

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. ARARA ABADI-SINAR
MAS FORESTY DALAM MENSOSIALISASIKAN
COMMUNITY DEVELOPMENT (PROGRAM
DESA MAKMUR PEDULI API)**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

YHUDI JULIANDRA DINATA
NIM. 11543100688

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2019**

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.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. ARARA ABADI-SINAR MAS
FORESTY DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM *COMMUNITY
DEVELOPMENT* MELALUI PROGRAM DESA MAKMUR PEDULI API**

Disusun Oleh:

YHUDI JULIANDRA DINATA
NIM. 11543100688

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal : 10 Oktober 2019

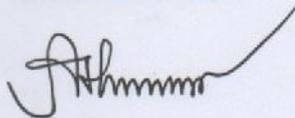
Pembimbing



Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIK. 130 417 119

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001

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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "*Strategi Public Relations PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan Community Development (Program Desa Makmur Peduli Api)*" yang ditulis oleh :

Nama : Yhudi Juliandra Dinata
Nim : 11543100688
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Ujian Sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 20 November 2019

Sehingga skripsi ini dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Desember 2019

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau



Dr. Nurjlin, MA.
NIP.19640620 200604 1 015

Panitia Sidang Munaqasah

Ketua/Penguji I

Dr. Azni, M.Ag
NIP.19701010 200701 1 051

Penguji III

Drs. Ginda Harahap, M.Ag
NIP.19630326 199102 1 001

Sekretaris/Penguji II

Listiawati Susanti, S.Ag, MA
NIP. 19720712 200003 2 003

Penguji IV

Yantos, S.IP, M.Si
NIP.19710122 200701 1 016

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.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "Strategi *Public Relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan Program *Community Development* melalui program Desa Makmur Peduli Api" yang diajukan oleh saudara :

Nama : Yhudi Juliandra Dinata

NIM : 11543100688

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 08 Mei 2019

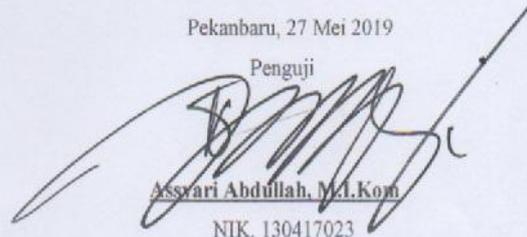
Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Munaqasah II

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Mei 2019

Penguji



Assyari Abdullah, M.I.Kom

NIK. 130417023



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.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yhudi Juliandra Dinata

Nim : 11543100688

Tempat /tanggal lahir : Batu Rijal, 04 Juli 1997

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul skripsi : **"Strategi Public Relations Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan Community Development (Program Desa Makmur Peduli Api)"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 10 Oktober 2019

Yang membuat pernyataan,



YHUDI JULIANDRA DINATA

NIM. 11543100688

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.

Usman S.Sos, M.I.Kom

Pekanbaru, 10 Oktober 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 1 (Eksempler) Skripsi

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Yhudi Juliandra Dinata

Nim : 11543100688

Judul : **Strategi *Public Relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan Program *Community Development* melalui program Desa Makmur Peduli Api**

Telah dapat di ajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat di panggil untuk di uji dalam sidang Ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing

Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIK. 130 417 119



ABSTRAK

Nama : Yhudi Juliandra Dinata
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi *Public Relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan *Community Development* (Program Desa Makmur Peduli Api)

Kebiasaan masyarakat membuka lahan dengan cara membakar bisa berpotensi menyebabkan kebakaran hutan dan bisa menyebabkan terjadinya kabut asap. Untuk itu perusahaan PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry berkomitmen untuk mencegah adanya potensi kebakaran hutan dengan menyusun *community development* program desa makmur peduli api (DMPA). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *public relations* yang efektif dalam mensosialisasikan program desa makmur peduli api. Penelitian ini menggunakan teori strategi *public relations*, Thomas L. Harris. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara dan informan sebanyak tiga orang. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan *community development* program Desa Makmur Peduli Api sebagai berikut : (1) *publication* melakukan publikasi dan keterbukaan informasi kegiatan sosialisasi dan *training*; (2) *event* membuat kegiatan sosialisasi dan *training*; (3) *news* menciptakan berita untuk dimuat di media; (4) *Community involvement* menjalin hubungan yang baik dengan komunitas-komunitas dan *stakeholders*; (5) *Inform or image* mempertahankan citra positif dengan selalu melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat; (6) *Lobbying and negotiation* kepada kepala desa dan perangkatnya untuk mendukung program desa makmur peduli api; (7) *Social Responsibility* sebagai tanggung jawab sosial, perusahaan membuat program *community development* yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu program desa makmur peduli api.

