BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi tidak lepas dari peranan humas atau *Public Relations* sebagai penghubung perusahaan dengan *stakeholder*nya. Tujuan *Public Relations* sendiri ialah menciptakan atau meningkatkan citra baik suatu perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, citra menjadi sangat krusial. Perusahaan akan mempertahankan nama baik yang dimilikinya. Sebagai contoh, karyawan yang melakukan tugas di sebuah perusahaan dengan baik, akan memiliki rasa bangga dan muncul dorongan untuk bekerja lebih baik.

Kemudian, Perusahaan yang memiliki citra yang baik tentu saja memiliki tanggung jawab dan bekerjasama dengan masyarakat sekitar perusahaan. Tanggung jawab tersebut tercermin dalam program yang disebut dengan CSR (*Corporate Social Responbility*). CSR adalah singkatan dari *Corporate Social Responsibility* yang berarti aktivitas bisnis di mana perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan dan masyarakat sebagai bentuk perhatian dalam meningkatkan kesejahteraan serta berdampak positif bagi lingkungan.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas (UUPT) pasal 1 ayat 3, dijelaskan bahwa CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi

perseroan, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.[1]

Perusahaan yang berdiri di sekitar lingkungan warga pastinya tidak jauh dengan adanya suatu permasalahan atau konflik yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan yang bisa menyebabkan lingkungan sekitar terganggu. Konflik merupakan salah satu penyebab yang dapat memperburuk citra perusahaan. Dari sini *public relations* dituntut untuk memperbaiki citra buruk perusahaan. Menurut Ruslan, *PR* harus memiliki *technical skill* dan *managerial skill.* Tidak hanya pada saat kondisi yang biasa, namun juga pada situasi dan kondisi krisis[2].

Dijelaskan bahwa *Managerial skill* adalah kemampuan yang dibutuhkan seorang *public relations* dalam menjalankan pekerjaannya agar perusahaan yang dimiliki bisa menjadi lebih maju dan lebih sukses. *Managerial skill* adalah ilmu manajemen *leadership* seperti berkomunikasi efektif, berorganisasi, bekerjasama dengan tim, membina relasi, dan kreatif. Dan *Technical skill* adalah ilmu teknis melakukan sesuatu, keahlian khusus yang harus dimiliki oleh praktisi *public relations* karena ia memiliki tanggung jawab utama yang harus dijalankan. Contoh *technical skills* adalah cara keterampilan menulis, media sosial, kemampuan riset dan analisis.[3]

---

[1] Husein, M. 2022. CSR Adalah Tanggung Jawab Perusahaan, Ini Jenis dan Manfaatnya. Diakses pada tanggal 8 April 2022. https://katadata.co.id/safrezi/berita/61f25d4f71cb4/csr-adalah-tanggung-jawab-perusahaan-ini-jenis-dan-manfaatnya#:~:text=CSR%20adalah%20singkatan%20dari%20Corporate,serta%20berdampak%20positif%20bagi%20lingkungan.

[2] Ruslan, Rosady. 2006. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Jurnal : *Media Relations Untuk Menjaga Reputasi Dan Pemulihan Krisis (Studi Kasus Bencana Tumpahan Minyak Mentah Teluk Meksiko Yang Menimpa British Petroleum Plc*, Universitas Andalas

[3] Renesia 2020, kemampuan atau skill yang harus dimiliki public relation. Diakses pada tanggal 29 februari 2022. https://www.renesia.com/10-skill-yang-harus-dimiliki-public-relation

Humas atau *Public Relations* mempunyai strategi yang berkaitan dengan menyangkut banyak khalayak, baik internal maupun publik eksternal. *Public Relations* sebagai komunikator yang mempunyai fungsi ganda yaitu memberikan informasi kepada khalayak dan menyerap reaksi dari khalayak. Peran tersebut di sebuah perusahaan sangatlah krusial, terkait dengan performa perusahaan untuk mencapai tujuan, agar sebuah citra dari para komunitas (*Community*) akan selalu mendapat dukungan untuk sebuah pencapaiannya.

Namun faktanya tidak sedikit perusahaan yang berselisih dengan masyarakat atau komunitas sekitarnya. Faktor-faktor penyebab konflik menurut Soerjono Soekanto antara lain :

(1) Perbedaan antara individu-individu. Perbedaan pendirian dan perasaan mungkin akan melahirkan bentrokan antara mereka, terutama perbedaan pendirian dan perasasaan. Sehingga, hal ini lantas menjadi faktor penyebab konflik yang signifikan. (2) Perbedaan kebudayaan. Perbedaan kepribadian dari orang perorangan tergantung pula dari pola-pola kebudayaan yang menjadi latar belakang pembentukan serta perkembangan kepribadian, yang sedikit banyak akan mempengaruhi kepribadian seseorang dalam kebudayaan tersebut. (3) Perbedaan kepentingan. Perbedaan kepentingan antara individu maupun kelompok merupakan sumber lain dari pertentangan baik kepentingan ekonomi, politik, dan sebagainya. (4) Perubahan sosial. Perubahan sosial yang berlangsung dengan cepat untuk sementara waktu akan mengubah nilai-nilai yang ada dalam masyarakat yang dapat menyebabkan munculnya golongan-golongan yang berbeda pendiriannya.[4]

Di Indonesia sendiri kasus perselisihan antara perusahaan dengan *Community* atau masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan masih sering terjadi. Tercatat dari tahun 2012 sampai tahun 2021 terdapat beberapa kasus yang telah dirangkun oleh sang penulis. Berikut ini adalah beberapa kasus perselisihan

[4] Soerjono Soekanto, 2006. Faktor Penyebab Konflik Sosial dan Latar Belakang yang Mendasarinya. Diakses pada tanggal 28 februari 2022. https://www.merdeka.com/jatim/faktor-penyebab-konflik-sosial-dan-latar-belakang-yang-mendasarinya-kln.htm.

perusahaan dengan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan yang teridentifikasi oleh penulis adalah :

Tabel 1.1 Contoh kasus perselisihan antara perusahaan dengan *Community* atau masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan :

Kasus	Tahun
Konflik tuntutan Warga Blora kepada PT Pertamina EP Asset 4 Cepu Field[5]	2021
Konflik Agraria Sektor Perkebunan Didominasi Perusahaan Sawit.[6]	2020
Konflik masyarakat dengan perusahaan di Kalimantan Tengah, terutama di Kapuas, Katingan, Kotawaringin Timur, Seruyan, dan Barito Timur,[7]	2019
Konflik dan Ekspansi pada Perkebunan Kelapa Sawit: Kasus di Desa Terantang Manuk, Kabupaten Pelalawan, Riau.[8]	2018
Konflik Lahan Masyarakat dengan Perusahaan Sawit di	2017

[5] Ahmad Adirin. 23 Maret 2021. "Tuntutan Warga Blora kepada PT Pertamina EP Asset 4 Cepu Field". https://www.liputan6.com/regional/read/4512641/tuntutan-warga-blora-kepada-pt-pertamina-ep-asset-4-c.

[6] Ardiansyah, F. 7 Januari 2021."Konflik Agraria Sektor Perkebunan Didominasi Perusahaan Sawit". https://www.kompas.com/properti/read/2021/01/07/070000321/konflik-agraria-sektor-perkebunan-didominasi-perusahaan-sawit.

[7] Yusie Marie, 2019, https://www.mongabay.co.id/2019/07/04/konflik-masyarakat-dengan-perusahaan-terus-terjadi-bagaimana-penyelesaiannya/, Palangkaraya.

[8] Suryadi, Arya H.D, dan Baba B. 2020. "Ekspansi dan Konflik pada Perkebunan Kelapa Sawit: Kasus di Desa Terantang Manuk, Kabupaten Pelalawan, Riau." Jurnal Sosiologi Pedesaan Vol. 08 (03) 2020 | 167-178.

Kubu Raya, Pontianak, Kalimantan Barat.[9]	
Konflik Lahan Petani Tulang Bawang, Lampung, Tergusur oleh Perusahaan Tebu.[10]	2016
Konflik Pelanggaran HAM Perusahaan Raksasa Sinar Mas Group dan Perlawanan Masyarakat di Garis Depan.[11]	2015
Konflik agraria dan sumber daya alam (SDA) yang masuk ke Walhi Kalimantan Selatan.[12]	2014
Konflik Masyarakat dengan Perusahaan besar swasta (PBS) perkebunan sawit di wilayah Kecamatan Cempaga menimbulkan keresahan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Suka Maju, Kabupaten Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah.[13]	2013
Konflik Masyarakat dan Perusahaan Perkebunan Serta Alternatif Penyelesaiannya di Kabupaten Rokan Hulu[14]	2012

[9] Hadrian,P.2017. Diakses pada tanggan 28 Desember 2021. https://www.mongabay.co.id/2017/05/30/berlarut-konflik-lahan-masyarakat-dengan-perusahaan-sawit-di-kubu-raya/.

