

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Sampai saat ini setiap perusahaan memerlukan kepercayaan publik, dimana publik pada dasarnya berperan penting dalam kemajuan dari perusahaan itu sendiri. Salah satu yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan publik dengan menggunakan *Public Relations* atau disingkat dengan PR. PR adalah penghubung antara publik dengan perusahaannya, dan seorang PR sangat berperan penting dalam menyatukan pemahaman yang sama antara publik dengan organisasinya.

Apabila terjadi kesenjangan antara publik dengan perusahaan, maka seorang PR sangat berperan penting dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi, dan PR tidak hanya menyelesaikan masalah antara publik dengan perusahaan, namun PR juga berperan penting dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi di dalam lingkungan internal perusahaan. Jadi PR berperan penting dalam menyelesaikan masalah eksternal dan internal di dalam suatu perusahaan.

PR menurut Rex Harlow, akedemisi Amerika Serikat PR adalah fungsi management yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman kerjasama antara organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu, membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif, dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Keith Butterick, *Pengantar Publik Relations Teori dan Praktik* (Jakarta: PT. RajaGrafindo,2012) , h.7.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Edward L. Berday menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan sebuah profesi yang berkenaan dengan relasi-relasi sebuah unit dengan publik-publiknya yang merupakan relasi yang merupakan relasi yang menjadi dasar langsungnya kehidupan.<sup>2</sup>

Menurut Kesali di ambil dari *Public Relations News* yang menyatakan” *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi dan prosedur seseorang/ sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.<sup>3</sup>

Menurut *The British Institute of Public Relations* aktivitas *Public Relations* mengelola antara organisasi dengan publiknya. *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun, dan menjaga saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.<sup>4</sup>

Menurut *the international Public Relations Associations* bersepakat merumuskan sebuah definisi PR. Definisinya adalah humas atau *Public Relations* adalah fungsi manajemen dari budi yang di jalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya atau yang mungkin ada sangkut pautnya dengan menilai pendapat umum di antara mereka dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerjasama yang lebih produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi yang berencana dan tersebar luas.

Banyak sekali definisi dari *Public Relations*, dan semua itu tidak terlepas dari bagaimana PR dapat menciptakan pemahaman yang sama antara

<sup>2</sup> Yosol Iriantara, *Manajemen Startegis Publik Relations* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 43.

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 44.

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2008), h. 16.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan dengan publiknya sehingga terciptanya suatu kepercayaan dari publik terhadap perusahaan, dan untuk menciptakan pemahaman yang sama itu, perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan atau kebutuhan dari publiknya. dan PR juga berperan penting dalam menyelesaikan masalah dari suatu perusahaan.

PR itu mempunyai peranan sangat penting dalam suatu perusahaan ataupun suatu organisasi. Seorang PR harus mampu mengatasi setiap masalah yang akan terjadi maupun sudah terjadi di perusahaan tersebut baik itu dari lingkungan internal perusahaan, maupun dari lingkungan eksternal perusahaan.

Apabila perusahaan tidak mampu memenuhi tuntutan atau kebutuhan dari publiknya dan tidak mengetahui apa yang di inginkan oleh publiknya, maka dapat menimbulkan masalah dan bisa berdampak buruk bagi suatu perusahaan tersebut, jika perusahaan tidak mampu mengatasi masalah dengan publiknya maka dapat menyebabkan krisis.

Biasanya krisis timbul apabila kesejahteraan terganggu, telah terjadi pergeseran kecenderungan perhatian masyarakat dari masalah politik ke arah ekonomi (kesejahteraan) dan perbaikan kualitas hidup. Masalah-masalah yang mengganggu kesejahteraan akan menjadi masalah yang sangat sensitif yang akhirnya timbul ke permukaan menjadi krisis.