Kata kunci : Strategi *public relations*, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, program desa makmur peduli api.

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.

ABSTRACT

Name : Yhudi Juliandra Dinata
Department : Communication
Title : *The Strategy of Public Relations in PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry in Socializing Community Development (Desa Makmur Peduli Api Program)*

The community's habit of opening land by burning can potentially cause forest fires and can cause haze. For this reason, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry is committed to preventing the potential for forest fires by developing a community development program for a prosperous village concerned about fire (DMPA). The purpose of this research is to know the public relations strategies in socializing fire affluent village programs. This research uses the theory of public relations strategy proposed by Thomas L. Harris. The method used in this research is descriptive qualitative using interview techniques with three informants. This thesis finds that the public relations strategy of PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry in socializing the community development program of the Desa Makmur Peduli Api is as follows: (1) publication, conducting publication and disseminating information about socialization and training activities; (2) event, conducting socialization and training activities; (3) news, writing news to be published in the media; (4) Community involvement, establishing good relationships with communities and stakeholders; (5) Inform or image, maintaining a positive image by always empowering the economic community; (6) Lobbying and negotiation to village heads and their instruments to support the Desa makmur Peduli Api program; (7) Social Responsibility, the company makes a community development program that suits the needs of the community, namely the prosperous village program concerned with fire (Desa Makmur Peduli Api).

Keywords: Public relations strategy, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, prosperous village program concerned with fire.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang banyak sekali kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat beserta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW dengan ucapan **Allahumma Sholli ‘Ala Muhammad Wa ‘ala Ali Syaiddinaa Muhammad** mudah-mudahan dengan senantiasanya kita bershalawat kepada beliau kelak di Yaumul Akhir nanti kita mendapatkan syafaat. *Amiin ya Rabbal ‘Alamiin.*

Skripsi ini berjudul “Strategi *Public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan *community development* (Program Desa Makmur Peduli Api)” merupakan suatu karya ilmiah yang ditulis sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKOM) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan Skripsi ini tentunya terdapat kesalahan-kesalahan dalam hal penulisan dan sebagainya, oleh karena itu kritik dan saran dari saudara/i pembaca sangat penulis perlukan dalam rangka mewujudkan suatu pembelajaran yang lebih baik lagi.

Selanjutnya, tidak dapat penulis lupakan orang-orang yang telah banyak berjasa didalam hidup sehingga apapun pekerjaan selalu diawali dengan do’a dan restunya yaitu teristimewa kepada kedua orang tua Ibunda Atina dan Ayahanda Maslar yang selalu mendorong agar penulisan skripsi ini terealisasi dengan baik. Untuk adik-adik penulis yang semoga menjadi anak yang berprestasi dalam dunia pendidikan yaitu Yola Destia Pitri dan Yeri Septian Reski. Dan untuk seluruh keluarga besar penulis ucapkan *Jazakumullah Khairan* atas cinta dan kasih sayangnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini *Inshallah* dengan baik.



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.

Dan sebagai penutup, penulis juga menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak yang memberikan bantuan moril maupun materiil dalam penulisan kripsi ini yaitu:

1. Bapak Prof. DR.KH. Ahmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag selaku Rektor Univeritas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak DR. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak Dr. Masduki, Bapak Dr. Toni Hartono dan Bapak Dr. Azni, S.Ag. M.Ag selaku wakil dekan 1, 2 dan 3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Ibu Dra.Atjih Sukaesih M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
5. Bapak Musfialdy, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing Akademik (PA)
6. Bapak Usman, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing yang telah membantu penulis dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen serta pegawai selingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Pimpinan dan Staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas kepada penulis dalam mencari dan mengumpulkan literatur yang diperlukan terkait dengan skripsi yang di kaji.
9. *Public Relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Foresty Kakanda Nurul Huda, Kasi Sosial *community development* Bapak Joss Rinaldy, dan Pembimbing Program Desa Makmur Peduli Api Bapak Darto yang telah membantu penulis dalam melakukan riset dalam hal pemberian data dan informasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Disainst sebagai wadah berproses mengaktualisasikan potensi diri.
11. Sahabat-sahabat DEWA SQUAD sekalian mahasiswa “Outlier” Afdal Zikri, Aryanda Sani S., Armadan Rahmadani S., Amri Rasyid, dan Muhammad Zulkaidi.