[10] Apriando,T. 2016. Diakses pada tanggal 28 desember 2021. https://www.mongabay.co.id/2016/10/18/tergusur-perusahaan-konflik-lahan-petani-tulang-bawang-berlarut-larut/.

[11] Ariani, F. 2020. Menghancurkan kehidupan dan Merampas Lahan. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021. https://www.ran.org/the-understory/menghancurkan-kehidupan-dan-merampas-lahan/.

[12] Sapariah, S. 2014, Masyarakat Adat Vs Perusahaan Sawit Dominasi Konflik SDA di Kalsel. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021. https://www.mongabay.co.id/2014/11/14/masyarakat-adat-vs-perusahaan-sawit-dominasi-konflik-sda-di-kalsel/.

[13] Saveourborneo. 2017. Konflik Agraria Kalimantan Tengah. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021. https://saveourborneo.org/konflik-agraria-di-kalimantan-tengah/.

[14] Drs. H. Basri, M.Si, repository.unri.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/5742/ARTIKEL_Konflik%20Masyarakat%20dan%20Perusahaan%20di%20Bidang%20Perkebunan.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Konflik sosial antara Perusahaan Perkebunan Sawit PT. Borneo Ketapang Permai dengan masyarakat Desa Semayang, Kecamatan kembayan, kabupaten, Sanggau.[15]	2011

Seorang *Public Relation* sangat jelas sekali memiliki peran penting dalam membantu penyelesaian konflik antara perusahaan dengan publiknya atau *Community* nya. Strategi humas *Community Relation* yang dilakukan oleh perusahaan kepada warga atau masyarakat sekitar bisa menjadi salah satu untuk meningkatkan *image* atau citra perusahaan. *Community Relation* adalah rangkaian kegiatan perusahaan atau organisasi berupa program atau event untuk menunjang hubungan relasi dengan warga atau masyarakat sekitar perusahaan. Sebagai salah satu fungsi *public relations* yang salah satu aktivitas pentingnya adalah meningkatkan kualitas hubungan dengan komunitas, *Community relation* dilakukan beberapa organisasi dalam rangka menjaga konsistensi hubungan baik kepada publiknya.

Cutlip dkk memberikan gambaran, jika *Community relation* ialah bentuk terbaru dari sebuah aktivitas di sebuah organisasi. *Community Relation* adalah menjadi tanggung jawab keorganisasian dan korelasi interaktif, untuk pemeliharaan dan peningkatan lingkungan, adanya bantuan ataupun perlindungan penanaman modal, peningkatan penjualan barang serta saham, perbaikan ilim keorganisasian. Andrew Mann dalam Anne Gregory menjelaskan: *"Community*

[15] Thomas, Agus Sikwan, https://media.neliti.com/media/publications/9622-ID-konflik-sosial-antara-perusahaan-perkebunan-sawit-pt-borneo-ketapang-permai-deng.pd, Pontianak.

relations is a series of mutually beneficial business partnerships with one ore more stakeholders, which enhance the company's reputation as a good corporate citizen". Community Relation ialah rangkaian kemitraan sebuah organisasi, dengan satu *Stakeholder.* [16]

Perbedaan individu, perbedaan sosial, perbedaan kepentingan, dan perubahan sosial adalah salah satu penyebab utama pertentangan di antara perusahaan dan masyarakat (*community*). Penyebab muncul dalam struktur yang berbeda, masyarakat (*community*) sering menyelesaikan permasalahan didepan media, sementara perusahaan sering menjauh dari wacana dan menggunakan kekuatan kesatuan institusi untuk menekan konflik.

Dalam melakukan peran praktisi *Public Relations*, ada banyak masalah dari beberapa pihak yang berbeda. Oleh karena itu, para ahli *Public Relations* harus mengetahui setiap masalah yang terjadi dalam perusahaannya dan kemampuannya sebagai perwakilan atau komunikator. Seorang *Public Relations* harus selalu menyadari setiap masalah yang dilihat oleh perusahaan serta masalah di dalam (*internal*) atau di luar perusahaan (*external*).

Hal ini terjadi kepada perusahaan yang mengalami permasalahan ekternal dengan masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan. Permasalahan terjadi sejak tahun 2007, terjadi perkembangan lahan perkebunan yang pesat yang berlokasi di kecamatan Jasinga, kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat yang dimiliki oleh perusahaan PT Wahana Sekar Agro merupakan sebuah perusahaan

---

[16] Andrew Mann, Anne Gregory, 2000. *Strategi Community Relations Lembaga Pendidikan. Jurnal Makna, Volume 1, Nomor 1, Maret 2006 – Agustus 2016.*

yang berfokus dibidang Agroindustri atau perkebunan. PT Wahana Sekar Agro ini juga merupakan anak perusahaan atau *Subholding* dari perusahaan besar Sampoerna Argo Tbk, PT Wahana Sekar Agro berada di kec Jasinga, Bogor Jawa Barat, yang luas Hak Guna Usahanya (HGU) seluas 934 ha menyeluruh hingga sampai 6 Desa dan dibagi menjadi 11 sertifikat HGU.

Pada penelitian kali ini berangkat dari kasus dari PT Wahana Sekar Agro Tbk, terlibat dalam beberapa kasus atau masalah dengan warga, Diantaranya masalah perebutan hak lahan dan pemalsuan dokumen. PT Wahana Sekar Agro merupakan perusahaan yang berkonsentrasi dibidang budidaya aneka tanaman seperti pohon jati, pohon karet dan sejenisnya. PT Wahana Sekar Agro terletak di daerah kecamatan Jasinga, kabupaten Bogor Jawa Barat.

Pada akhir bulan November 2019, lahan kerja HGU (Hak Guna Usaha) PT Wahana Sekar Agro yang telah menguasai akses jalan warga menuju pemukimanannya. Sudah beberapa kali perwakilan warga melapor ke pemerintahan setempat ke kecamatan, Warga RW 03 Kp. Lio pabrik, Desa Setu, Kecamatan Jasinga, bahwa perwakilan kecamatan itu sendiri masih belum pernah bahkan belum berani memanggil perwakilan dari PT Wahana Sekar Agro untuk bertemu langsung atau duduk bersama perwakilan warga untuk membicarakan.

Dugaan kasus pertama, PT Wahana Sekar Agro berawal dari tidak memperhitungkan lahan HGU (Hak Guna Usaha) nya, yang berakibat protes atau resahnya warga masyarakat sekitarnya yang disebabkan tertutupnys akses jalan warga menuju tempat tinggalnya. Dugaan kedua, selain permasalahan akses jalan

warga, pemerintah setempat tidak masih belum bisa membuat surat teguran kepada PT Wahana Sekar Agro terkait dengan permasalahan lahan HGU dan akses jalan warga menuju tempat tinggalnya.

Gambar 1.1 merupakan kasus terkait dengan PT Wahana Sekar Agro.

Kasus ini membuat kepercayaan warga terhadap perusahaan akan menurun, apalagi para warga sekitar perusahaan PT Wahana Sekar Agro juga banyak yang bekerja di perusahaan tersebut alias karyawan PT Wahana Sekar Agro itu sendiri. Seperti yang diberitakan oleh Kongkrit.com (10/19), Kedatangan DPC PWRI Kab. Bogor diterima oleh beberapa perwakilan masyarakat, termasuk Ketua Rw 03 Ibu Dewi dan Omang dari BPD Setu. Tokoh masyarakat setempat, Omang mengatakan "bahwa sejak 2007 hingga sekarang akses jalan itu tidak pernah direalisasikan dari pihak PT Wahana Sekar Agro". Jadi perusahaan tersebut sudah diminta dari tahun 2007 untuk dibuatkan akses jalan sebagai pengganti akses keluar masuk pemukiman warga.

Sehubungan dengan masalah di atas, minat kerja karyawan di PT Wahana Sekar Agro yang tinggal di wilayah sekitar perusahaan berkurang, dan citra perusahaan pun rusak. Dampak dari kehilangan hubungan keharmonisan dari

perusahaan ini yang akan menurunya rating perusahaan, yang menyebabkan nama baik perusahaan tersebut juga menurun di mata para warga daerah kecamatan Jasinga. Sebelum adanya kasus tentang hak akses lahan jalan, para warga sekitar pun tidak memasalahkan tersbut mengenai akses jalan, namun setelah adanya kasus tersebut para warga lain sekitar perusahaan menjadi cemas akan akses jalan menuju pemukimannya merasa terbajak.

Gambar 1.1 penulis berada di kantor PT Wahana Sekar Agro

Pastinya berupaya untuk mendapatkan kepercayaan kembali pada publik dibutuhkan strategi dalam pemulihan citra PT Wahan Sekar Agro dalam bentuk hubungan relasi respon yang cepat dan tepat yaitu suatu tindakan yang wajib dilaksanakan dan juga mempertimbangkan hasil baik dari dampak tindakan hal tersebut. Untuk membangun hubungan yang harmonis terhadap *stakeholder* nya, perusahaan membentuk yang diperlukann humas (*Public Relations)* dengan

membuat ataupun penerapan upaya yang benar, dari seluruh pihaknya, untuk sebuah maksud dari sebuah organisasi, yang terkhusus pada daya mampu ataupun komunikasi dari *stakeholder* nya. Juga harus memiliki daya mampu, antisipasi untuk berhadapan dengan keadaan tidak percayanya masyarakat.

Pada tahun 2019, dengan adanya praktisi humas (*Public Relations*) PT Wahana Sekar Agro melakukan pengembalian kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan kembali dengan pertanggung jawaban. Bermulai dari penerapan kegiatan *Community Relations* dan juga melalui pelaksanaa CSR program bantuan sosial kepada warga kampung Lio Kec Jasinga guna untuk membangun hubungan harmonis terkait hak akses jalan warga kampung Lio Jasinga, dengan melakukan duduk bersama dan fokus pembicaraan terkait akses jalan dan pemberian sembako serta hasil pangan produksi perusahaan kepada setiap kepala keluarga kampung Lio Kec Jasinga.

Hingga pada tahun 2022, tidak terdapat laporan atau protes dari warga kampung Lio kec Jasinga yang terkait dengan permasalahan akses jalan menuju tempat tinggal warga. Dan hingga saat ini kepercayaan warga terhadap perusahaan kembali dan hubungan harmonis dapat terjalin kembali serta damai seperti semula. Penelitian ini mengangkat persoalan cara perusahaan menerapkan upaya humas dalam menyelesaikan konflik dan bagaimana membangun hubungan harmonis kepada warga sekitar dengan bantuan sosial. Berdasarkan latar yang telah disusun, maka penulis akan melakukan penelitian dengan memberikan judul “Upaya Humas PT Wahana Sekar Agro Dalam Melaksanakan Program CSR Melalui Bantuan Sosial Kepada Warga Kampung Lio Kec Jasinga Jawa Barat”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal tersebut pada latar belakang masalah, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana upaya humas *Community Relations* melalui pelaksanaan CSR program bantuan sosial dan membangun hubungan harmonis dengan warga kampung lio kec Jasinga Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah:

Untuk mengetahui bagaimana upaya humas *Community Relations* melalui pelaksanaan CSR program bantuan sosial dan membangun hubungan harmonis dengan warga kampung lio kec Jasinga Jawa Barat?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Dari penelitian ini diharapkan dapat membuka sumbangan pemikiran berupa wawasan keilmuan, khususnya mengenai kajian yang berkenaan dengan ilmu komunikasi terkait upaya humas *community relations* yang dilakukan suatu lembaga atau institusi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT Wahana Sekar Agro dalam hal melaksanakan upaya humas *community relations* dengan dilakukakannya program CSR. Diharapkan dengan adanya program CSR berupa bantuan sosial kepada warga kampung Lio kec Jasinga Jawa Barat dapat menyelesaikan konflik yang terjadi antara PT Wahana Sekar Agro dengan masyarakat sehingga dengan adanya program ini masalah dapat diatasi secara kekeluargaan dan harmonis.

UNIVERSITAS NASIONAL