

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari misalnya dalam menyampaikan informasi, membujuk seseorang dan memberi perintah. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan sehingga pesan yang disampaikan dimengerti atau diterima dengan baik oleh penerima. Komunikasi itu sendiri tidak hanya penting dalam kehidupan sehari-hari bagi individu dalam sebuah keluarga atau masyarakat, komunikasi yang efektif juga dibutuhkan dalam sebuah organisasi atau perusahaan terutama dalam mengimplementasikan visi dan misi perusahaan.

Berbicara masalah komunikasi antar pihak, maka ada satu peran yang memiliki pengaruh besar dalam menciptakan serta menjaga komunikasi yang baik secara internal maupun eksternal yaitu *Public Relations*. Seiring berkembangnya zaman, *Public Relations* juga berkembang dengan pesat. Hampir setiap perusahaan membutuhkan seorang *Public Relations*, karena *Public Relations* memiliki peran penting dalam menjalankan suatu perusahaan.

Kesuksesan ataupun kegagalan suatu perusahaan sangat bergantung pada kinerja *Public Relations* dari perusahaan itu sendiri. *Public Relations* merupakan mediator/ penghubung antara perusahaan yang mereka wakili dengan publik, baik publik internal maupun eksternal.

Semakin profesional *Public Relations* dalam menjalankan tugasnya, maka akan menghasilkan suatu kerjasama dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik eksternal maupun internal yang ada dalam perusahaan tersebut.

PT. Pertamina (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berperan dalam memenuhi kebutuhan minyak dan gas bumi. yang merupakan salah satu unit yang berlokasi di Camplong-Sampang-Madura, memiliki tujuan Mengantisipasi lingkungan usaha yang berkembang saat ini maupun yang akan datang untuk dapat tumbuh dan berkembang.

Adanya peningkatan permintaan Bahan Bakar Minyak (BBM) dari tahun ke tahun di samping naiknya harga minyak dunia menyebabkan kenaikan harga BBM di dalam negeri. Hal tersebut menjadi tantangan bagi Pertamina untuk terus meningkatkan efisiensi dan pelayanannya, terutama terhadap Suplai dan distribusi BBM.

Selain itu, PT. Pertamina (Persero) juga bertanggung jawab atas kemajuan lingkungan sosial sekitarnya. Sesuai peraturan CSR telah dikeluarkan pada UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan pasal 24. Undang-undang ini berisi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Suranto (2007:4)

Dengan peraturan tersebut, maka setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam wajib melaksanakan kegiatan CSR. Kegiatan CSR kini bukan lagi bersifat sukarela, namun telah menjadi mandatory.

Sebagai perusahaan besar dan dengan penghasilan hasil produksi yang besar setiap harinya memungkinkan perusahaan untuk menjalankan produksi dengan baik serta mensejahterahkan dan memberikan kehidupan yang layak bagi masyarakat di daerah setempat, terutama pada karyawan dari perusahaan tersebut.

Berpegang pada keberadaan dan aktivitas PR dalam perusahaan, tidak mengherankan jika peran PR akan turut menentukan keberhasilan dari setiap aktivitas perusahaan, khususnya yang berkenaan dengan publik perusahaan. Peranan PR tersebut diharapkan dapat menjadi "mata" dan telinga", serta tangan kanan bagi top manajemen dan publiknya baik public internal maupun public eksternal. Berdasarkan pada besar kecilnya perusahaan akan menentukan luas sempitnya area tanggung jawab sosialnya, maka sepatutnya jika PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura, yang bergerak dalam bidang Suplai dan distribusi BBM, memiliki beban yang tidak ringan.

Sebagai salah satu perusahaan yang berada di tengah masyarakat, PT Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura, memiliki kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial. PT Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura, menyadari bahwa tanggung jawabnya tidak hanya sebatas pada

ketersediannya bahan bakar di Indonesia. PT Pertamina (Persero) juga bertanggung jawab atas kemajuan lingkungan sosial sekitarnya. Itu sebabnya PT Pertamina (Persero) mengupayakan terjalinnya interaksi yang positif dan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan ekosistem di sekitar lokasi usahanya. Positif dalam arti memberi manfaat, sedang harmoni berarti kedua belah pihak saling diuntungkan oleh adanya interaksi tadi.

Hal ini disadari pula oleh PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura dan diwujudkan dalam sejumlah kebijakan perusahaan. Usaha memenuhi tanggung jawab sosial ini diwujudkan pada Tahun 2012 dalam program PR seperti Donor Darah, bantuan Komputer ke pihak sekolah, Pengadaan Lomba, yang diselaraskan dengan usaha pencapaian tujuan perusahaan. Dari sejumlah program PR, Penanaman Mangrove di tepi pantai salah satu program yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura, sebagai tanggung jawab sosialnya.

Dalam Program CSR ditahun 2012 melalui kegiatan mangrove ini dinyatakan kurang maksimal, dikarenakan bibit-bibitnya tidak bisa tumbuh dengan baik dan banyak yang rusak, karena lahan untuk Penanaman mangrove ini terbuka dan tidak ada pagar pembatasnya, sehingga bibit-bibitnya mudah dirusak. dan lahan untuk tempat mangrove ini merupakan salah satu inisiatif sering dilewati oleh masyarakat sekitar dan masyarakat luar, karena PT. Pertamina (Persero) Camplong ini, berdampingan dengan Pariwisata Pantai Camplong.

Menindaklanjuti di tahun 2013, *public relations* PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura. Sangatlah berpengaruh dimasyarakat bahkan dapat diandalkan untuk mempengaruhi dan mengendalikan pemikiran public.

*Public Relations* langsung bertindak dan meneruskan tahapan program CSR ditahun 2013, yang melalui kegiatan penanaman mangrove. Dalam kegiatan ini bisa dinyatakan maksimal dan akan bermanfaat untuk kedepanya bagi masyarakat. karena bibit-bibitnya sudah mulai tumbuh dengan baik dan nantinya bisa menjaga abrasi tanah di sekitar masyarakat. Kegiatan penanaman mangrove di tahun 2013 ini, berbeda dengan tahun 2012. Karena, lahan untuk penanaman mangrove ini sudah ada pagar pembatasnya dan ada yang menjaga dan adanya perawatan setiap hari. Sehingga bibit-bibitnya bisa tumbuh dengan baik dan berkembang sesuai harapan PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura.

Dengan maksimalnya Program CSR melalui kegiatan penanaman mangrove ditahun 2013, akhirnya berdampak masalah dengan timbulnya isu-isu negatif dari media massa yang menganggap pihak PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura terlalu luas dalam mengambil lahan untuk pagar pembatas penanaman mangrove ditepi pantai. Media massa mengira bahwa pagar pembatas yang luas itu, ingin dibangun lagi. Padahal pagar pembatas itu, hanya untuk menjaga bibit-bibitnya agar tidak dirusak oleh ombak pantai. Dan menjaga agar tidak dilewati oleh pengendara bermotor yang sering di gunakan untuk trek-trekan bermotor.

Menyikapi hal tersebut, *public relations* mulai menjalankan fungsi utamanya sebagai juru bicara PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura untuk memberikan klarifikasi pada melalui media. Dan Apabila *public relations* tidak dapat menjalankan tugasnya untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dan publiknya, maka perusahaan pun akan dinilai tidak baik dimata publiknya.

Oleh sebab itu, “*Peran Public Relations Dalam mensosialisasikan Program Penanaman Mangrove PT. Pertamina (Persero) TBBM Camplong*” sangatlah penting untuk menjaga hubungan baik dengan publik eksternal perusahaan, terutama pemerintah dan masyarakat lokal menjadi hal mutlak untuk dilakukan guna menunjang kelancaran kegiatan-kegiatan operasional perusahaan dalam upaya untuk mencapai tujuan, baik yang bersifat *profit* maupun *nonprofit*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu : Bagaimana Peran Public Relations Dalam mensosialisasikan Program Penanaman Mangrove PT. Pertamina (Persero) TBBM Camplong?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan antara lain : Untuk mengetahui Peran Public Relations Dalam mensosialisasikan Program Penanaman Mangrove PT. Pertamina (Persero) TBBM Camplong

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain :

1. Memberikan referensi dan pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan Peran Public Relations (PR) Dalam menjalankan Program Corporate Social Responsibility (CSR)
2. Menjadi masukan dan evaluasi, yang berguna bagi Perusahaan PT. Pertamina (Persero) Camplong-Sampang-Madura khususnya Departemen *public relations*.
3. Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang relevan yang telah ada dan sebagai acuan kepada peneliti yang hendak melakukan penelitian yang bahannya sama di masa mendatang.