Krisis adalah masa gawat atau saat genting, dimana situasi tersebut dapat merupakan titik baik atau sebaliknya. Oleh karena itu masa krisis adalah momen-momen tertentu .apabila krisi ditangani dengan baik dan tepat waktu, momen mengarah pada situasi membaik, dan sebaliknya apabila tidak segera ditangani, kris mengarah kepada situasi memburuk, bahkan dapat berakibat fatal.<sup>5</sup>

Krisis adalah sesuatu yang paling ditakuti oleh perusahaan, karena bisa menghancurkan reputasi perusahaan. krisis ini datangnya tidak dapat diketahui, melainkan secara tiba-tiba. Tetapi krisis tidak semuanya

<sup>5</sup> Soleh Soemirat Ardianto & Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 181-182.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendatangkan bahaya, sebaliknya mendatangkan peluang untuk memajukan perusahaan. Ini semua tergantung dengan bagaimana cara menanganainya

Krisis dapat melanda berbagai organisasi atau perusahaan, baik itu besar maupun kecil, dan tanpa memperhatikan situasi geografi atau reputasi.<sup>6</sup> Mengingat masa krisis, secara tidak langsung dapat mempengaruhi turunnya, bahkan hilangnya citra. Oleh karena itu *public relations* adalah pihak yang terkait dengan masa krisis.<sup>7</sup>

Jadi dengan adanya krisis dalam suatu perusahaan maka dibutuhkan peran PR agar masalah tersebut tidak semakin besar atau untuk mengatasi masalah krisis tersebut agar krisis itu tidak terjadi secara berkelanjutan dan tidak menimbulkan dampak yang besar bagi perusahaan.

PT. Ansar Terang Crushindo berdiri pada tahun 2010, tapi kegiatan peledakan di lakukan pada tahun 2011. Pada awalnya PT. ATC telah melakukan sosialisasi kepada masyarakat Pauh Anok, bahwa mereka akan melakukan kegiatan peledakan yang mempunyai titik aman pada radius 500 meter. Kegiatan peledakan dilakukan oleh PT. ATC tiga kali dalam satu minggu. kegiatan peledakan yang dilakukan PT. ATC yang menggunakan bahan peledak membuat masyarakat tidak nyaman, adanya keluhan masyarakat Pauh Anok terhadap PT. ATC, ini disebabkan oleh getaran dari kegiatan peledakan di lokasi pertambangan yang membuat adanya kebisingan, dan rumah masyarakat Pauh Anok retak oleh kegiatan peledakan batu di PT. ATC menyebabkan terjadinya krisis kepercayaan. Rumah masyarakat yang retak oleh PT. ATC pada tahun 2011 berjumlah 22 rumah pada tahun 2013 berjumlah 20 rumah, dan pada tahun 2015 berjumlah 25 rumah, dan pada tahun 2016 ada warga yang melapor rumahnya retak sebanyak 31 orang. Oleh karena itu Di sini peneliti ingin meneliti perusahaan ATC, dimana peneliti ingin fokus pada Peran PR PT. ATC (Ansar Terang Crushindo) dalam menangani krisis kepercayaan Masyarakat ( Studi Kasus

<sup>6</sup> Keith Butterick, *Pengantar Publik Relations teori dan praktik* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2011), h. 72.

<sup>7</sup> Soleh Soemirat Ardianto & Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 182.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rumah “retak” warga Pauh Anak, Kecamatan Pangkalan, Kabupaten. 50 Kota, Sumatera Barat) yang di akibatkan oleh getaran dari kegiatan peledakan batu yang mengakibatkan retaknya rumah warga di daerah Pauh Anak kecamatan Pangkalan Koto Baru. Melihat fenomena di atas maka peneliti tertarik menulis dengan judul: **Peran PR PT. Ansar Terang Crushindo dalam Menangani Krisis kepercayaan Masyarakat (Studi Kasus “rumah retak” warga Pauh Anak, Kecamatan Pangkalan, Kab. 50 Kota, Sumatra Barat.)**

## B. Alasan Pemilihan Judul

1. Judul ini sangat menarik dikaji Sepengetahuan peneliti belum ada diteliti oleh orang lain dan ini adalah perusahaan di bidang pertambangan batu.
2. Untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations* PT. ATC untuk menangani krisis kepercayaan Masyarakat (studi kasus “rumah retak” warga Pauh Anak, Kecamatan Pangkalan, Kabupaten 50 kota, Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan warga yang rumahnya retak akibat getaran peledakan tersebut.
4. Dalam permasalahan ini peneliti mampu untuk melakukan penelitian.

