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menganalisis data primer dan sekunder yang telah diperoleh saat pengumpulan data. Data primer ialah data berupa hasil wawancara yang dilakukan

penulis, sedangkan data sekunder ialah data berupa gambar, artikel, foto, serta data-data tertulis lainnya tentang perusahaan. Kedua jenis data tersebut kemudian sama-sama diseleksi untuk dipilih sesuai keperluan penelitian, kemudian menganalisis antara permasalahan yang dibahas dalam penelitian dengan kedua data tersebut, lalu menjelaskan hasil analisa secara deskriptif yaitu dengan menggunakan bahasa dan kata-kata yang sesuai serta mudah dimengerti.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Guna memperoleh gambaran yang lebih jelas terhadap masalah yang akan dibahas dan supaya penulisan Laporan Akhir ini lebih terarah, maka penulis akan menjelaskan secara sistematis mengenai sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan secara terperinci mengenai pokok pemikiran yang melandasi permasalahan dan pembahasan yang terdiri dari:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - 1.4.1 Tujuan
 - 1.4.2 Manfaat
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Analisa Data
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai teori-teori pendukung yang digunakan pada penelitian ini, yang terdiri dari:

- 2.1 Hubungan Masyarakat (Humas)
 - 2.1.1 Pengertian Humas
 - 2.1.2 Fungsi Humas
 - 2.1.3 Tujuan Kegiatan Humas
 - 2.1.4 Peran Humas
 - 2.1.5 Proses Pelaksanaan Tugas Humas
 - 2.1.6 Pendekatan Strategi Humas
 - 2.1.7 Program Humas
- 2.2 Hubungan Masyarakat Keluar (Publik Eksternal)
- 2.3 Komunikasi
 - 2.3.1 Pengertian Komunikasi
 - 2.3.2 Fungsi Komunikasi
 - 2.3.3 Media Komunikasi Humas
 - 2.3.4 Metode Komunikasi Dua Arah
- 2.4 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis akan mendeskripsikan mengenai informasi tentang perusahaan yang menjadi objek penelitian penulis, yang terdiri dari:

- 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan
- 3.2 Tujuan Perusahaan
- 3.3 Visi dan Misi Perusahaan
 - 3.3.1 Visi
 - 3.3.2 Misi
- 3.4 Tata Nilai Perusahaan
- 3.5 Struktur Organisasi
- 3.6 Pembagian Tugas

- 3.7 Kegiatan Komunikasi di Perusahaan
- 3.8 Peranan Humas dalam Melaksanakan Hubungan Komunikasi dengan Komunitas Lokal
- 3.9 Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ada di perusahaan
- 3.10 Kasus Eksekusi Lahan yang dilakukan Masyarakat kepada PT Perkebunan Mitra Ogan

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan pembahasan mengenai masalah pokok yang menjadi penelitian penulis, serta solusi atas permasalahan tersebut:

- 4.1 Komunikasi dalam Hubungan Publik Eksternal
 - 4.1.1 Komunikasi Persuasif Humas terhadap Komunitas Lokal
- 4.2 Peranan Humas dalam Menjalin Hubungan Komunikasi dengan Komunitas Lokal
 - 4.2.1 Sebagai Fasilitator Komunikasi
 - 4.2.2 Sebagai Penasehat Ahli
 - 4.2.3 Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah
 - 4.2.4 Sebagai Teknisi Komunikasi
- 4.3 Pelaksanaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Perusahaan
 - 4.3.1 Mendukung Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Humas

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab terakhir dari laporan akhir ini, yang berisikan kesimpulan dan saran yang diberikan penulis atas permasalahan yang telah dibahas, meliputi:

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran