

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Public Relations

a.Definisi

Defenisi *public relarions* menurut Cutlip dan Center dalam bukunya *Effektiv Public Relations* (1985): "*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasikan kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik".⁷

Adapun perkembangan profesionalisme public relations yang berkaitan dengan perkembangan peran PR, baik sebagai praktisi maupun profesional dalam suatu organisasi atau prusahaan, menurut Dozier D.M.,(1992) merupakan salahsatu kunci untuk memahami fungsi public relations dan komunikasi organisasi. Selain itu, hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan peran praktisi PRO (pejabat Humas) dan pencapaian profesionalisme dalam public relations.

b. Fungsi Public Relations

Adapun fungsi public relations menurut F. Rachmadi (1994) berpendapat, bahwa mengingat fungsi PR yang utama adalah menyelenggarakan hubungan dengan publiknya guna memperoleh dukungan dan simpati publik, maka ia harus memiliki: (1) kemampuan mengamati dan menganalisis problem, (2) kemampuan menarik perhatian, (3) kemampuan mempengaruhi opini, (4) serta menjalin hubungan dan suasana saling percaya.

⁷Effendy, Onong Uchjana, Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi, PT. Rosda Karya, Bandung, 2004, hlm 116.



Dari keempat dasar tersebut, maka dapatlah disimpulkan secara sepintas, betapa luasnya tugas PR. Menurut Kogan, seperti yang dikutip Rachmadi (1994), fungsi pokok PR adalah fungsi manajemen, yakni sebagai peneliti dan penilai selera dan sikap masyarakat, menyelaraskan kebijakan organisasi dengan kepentingan umum, serta merumuskan dan melaksanakan suatu program kerja untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat.8

c. Peran Public relations

Peran public relations dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori (Dozier & Broom, 1995)

1) Penasehat ahli (Expert Presciber)

Seorang praktisi pakar *public relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship).

2) Fasilitator komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang dinginkan dan diharapkan oleh publiknya.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan public relation ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksud untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

Teknis Komunikasi (Communication technician)

Berbeda dengan tiga peran praktisi PR profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peran manjemen organisasi.Peran communication technician ini menjadikan praktisi PR sebagai journalis in

⁸ Elfinaro Ardianto, Public Relations, Widya Padjajaran, Bandung, 2009, hlm 30



resident yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi untuk dikenal dengan *methode of communication in organization*.⁹

d. Ruang Lingkup Tugas Public Relations

Adapun ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut.

1) Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

Public internal adalah public yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri.Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenal hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

2) Membangun hubungan keluar (public eksternal)

Public eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Dengan demikian, seperti yang dijelaskan diatas, peran Humas/PR tersebut bersifat dua arah yaitu berorentasi ke dalam (*inward looking*), dan ke luar (*outward looking*).

e. Kegiatan dan Sasaran Humas

Adapun kegiatan dan sasaran PR Menurut H. Fayol adalah sebagai berikut.

- 1) Membangun Identitas dan Cintra Perusahaan
 - a) Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
 - b) Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- 2) Menghadapi Krisis

Menangani keluhan (*complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manjemen krisis dan *PR Recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*

.

⁹Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, PT. Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hlm 20-21



- 3) Memperomosikan Aspek Kemasyarakatan
 - a) Memperomosikan yang menyangkut kepentingan publik
 - b) Mendukung kegiatan kompanye social anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

Dalam melakukan fungsinya, *public relations* melakukan beberapa proses komunikasi. Salah satunya adalah proses komunikasi model *two way* asymmetrical atau model komunikasi dua arah.

f. Model Komunikasi Public Relations-Model Two Way Asymmetrical

Pada model komunikasi *two way asymmetrical, Public Relations* melakukan kompanye melalui komunikasi dua arah dan penyampaian pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasif publik secara ilmiah (*scientific persuasive*). Unsur kebenaran informasi diperhatikan untuk membujuk publik agar mau bekerja sama, bersikap terbuka sesuai harapan organisasi.

Dalam model komunikasi ini masalah *feedback* dan *feedforword* dari pihak publik diperhatikan, serta berkaitan dengan informasi mengenai khalayak diperlukan sebelum melaksanakan komunikasi.Maka kekuatan, membangunhubungan (*relationship*) dan pengambilan inisiatif selalu didominasi oleh si pengirim (*sources*). 10

g.Publik dalam Publik Relations

Publik dalam *public relations* merupakan khalayak sasaran dari kegiatan *public relations*. Publik itu disebut juga *stakeholders*, yaitu kumpulan dari orangorang atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Unsur-unsur dalam *stakeholders* antara lain:

- 1) Pemegang Saham.
- 2) Karyawan dan Manajemen.
- 3) Keluarga karyawan.
- 4) Kreditor.
- 5) Konsumen.

¹⁰ Ruslan, Rusady, Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm 126.



- 6) Pemasok.
- 7) Komunitas.
- 8) Pemerintah.¹¹

Salah satu publik dari *public relations* adalah komunitas atau masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan.

h. Komunitas Lokal

1) Definisi Komunikasi Lokal

Menurut Jefkins (1987: 126), komunitas lokal adalah kelompok orang tinggal di sekitar wilayah operasi satu organisasi yang bias berupa pabrik, area penambangan, kantor atau bengkel.

2) Hubungan Organisasi dan Komunitas lokal

Hubungan antara organisasi dan komunitas lokal dipandang sebagai wujud tanggung jawab social organisasi. Menurut Daugherty, tanggung jawab social itu merupakan perkembangan proses untuk mengevaluasi *stakeholders* dan tuntutan lingkungan serta implementasi program-program untuk menagani isi-isu sosial. Menurut Iriantara tanggung jawab social itu berkaitan dengan kode-kode etik sambungan perusahaan melalui program-program *community relations* dan tindakan mematuhi hukum. ¹²Bentuk hubungan dengan komunitas lokal atau masyarakat sekitar perusahaan disebut *community relations*.

i. Community Relations

1) Pengertian Community Relations

Community relations atau hubungan komunikasi adalah hubungan bisnis yang saling menguntungan dengan satu atau lebih stakeholders, untuk pelaksanaan reputasi perusahaan menjadi sebuah perusahaan yang baik bagi masyarakat.

Dalam pelaksanaan fungsi humas, komunitas lokal dipandang sebagai suatu kesatuan dengan perusahaan yang member manfaat timbal balik.Prinsip

¹¹Kasali, Renald, Manajemen *Publik Relations* (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia), Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 2003, hal 10.

¹² Iriantara, Yosal, Community Relations Konsep dan Aplikasinya, Rekatama Media, Bandung, 2004, hlm 26.



kegiatan humas adalah mengharmoniskan hubungan antara perusahaan beserta manejer dan karyawannya dengan masyarakat disekitar perusahaan.Hubungan yang harus dibina oleh humas tidak hanya hubungan jangka pendek, tetapi juga hubungan jangka panjang.Hubungan timbal balik dengan rasa memiliki dibutuhkan oleh perusahaan agar perusahaan memperoleh dukungan komunitas.

2) Proses *Publik Relations* dalam *Community Relations*

Community Relations pada dasarnya adalah kegiatan public relations. Mengingat community relations berhadapan langsung persoalan-persoalan sosial yang nyata yang dihadapi komunitas sekitar organisasi. Melalui pendekatan community relations itu, organisasi bersama-sama dengan komunitas sekitarnya berusaha untuk mengidentifikasi, mencari solusi dan melaksanakan rencana tindakan atas permasalahan yang dihadapi.

Dalam hal ini, fokusnya adalah permasalahan yang dihadapi komunitas bukan permasalahan yang dihadapi organisasi. Namun dampak dari penyelesaian permasalahan yang dihadapi komunitas itu akan dirasakan juga oleh organisasi, mengingat program-program *community relations* pada dasarnya dikembangkan untuk kesejahtraan bersama organisasi dan komunitas. Karna kegiatan *community relations* pada dasarnya adalah kegiatan *public relations*, maka program dan kegiatan *community relations* organisasi akan melalui tahapan-tahapan proses *public relations* sebagai berikut:

- a) Pengumpulan Fakta
- b) Perumusan Masalah
- c) Perencanaan dan Pemrograman
- d) Aksi dan Komunikasi
- e) Evaluasi.¹³

Menjaga hubungan dengan komunitas lokal atau development relations adalah juga bentuk dari tangung jawab sosial perusahaan.

¹³Ibid, hlm 14.



j. Tangung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

Mengutip definisi dari WBCSD (Word Business Council For Sustainable Development) menyebut tangungjawab sosial korporet sebagai komitmen kelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keselurugan. ¹⁴ Berdasarkan sifatnya, pelaksanaan program Corporate Social Rensponsibilitydapat dibagi dua, yaitu:

- 1) Program Pengembangan Masyarakat (Community Development)
- 2) Program Pengembangan Hubungan/relasi dengan publik (*Relations Development*). 15
- 2. Community Development

a. Definisi Community Development

Pengertian *Communitty Development* (pengembangan masyarakat) dapat didefinisikaan sebagai "Kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial-ekonomibudaya yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya".¹⁶

Dengan demikian diharapkan masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan tersebut dapat menjadi lebih mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraan yang lebih baik.

Secara umum visi c*ommunity development* adalah "Menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar wilayah kegiatan perusahaan" sedangkan misi dari aspek lingkungan sosial adalah "Memberikan nilai tambah pada nilai sosial ekonomi pemerintah

¹⁴ Iriantara, Yosal, Community Relations Konsep dan Aplikasinya, Rekatama Media, Bandung, 2004, hlm 49.

¹⁵ http://www.Perhumas.org.id/news2.htm/diakses pada 4 januari 2016 pkl 15.35 wib

¹⁶Budimanta Arif dan Bambang Rudito. *Metode dan Teknik Pengelolaan Community Development*. ICSD. Jakarta, 2003, hlm 40.

¹⁷ Ibid, hlm 41.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Und

1. Dilarang mengutip sebagian at

daerah dan khususnya masyarakat sekitar" selain itu misi yang lainnya adalah "Sebagai wahana interaksi antara masyarakat, pemerintah daerah dan pihak-pihak terkait (*stakeholders*) dengan perusahaan. Dengan terbinanya interaksi yang baik antara pihak-pihak tersebut, maka diharapkan dapat mencegah sedini mungkin konflik yang mungkin dapat terjadi antara masyarakat dengan kegiatan perusahaan.

b. Tujuan dan Sasaran Community Development

Adapun tujuan dari *community development* pada perusahaan pertambangan dan migas adalah menitik beratkan pada lingkungan sekitarnya, yaitu: 19

- 1) Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh PEMDA terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial-ekonomibudaya yang lebih baik di sekitar wilayah perusahaan.
- 2) Memberikan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat
- 3) Membantu pemerintah daerah dalam rangka pengentasaan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah.

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dari program *community development* ini adalah sebagai berikut:

- Pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia bagi masyarakat dan pihak-pihak terkait yang berada di sekitar wilayah perusahaan
- 2) Pengembangan dan peningkatan sarana wilayah seperti kesehatan, transportasi, pendidikan dan keagamaan yang didasarkan pada skala prioritas dan potensi wilayah tersebut.
- 3) Mendorong dan mengembangkan potensi-potensi kewirausahaan yang didasarkan pada sumber daya lokal
- 4) Pengembangan kelembagaan lokal di sekitar wilayah operasi perusahaan.

¹⁸ Ibid, hlm 40.

¹⁹Ibid, hlm 43.



Ruang Lingkup Community Development c.

Adapun Ruang lingkup *community development* meliputi tiga aspek, yaitu:²⁰

- 1) Community Services; merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat, seperti pembangunan fasilitas umum, pengembangan kualitas pendidikan, keagamaan dan lain sebaginya.
- 2) Community Empowering; adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang
- 3) Community Relations kegiatan-kegiatan yaitu yang menyangkut pengembangan komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait.

Adapun peserta dari program community development ini seyogyanya difokuskan pada masyarakat yang terkait dampak langsung dari kegiatan perusahaan.

Bentuk bantuan Community Development dibagi dalam beberapa kategori yang telah diatur dalam Menteri Negara BUMN nomir Kep 236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003.Kategori bantuan Community Development (Bina Lingkungan)

Sebagai mana yang telah diatur oleh Keputusan Menteri Negara BUMN nomor Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003, dana program Bina Lingkungan digunakan untuk tujuan yang memberikan manfaat kepada masyarakat di wilayah usaha BUMN dalam bentuk bantuan:

- 1) Korban bencana alam
- 2) Pendidikan dan atau Pelatihan
- 3) Peningkatan kesehatan
- 4) Pengembangan prasarana dan sarana umum
- 5) Sarana ibadah.²¹

²⁰ Ibid, hlm 43



d. Kontribusi Public Relations dalam Community Development

Seorang public relations harus mampu dan benar memperhatikan bagaimana melakukan komunikasi dengan masyrakat baik di luar ataupun didalam suatu instansi atau perusahaan sehingga public relations mampu memberikan kontribusinya dalam perusahaan ataupun instansi tersebut.Kontribusi adalah pemberian andil terhadap suatu kegiatan, peranan, dan masukan ide. 22 Kontribusi juga merupakan keikut sertaan seseorang dalam suaatu kegiatan baik itu dalam lembaga/ perusahaan demi untuk mencapai tujuan ataupun perencanaan.

Terjadi perubahan peran dalam *public relations* dalam menjalin hubungan dengan publik-publik organisasi.Perubahan tersebut khususnya terjadi dalam membina hubungan dengan komunitas lokal.Implementasi konsep tangung jawab korporat yang salah satu dimensinya berkenaan dengan ketertiban korporat dalam komunitasnya, mendorong praktisi *public relations* untuk bisa bekerja bersamasama dengan komunitasnya demi kesejahtraan bersama.Hubungan komunitas tidak lagi dibangun dengan membagi-bagikan sekedar sumbangan atau melakukan *sponsorship* belaka melainkan bisa dalam bentuk keterlibatan dalam program atau kegiatan pembangunan masyarakat (*Community Development*).

Organisasi yang tidak peduli dengan harapan publik akan mendapat akibatnya. Organisasi harus terus beradaptasi dengan pergantian kebutuhan dan harapan masyarakat.Karena itu, praktisi *public relations* harus memonitor dan mengevaluasi sikap dan harapan masyarakat.Menganalisa sikap dan harapan masyarakat untuk mempertahankan kebijakan perusahaan, program-program dan tindakan.Membuat rekomendasi untuk mempertahankan atau mengubah kebijakan yang ada dan mengembangkan yang baru.Beradaptasi dalam rencana strategis, ikut trlibat dalam penilaian penampilan dan mempersiapkan para eksekutif untuk memainkan kontribusi tanggung jawab derkomunikasi dengan para stakeholder.

²¹http// www.dprin.go.id/regulasi/2003/06/BUMN23603.htm/diakses pada 4 januari 20016 pkl 15.40 wib

²²Tarmadi, kontribusi Humas PT. Chefron Pasific Indonesia dalam meningkatkan Kualitas Komunikasi Wartawan Pekanbaru, 7.



3. Konsep Pelestarian Ekosistem Hutan Mangrove

Hutan bakau atau disebut juga hutan mangrove adalah hutan yang tumbuh di air payau, dan dipengaruhi oleh pasang-surut air laut. Hutan ini tumbuh khususnya di tempat-tempat di mana terjadi pelumpuran dan akumulasi bahan organik.Baik diteluk-teluk yang terlindung dari gempuran ombak, maupun di sekitar muarasungai di mana air melambat dan mengendapkan lumpur yang dibawanya dari hulu.²³

Mangrove adalah hutan yang tumbuh dipengaruhi oleh pasang surut air. Tumbuhan mangrove bersifat unik karna gabungan dan ciri-ciri tumbuhan yang hidup di darat dan di laut. Kata mangrove adalah kombinasi antara bahasa Portugis mangue dan bahasa Inggris grove. Adapun dalam bahasa Inggris kata mangrove digunakaan untuk komunitas tumbuhan yang tumbuh di jangkauan pasang-surut maupun untuk individu-individu spesies tumbuhan yang menyusun komunitas tersebut. Sedangkan dalam bahasa portugis kata mangrove digunakaan untuk menyatakan individu spesies tumbuhan, sedangkan kata mangal untuk menyatakan komunitas tumbuhan tersebut. Nybakken mengtakan bahwa hutan mangrove adalah sebutan umum yang digunakan untuk menggambarkan suatu komunitas pantai tropis yang didominasi oleh beberapa spesies pohon yang khas atau semak-semak yang mempunyai kemampuan untuk tumbuh dalam perairan asin. Mangrove tumbuh di sepanjang garis pantai tropis sampai sub tropis.

Hutan mangrove mempunyai tajuk yang rata dan rapat serta memiliki jenis pohon yang selalu berdaun. Keadaan lingkungan dimana hutan mangrove tumbuh, mempunyai faktor-faktor yang ekstrim seperti salinitas air tanah dan tanahnya tergenang air terus menerus. Meskipun mangrove teleran terhadap tanah bergaram (halophytes), namun mangrove lebih bersifat facultative dari pada bersifat obligatife karna dapat tumbuh dengan baik di air tawar. Flora mangrove terdiri atas pohon, epipit, liana, alga, bakteri dan fungi. Jenis-jenis tumbuhan yang ditemukan

http//Hutan bakau - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.html/ diakses pada 4 januari 20016 pkl 15.20 wib



di hutan mangrove Indonesia adalah sekitar 89 jenis, yang terdiri atas 35 jenis pohon, 5 jenis terna, 9 jenis perdu, 9 jenis liana, 29 jenis epifit dan 2 jenis parasit.

Dari sekian banyak mangrove di Indonesia, jenis mangrove yang sering ditemukan antara lain adalah jenis api-api (Avicennia sp), bakau (Rhizophora sp), tancang (Bruguera sp), dan bogem atau pedada (Sonneratia Sp), merupakan tumbuhan mangrove utama yang banyak dijumpai. Jenis-jenis mangrove tersebut adalah kelompok mangrove menagkap, menahan endapan dan menstabilkan tanah habitatnya.

Hutan mangrove memiliki berbagai macam fungsi. Menurut rahmawaty (2006), beberapa fungsi yang dimiliki hutan mangrove adalah sebagai berikut:

a. Fungsi Fisik

Menjaga garis pantai agar tetap stabil, melindungi pantai dari erosi (abrasi) dan intruisi air laut, peredam gelombang dan badai, penahan lumpur, penagkap sedimen, pengendali banjir, mengolah bahan limbah, penghasil detritus, memelihara kualitas air, penyerap CO₂ dan penghasil O₂ serta mengurangi resiko terhadap bahaya tsunami.

Irwan (2005) melaporkan bahwa keberadaan hutan mangrove dapat memperkecil resiko akibat dampak tsunami di Provinsi Nangroe Aceh Darusalam. Daerah-daerah yang memiliki front zonasi mangrove kerusakaannya tidak terlalu parah jika dibandingkan dengan daerah yang tidak memiliki front hutan mangrove. Adanya perubahan lingkungan ekosistem wilayah pesisir laut secara tidak langsung akan mempengaruhi system komunitas yang berada di dalamnya, termasuk terhadap keanekaragaman jenis dan struktur komunitas yang berada dalam ekosistem tersebut.

b. Fungsi Biologis

Merupakan daerah asuhan (nursery ground), daerah untuk mencari makan (feeding dround) dan daerah pemijahan (spawning ground) dari berbagai biota laut, tempat bersarangnya burung, habitat alami bagi berbagai jenis biota, sumber plasma nutfah (hewan, tumbuhan dan mikroorganisme) dan pengontrol penyakit malaria.

c. Fungsi Sosial Ekonomi



Pada dasarnya hutan mangrove merupakan ekosistem yang kaya dan menjadi salah satu sumber daya yang produktif.Namun sering pula dianggap sebagai lahan yang terlantar dan tidak memiliki nilai sehingga pemanfaatan yang mengatas namakan pembangunan menyebabkan terjadinya kerusakan.Pengelolaan tambak memang menjadi hasil yang mengiurkan tetapi sangat perlu dilihat keseimbangan dan kelestarian lingkungan sudah yang terbentuk sebelumnya.Kondisi ini memerlukan suatu strategi yang jelas dan nyata untuk mempertahankan dan mengelola secara baik dan utuh hutan mangrove. Untuk itu perlu dikaji pendayagunaan potensi hutan mangrove, sebagai salah satu bagian dari ekosistem pesisir, secara berkelanjutan berbasis masyarakat.

Upaya menjaga kelestarian hutan mangrove dapat dilakukan dengan teknik silvofishery dan pendekatan bottom up dalam upaya rehabilitasi. Silvofishery merupakan teknik pertambakan ikan dengan udang yang di kombinasikan dengan tanaman kehutanan dalam hal ini adalah vegetasi hutan mangrove.Usaha ini dilakukan guna meningkatkan kesejahtraan masyarakat sekitar hutan dan memelihara ekosistem hutan mangrove sehingga terjaga kelangsungan kehidupannya.Pengelolaan hutan mangrove sebenarnya sudah diatur dalam peraturan pemerintah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan, disebutkan dalam kaitan kondisi mangrove yang rusak, kepada setiap orang yang memiliki, pengelola dan atau memanfaatkan hutan kritis atau produksi, wajub melaksanakan rehabilitas hutan untuk tujuan perlindungan konservasi. Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, Pemerintah Pusat terbatas pada pola umum dan penyusunan rencana makro rehabilitas hutan dan lahan. Sedangkan penyelangaraan rehabilitas hutann pemerintah daerah, terutama pemerintah dan lahan dilakukan oleh kabupaten/kota, kecuali dikawasan hutan konservasi masih menjadi kewenagan Pemerintah Pusat. Selain itu, pemerintah harus mempertahankan kondisi mangrove yang masih ada dengan menghentikan perizinan yang bertujuan mengkonservasikan hutan mangrove menjadi bentuk lain seperti tambak, pertanian, HPH, industri, pemukiman dan sebagainya.



Salah satu fungsi utama hutan bakau adalah untuk melindungi garis pantai dari abrasi atau pengikisan, serta meredam gelombang besar termasuk tsunami. Di Jepang, salah satu upaya mengurangi dampak ancaman tsunami adalah dengan membangun *green belt* atau sabuk hijau berupa hutan mangrove. Sedangkan di Indonesia, sekitar 28 wilayah dikategorikan rawan terkena tsunami karena hutan bakaunya sudah banyak beralih fungsi menjadi tambak, kebun kelapa sawit dan alih fungsi lain.²⁴

B. Kajian Terdahulu

Sebagai pedoman maupun petunjuk dalam melakukan penelitian ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang jika dilihat dari segi isi maupun judul memang tidak begitu ada persamaan tetapi penulis melihat ada suatu keterkaitan antara permasalahan terdahulu seperti:

- Penelitianyang dilakukan oleh Siswanto mahasiswa jurusan komunikasi pada tahun 2009 dengan judul "Kontribusi Publik Relations PT. Sari Lembah Subur dalam pelaksanaan Community Development bidang pendidikan di Kec. Kerumutan Kabupaten Pelalawan", metodologi yang digunakannya ialah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data penulis menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan obserfasi. Hasil penelitian oleh penulis berdasarkan sumber wawancara dan dokumentasi yang ia lakukan di bagian humas PT. Sari Lembah Subur bahwa perusahaan masih sedikit sekali memberikan bantuan di bidang pendidikan yang dilakukan terutama dibidang sarana dan prasarana pendidikan dankesejahtraan guru honorer di Kecamatan Krumutan, hal ini dikarenakan program lebih diproritaskan pada daerah yang berada di kecamatan Pangkalan, mengingat daerah ini wilayah kerja perkebunan sangat luas dan berada di daerah administratif perusahaan.
- Penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Hanafi mahasiswa komunikasi pada tahun 2014 dengan judul "Kontribusi Public Relations PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi" dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif

http//Hutan bakau - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.html/ diakses pada 4 januari 2016 pkl 15.20 wib

Hak cipta milik UIN Susk

kualitatif dengan teknik pengumpulan data mengunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Adapun berdasarkan hasil penelitian penulis lakukan, maka penulis menemukan bahwa dalam meningkatkat jumlah penjualan hasil produksi, praktisi public relations mengadakan berbagai penyampaian pesan-pesan kepada komunikan untuk meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat, dan disisi lain public relations juga mengadakan berbagai aktifitas sosial untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

- Penelitian yang dilakukan oleh Heri Setyo Budi mahasiswa manajemen pada tahun 2013 dengan judul "Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Hutan (Studi Kasus Tentang Hutan Mangrove di Kecamatan Rupat Kabupaten Bengkalis)" dalam penelitian ini peneulis menggunakan metode deskriptif kualitatif artinya dengan mangadakan analisis terhadap implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Hutan yang kemudian diuraikan berdasarkan informasi yang di peroleh melalui kusioner yang di sebarkan kepada responden dan hasil wawancara yang mendalam serta data-data yang suadah dalam bentuk dokumen. Adapun dari hasil penelitian yang disimpulkan bahwa implementasi Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 60 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Hutan Khususnya Hutan Mangrove di Kecamatan Rupat kurang terimplementasi dengan baik.
 - Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Agus Triyono pada tahun 2014 dengan judul Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) Pt. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap, penelitian dilakukan dengan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa PT Holcim berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis 4 pilar, yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan. Untuk tahapan dalam pelaksanaan Posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana Posdaya. Dalam melaksanakan kegiatan Posdaya tersebut dijalankan dengan kegiatan CSR,



serta menjalin hubungan dengan komunitas, pemerintah dan LSM, berpusat pada community relation department. PT Holcim.