## C. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadinya kesalahan pemahaman dalam skripsi ini, maka peneliti sampaikan penegasan istilah sebagai berikut ini:

### 1. *Public Relations*

Menurut Harlow *Public relations* adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerja sama antara organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu; membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk tetap

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif; dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.<sup>8</sup>

## 2. Krisis kepercayaan

Krisis adalah masa gawat atau saat genting, dimana situasi tersebut dapat merupakan titik baik atau sebaliknya.<sup>9</sup> Krisis kepercayaan adalah hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap hal tertentu.

## 3. “Rumah Retak”

Adalah adanya kerusakan pada rumah yang ditandai dengan adanya garis-garis pada rumah, yang apabila tidak diperbaiki bisa membuat rumah menjadi rusak.

## 4. PT ATC

PT. Ansar Terang Crushindo perusahaan ATC berkantor pusat di daerah Padang provinsi Sumatra Barat dan memiliki cabang perusahaan Di daerah manggilang dan pauh anak kecamatan Pangkalan Koto Baru.

## 5. Masyarakat Pauh anak.

Adalah masyarakat yang rumahnya retak akibat peledakan batu yang di lakukan oleh PT.ATC.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka, peneliti menyimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah: Bagaimana Peran PR PT Ansar Terang Crushindo dalam menangani Krisis Kepercayaan masyarakat (Studi Kasus rumah “retak” warga Pauh Anak, Kecamatan Pangkalan, Kab. 50 Kota, Sumatra Barat.) ?

<sup>8</sup> *Ibid.* h. 7.

<sup>9</sup> Soleh soemirat & elvinaro ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung.PT Remaja Rosdakarya,2005), h .181.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana Peran PR PT. Ansar Terang Crushindo dalam menangani Krisis Kepercayaan dengan masyarakat Pauh Anok, Kecamatan Pangkalan.

### 2. Kegunaan penelitian

#### a. Kegunaan secara teoritis

- 1) Sebagai bahan masukan atau referensi oleh para pengkaji berikutnya khususnya di bidang *public relations* untuk meneliti masalah yang sama.
- 2) Sebagai salah satu bahan dalam memperkaya kajian studi ilmu komunikasi khususnya di bidang *public relations*.
- 3) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Srata Satu (SI) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### b. Kegunaan secara praktis

- 1) Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan ilmu kepada para Praktisi *Public Relations* dalam menangani masalah yang sama.
- 2) Sebagai bahan masukan oleh PR PT ATC (Ansar Terang Crushindo) dalam Menangani Krisis dengan Masyarakat Pauh Anok Kecamatan Pangkalan.
- 3) Untuk menambah wawasan pembaca di bidang *Public Relations*, khususnya mengenai permasalahan yang ada pada penelitian ini.

## F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar masalah yang di bahas dalam skripsi ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan yang terdiri dari beberapa bab yaitu :

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- BAB I : PENDAHULUAN**  
Yang terdiri dari latar belakang masalah; alasan pemilihan judul; penegasan istilah; permasalahan; tujuan dan kegunaan penelitian; sistematika penulisan.
- BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**  
Yang terdiri dari kerangka teori, kajian terdahulu, kerangka pikir.
- BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**  
Yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian; lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data; validitas data; serta teknik analisis data.
- BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI**  
Yang terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan visi dan misi perusahaan
- BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
Berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- BAB VI : PENUTUP**  
Terdiri dari kesimpulan dan saran