

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, peranan *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas) sangatlah penting dalam proses jalannya suatu organisasi, baik organisasi komersial (perusahaan) maupun organisasi nonkomersial. Karena, salah satu tugas *Public Relations* menurut Oxley (1987 : 12-13) adalah memberi saran kepada manajemen tentang semua perkembangan internal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi hubungan organisasi dengan publik-publiknya. Jadi, bila suatu organisasi komersil (perusahaan) maupun organisasi nonkomersil ingin kelangsungan usahanya dapat terus berjalan dengan baik, maka cara yang dapat ditempuh adalah dengan melaksanakan aktivitas *Public Relations* dengan maksimal dan efektif. *Public Relations* sebagai fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi guna melahirkan pemahaman dan penerimaan publik (Rhenald Kasali 1994, 5)

Kegiatan *Public Relations* pun ditujukan kepada dua macam publik, yaitu publik internal dan publik eksternal. Maka, atas dasar kedua publik tersebut, *Public Relations* pun memiliki sifat hubungan yang dapat dibagi dalam dua jenis hubungan, yaitu hubungan dengan publik internal dan hubungan dengan publik eksternal.

*Community Relations* sendiri menurut Widjaja (2002, 72) termasuk ke dalam publik eksternal, dimana fungsi yang dijalankan oleh seorang *Public*

*Relations* dalam publik ini adalah membina suatu hubungan yang baik dengan publik yang berada diluar organisasi yang mempunyai hubungan dengan organisasi tersebut.

Menurut Iriantara (2004, 31), kegiatan menjalin hubungan dengan komunitas itu bukan sekedar membagi-bagikan hadiah atau bingkisan menjelang hari besar keagamaan. Bukan pula kegiatan serupa yang baru melakukan tindakan menjalin hubungan dengan komunitas setelah terjadi ketegangan dengan komunitas sekitar organisasi. Melainkan berbagai usaha sistematis yang dilakukan untuk memperbaiki mutu kehidupan komunitas sekitar organisasi. Untuk itu ada beberapa tahapan yang harus dilalui agar efektivitas *Community Relations* sebagai bagian dari kegiatan *Public Relations* organisasi bisa diwujudkan dengan baik

Dalam proses jalannya suatu perusahaan, lingkungan organisasi merupakan bagian yang penting, dimana lingkungan yang dimaksud ini juga meliputi lingkungan ekonomi, sosial dan budaya. Lingkungan organisasi ini juga bisa disebut sebagai komunitas yang menurut Harrison (2000, 140) memiliki pengertian sebagai kelompok masyarakat yang bertempat tinggal dalam jarak fisik yang paling dekat dengan lokasi perusahaan. Komunitas juga berarti kelompok orang yang tinggal di sekitar wilayah operasi satu organisasi yang bisa berupa pabrik, areal penambangan, kantor atau bengkel (Jefkins 1987, 126). Komunitas merupakan salah satu bagian penting dari lingkungan sosial yang mempunyai peranan yang besar dalam kelangsungan suatu perusahaan.

Dengan adanya suatu perusahaan yang memiliki jarak yang dekat dengan

tempat tinggal para anggota masyarakat, maka perusahaan pun harus sadar bahwa masing-masing anggota masyarakat tersebut punya pandangan yang berbeda-beda terhadap kehadiran suatu perusahaan di sekitar lingkungan tempat tinggal mereka. Oleh karena itu, dengan memiliki masyarakat yang memberikan dukungan yang positif mengenai kehadiran perusahaan di sekitar lingkungan tempat tinggal mereka dapat meminimalisir adanya gangguan operasional perusahaan, seperti pemblokiran jalan, demonstrasi, penyegelan, pemaksaan penutupan tempat usaha, dan lain-lain.