C. Kerangka Pikir

Dalam mewujudkan penelitian yang akan diterapkan maka perlu dikemukakannya sebuah kerangka pikir mengenai bagaimana kontribusi public relations (PR) perusahaan EMP Malacca strait.SA terhadap pelaksanaan program community development dalam pelestarian ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan. Maka dapat dibuat susunan kerangka pikir yang akan dijadikan tolak ukur penulis dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

Praktik public relations adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecendrungan, memprediksi konsekuensikonsekuensinya, menesehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.²⁵

Dalam melakukan kontribusinya terhadap program community development dalam pelstarian ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan Kabupaten siak, public relations EMP Malacca Strait S.A dalam menjalankan tugasnya yaitu public relations menjadi peran penting demi tercapainya program community development dalam pelestarian ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan ini.

Penulis mendekatkan peran public relations menurut Dozer & Broom dengan kontribusi yang dilakukan public relations EMP Malacca Strait S.A terhadap program community development dalam pelestarian ekosistem hutan mangrove yaitu:

1) Penasehat Ahli

Yaitu public relations EMP Malacca Strait S.A sebagai pencari solusi antara perusahaan dengan masyarakat terhadap program community

²⁵ Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hlm 17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Unda1. Dilarang mengutip sebagian att

development dalam melestarikan ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan sekaligus menciptakan hubungan yang baik dengan publiknya.

2) Fasilitator Komunikasi

Yaitu public relations EMP Malacca Strait S.A sebagai penyambung lidah atau mediator antara perusahaan dengan masyarakat, yang mana public relations menerapkan program yang sudah ada di perusahaan untuk di laksanakan ke masyarakat, selain itu public relations menampung aspirasi masyarakat untuk di sampaikan ke pihak perusahaan.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Yaitu public relations EMP Malacca Strait S.A sebagai tim pengambil keputusan atau tindakan eksekusi perusahaan. Dalam hal ini public relations EMP Malacca Strait S.A memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan terhadap program community development dalam melestarikan ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan, yaitu itu public relations membuat program, mengambil keputusan dalam memberikan bantuan atau melaksanakan kegiatan untuk melestarikan ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan.

4) Teknis Komunikasi

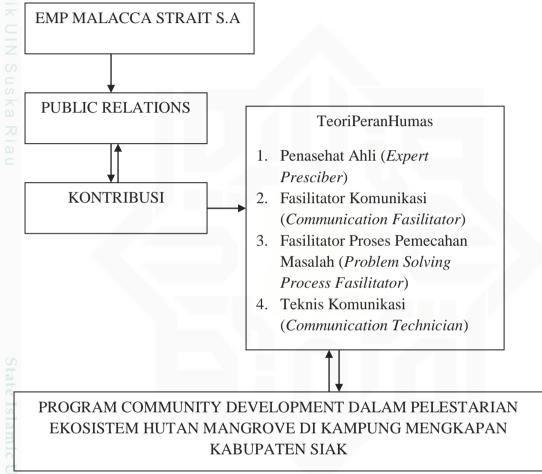
Yaitu public relations EMP Malacca Strait S.A mementukan cara komunikasi atau media komunikasi yang dilakukan sehingga terjalinnya komunikasi yang baik dalam pelaksanaan program community development dalam pelestarian ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan.

Setelah Public relations EMP Malacca Strait S.A melakukan kontribusi dengan melakukan berbagai peran, baik berkontribusi sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, teknis komunikasi diharapakan program community development dalam pelestarian ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan pihak perusahaan maupun masyarakat.

Adapun kerangka pikir ini dapat dilihat pada gambar bagan 2.1 berikut:



BAGAN 2.1 KERANGKA PIKIR PENELITIAN



Berdasarkan bagan 2.1 bisa dijelasakan dalam melakukan kontribusinya public relations EMP Malacca Strait S.A terhadap program community development dalam pelestarian ekosistem hutan mangrove di Kampung Mengkapan, public relations berperan sebagai penghubung dalam proses timbale balik antara perusahaan dengan masyrakat. Adapun peran yang dilakukan public relations EMP adalah sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, teknis komunikasi.