Dikatakan bahwa ijin sosial (*social license*) dari anggota masyarakat yang tinggal disekitar lingkungan perusahaan ini memiliki peran yang penting terkait kelangsungan perusahaan, karena perusahaan CV. Jaya Rattan, sebuah perusahaan penyediaan bahan baku rotan ini letaknya di dalam Desa Candimas-Lampung Selatan ini pernah di demo oleh masyarakat yang tinggal di lingkungan sekitar perusahaan tersebut. Penyebab dari demonstrasi yang dilakukan oleh para anggota masyarakat itu adalah karena CV. Jaya Rattan membutuhkan jarak sekitar 1,5 km dari pintu masuk Desa Candimas untuk dapat sampai di lokasi perusahaan dan perusahaan ini pun selalu menggunakan mobil-mobil berat, seperti Truk Coltdiesel dan Truk Fuso dalam proses pembelian maupun penjualan rotan. Dengan lewatnya mobil-mobil berat tersebut setiap hari di Desa Candimas-Lampung Selatan tersebut telah membuat jalanan yang ada di Desa Candimas yang berupa jalan yang aspal oleh CV. Jaya Rattan kembali banyak rusak dan berlubang. Apa lagi pada awalnya sebelum dilakukan pengaspalan jalanan oleh CV. Jaya Rattan di sepanjang Desa Candimas-Lampung Selatan ini hanya berupa

tanah merah saja dan belum di aspal, sehingga dengan adanya tekanan dari mobil-mobil angkutan berat yang di gunakan oleh CV. Jaya Rattan tersebut, maka tanah merah tersebut pun menjadi semakin tidak rata dan susah dilewati serta bila turun hujan menimbulkan banyak genangan air.

Adapun penyebab lain dari demonstrasi warga sekitar terhadap CV. Jaya Rattan juga disebabkan karena pada awal perusahaan ini berdiri, di Desa Candimas belum terdapat listrik dari PLN. Maka, untuk menjalankan kegiatan produksinya, CV. Jaya Rattan menggunakan diesel dan hal tersebut mengganggu warga sekitar karena bunyi yang ditimbulkan dari pemakaian diesel tersebut menimbulkan polusi suara (kebisingan). Warga pun sempat melakukan aksi protes terhadap perusahaan ini sehingga akhirnya CV. Jaya Rattan melakukan pemasangan listrik di Desa Candimas ini dan tidak lagi menggunakan diesel.

Selain itu, perusahaan ini juga sempat diprotes warga karena dalam proses produksinya, perusahaan ini melakukan proses penghalusan rotan dengan menggunakan mesin khusus yang belum dilengkapi dengan karung untuk menampung hasil penghalusan rotan tersebut dan dampaknya adalah hasil ampas dari proses penghalusan rotan yang berupa bubuk-bubuk halus tersebut tertiuap angin dan mengganggu pernafasan warga yang tinggal di dekat perusahaan. Dengan adanya hal-hal semacam itu lah yang membuat CV. Jaya Rattan rentan terhadap konflik dan masalah, karena para anggota masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan tersebut tidak akan membiarkan CV. Jaya Rattan untuk merusak lingkungan tempat tinggal dan mengganggu kehidupan mereka.

Maka dari itu, salah satu cara yang dapat ditempuh oleh CV. Jaya Rattan agar mendapatkan dukungan dari komunitasnya adalah dengan menunjukkan kepedulian dari perusahaan terhadap kepentingan komunitas yang dapat dilakukan dengan melaksanakan tanggung jawab social perusahaan atau yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana *Community Relations* selain merupakan bagian dari publik eksternal *Public Relations*, tetapi juga merupakan salah satu bidang perwujudan dari CSR.

Adapun pengertian dari *Community Relations* menurut Jerold, seperti yang dikutip oleh Iriantara (2004, 20) adalah peningkatan partisipasi dan posisi organisasi dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemasalahatan bersama bagi organisasi dan komunitas.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana dan apa yang telah dilakukan oleh CV. Jaya Rattan sehingga perusahaannya tidak lagi didemo oleh para anggota masyarakat yang tinggal di sekitar lingkungan perusahaan dan kegiatan usahanya pun masih berlangsung sampai saat ini. Maka dengan demikian, Penulis tertarik untuk mengambil judul :  
**“Strategi *Community Relations* CV Jaya Rattan dalam mengadakan hubungan baik dengan masyarakat Desa Candimas-Lampung Selatan”**

## **I.2. Identifikasi Masalah**

CV. Jaya Rattan merupakan perusahaan penyedia bahan baku rotan yang ada di Kabupaten Daerah Tingkat II Provinsi Bandar Lampung, tepatnya berlokasi di Desa Candimas-Lampung Selatan. Perusahaan ini sudah berdiri sejak

tahun 1994 dan berlokasi tetap di Jalan Rajawali, Desa Candimas, Kecamatan Natar, Kabupaten Daerah Tingkat II Lampung Selatan. Aktivitas perusahaan tersebut pada saat ini adalah mengolah rotan yang berasal dari hutan, sehingga menjadi bahan baku rotan yang siap dipakai untuk membuat berbagai kerajinan rotan, seperti keranjang parcel untuk Hari Raya Idul Fitri, tempat tidur, tempat sampah, kursi goyang, kursi makan, meja makan, meja rias, pot bunga, tikar, pajangan rumah, penyekat dinding rumah, tudung saji, hulahup, bola kaki, dan lain-lain.

Dalam menjalankan usahanya, CV. Jaya Rattan tidak hanya menjual produknya ke para pengrajin rotan saja, dimana dalam hal ini berarti CV. Jaya Rattan menjalankan *Business to Consumer* (B2C) yang maksudnya menjual produk langsung ke konsumen. Tetapi, CV. Jaya Rattan juga menjual produknya ke para penampung yang memiliki hubungan kerja sama, dimana dalam hal ini berarti CV. Jaya Rattan menjalankan *Business to Business* (B2B) yang maksudnya menjual produk ke penampung rotan lainnya yang berada di luar daerah Bandar Lampung untuk kemudian di jual lagi ke para konsumen.

Dampak negatif dari kegiatan produksi CV Jaya Rattan adalah dengan lokasi perusahaan yang tidak terletak di pinggir jalan sehingga membutuhkan jarak tempuh kendaraan sekitar 1,5 km dan dalam menjalankan usahanya baik dalam pembelian maupun penjualan rotan selalu dibutuhkan mobil-mobil angkutan berat, seperti Truk Coltdiesel dan Truk Fuso. Adapun pada awalnya, kondisi jalanan di sepanjang Desa Candimas-Lampung Selatan tersebut masih berupa tanah merah dan belum di aspal. Alhasil konsekuensi dari hal tersebut

adalah tanah merah yang berada di sepanjang jalan di Desa Candimas-Lampung Selatan itu pun banyak yang semakin menjadi tidak rata dan susah untuk dilewati serta bila turun hujan banyak menimbulkan genangan air, dimana hal tersebut di karenakan adanya tekanan dari mobil-mobil angkutan berat yang di gunakan oleh CV Jaya Rattan.

Adapun dampak negatif lainnya yang ditimbulkan dari kegiatan produksi perusahaan adalah adanya polusi udara (kebisingan) yang sempat ditimbulkan oleh CV. Jaya Rattan pada awal perusahaan tersebut berdiri yang diakibatkan karena dulunya di Desa Candimas masih belum terdapat listrik, sehingga pada waktu itu perusahaan menggunakan diesel untuk menjalankan proses produksinya dan hal itu menimbulkan kebisingan yang mengganggu warga di Desa Candimas.

Selain itu, dampak negatif lain yang juga ditimbulkan dari kegiatan produksi CV. Jaya Rattan adalah adanya polusi udara yang mengganggu pernafasan warga yang tinggal di sekitar perusahaan tersebut, dikarenakan dalam kegiatan produksinya perusahaan menjalankan suatu proses untuk menghaluskan rotan yang memerlukan penggunaan mesin khusus yang pada awalnya mesin-mesin tersebut belum dilengkapi dengan karung untuk menampung hasil penghalusan rotan tersebut, sehingga memunculkan banyak debu-debu halus yang bisa mengganggu pernafasan. Warga pun merasa terganggu dengan hal- hal tersebut sehingga sempat melancarkan aksi protes dalam bentuk aksi demo yang menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab dan bila perusahaan tidak mau menanggapi, warga menuntut agar perusahaan tersebut menutup kegiatan usahanya.

Dalam menjalankan usahanya, CV. Jaya Rattan juga menyadari bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya selalu diukur dari profit penjualan yang didapat, tetapi juga bisa dilihat dari kepedulian perusahaan itu terhadap masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan melalui kegiatan *Community Relations*. Oleh karena itu, pihak manajemen perusahaan pun kerap melaksanakan kegiatan *Community Relations*, yaitu cara berinteraksi dengan berbagai publik yang saling terkait dengan operasi organisasi (DeMartinis 2004, 1). Dampak keberhasilan dari menjalankan kegiatan *Community Relations* ini pun dapat dilihat dari tidak ada lagi demonstrasi yang dilakukan oleh warga Desa Candimas-Lampung Selatan terhadap CV. Jaya Rattan

### **I.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi *community relations* CV. Jaya Rattan dalam mengadakan hubungan baik dengan masyarakat Desa Candimas-Lampung Selatan?

### **I.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui strategi *community relations* CV. Jaya Rattan dalam mengadakan hubungan baik dengan masyarakat Desa Candimas-Lampung Selatan



## I.5. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut :

### 1) Kegunaan Akademis

- a) Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya tentang kegiatan *Community Relations* dan aplikasinya di lapangan.
- b) Sebagai bahan masukan dan perbandingan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang juga akan membahas mengenai *Community Relations*.
- c) Dapat menambah wawasan mahasiswa dan para akademisi mengenai strategi *Community Relations* yang telah dilaksanakan oleh CV. Jaya Rattan di Desa Candimas-Lampung Selatan.

### 2) Kegunaan Praktis

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi CV. Jaya Rattan dalam melakukan *Community Relations* di Desa Candimas-Lampung Selatan.
- b) Melalui adanya penelitian ini, di harapkan dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami kegiatan *Community Relations* yang merupakan aplikasi dari ilmu *Public Relations*.

### 3) Kegunaan Sosial

Dengan adanya penelitian ini, masyarakat dapat memahami mengenai pentingnya suatu perusahaan dalam melakukan *Community Relations*

terhadap masyarakat yang tinggal di sekitar lingkungan perusahaan tersebut.

#### 4) Kegunaan Teknik

Dengan melakukan penelitian ini, masyarakat dapat mengetahui bahwa dalam meneliti strategi *Community Relations* dalam mengadakan hubungan baik dengan komunitas setempat dapat menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan dapat berupa wawancara mendalam (*depth interview*) terhadap *key informant* dan *informant*, observasi, studi kepustakaan serta studi dokumentasi.

### **I.6. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika penulisan dengan mengelompokkannya menjadi enam bab dengan rincian sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab I ini diuraikan mengenai latar belakang permasalahan yang akan diteliti, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : OBJEK PENELITIAN**

Pada Bab II ini diuraikan mengenai objek dari masalah yang akan diteliti, yang berhubungan dengan topik yang telah ditentukan oleh penulis.

**BAB III : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab III ini diuraikan mengenai pengertian dari Ilmu Komunikasi, *Public Relations*, *Community Relations*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, kerangka pemikiran dan teori-teori serta konsep yang digunakan untuk mendukung penelitian.

**BAB IV : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab IV ini diuraikan mengenai pendekatan, metode penelitian, teknik pengumpulan data, unit analisis, dan sumber data yang digunakan dalam penelitian.

**BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab V ini diuraikan mengenai hasil dari data yang telah di peroleh serta pembahasan.mengenai rumusan masalah.

**BAB VI : PENUTUP**

Pada Bab IV ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dari rumusan masalah yang ada serta memberikan saran-saran yang sesuai dengan topik penelitian.