- 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.

12. Teman-Teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Koto Tuo Kabupaten Indragiri Hulu.

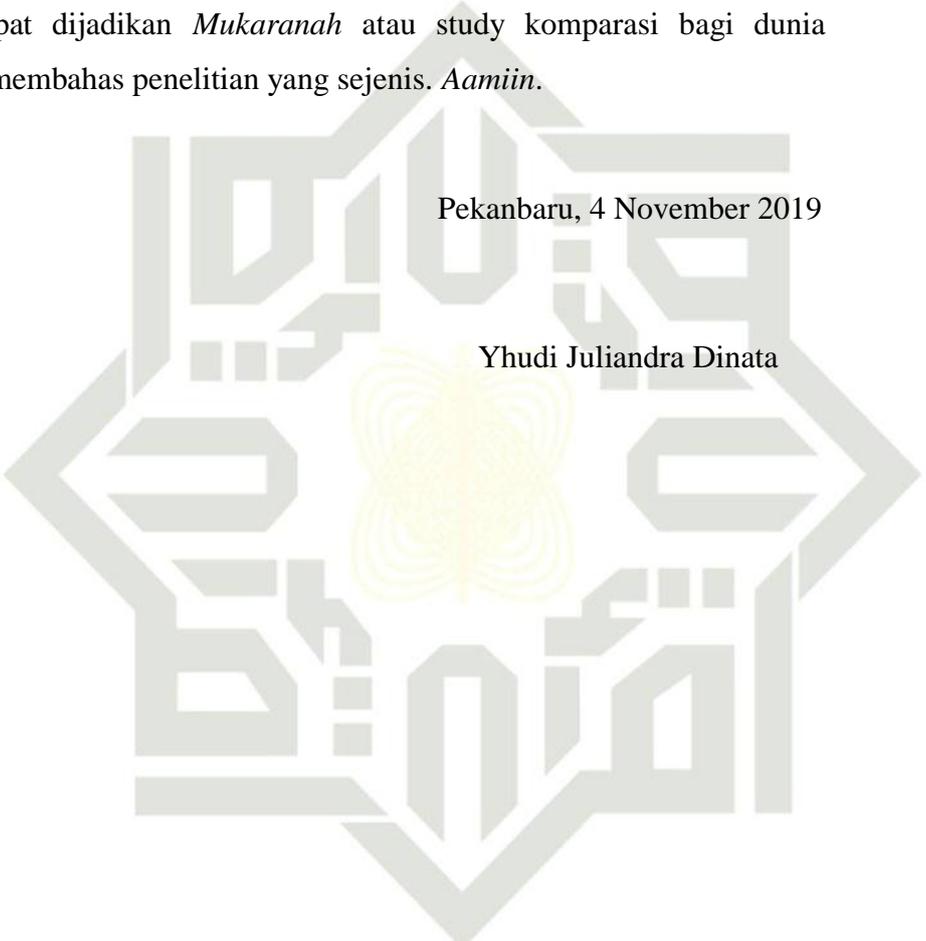
13. Seluruh kawan-kawan sekelas Public Relations C.

14. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terakhir, semoga penulisan skripsi ini membawa manfaat bagi saudara/I pembaca dan dapat dijadikan *Mukaranah* atau study komparasi bagi dunia akademisi dalam membahas penelitian yang sejenis. *Aamiin*.

Pekanbaru, 4 November 2019

Yhudi Juliandra Dinata



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Ruang Lingkup Kajian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	9
A. Kajian Teori	9
1. Strategi	9
2. Public Relations	13
3. Strategi Public Relations	19
4. Sosialisasi	24
5. Community Development	29
6. Program Desa Makmur Peduli Api	33
B. Kajian Terdahulu	38
C. Kerangka Pikir	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Jenis dan Data Penelitian	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Sumber Data	47

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.

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.

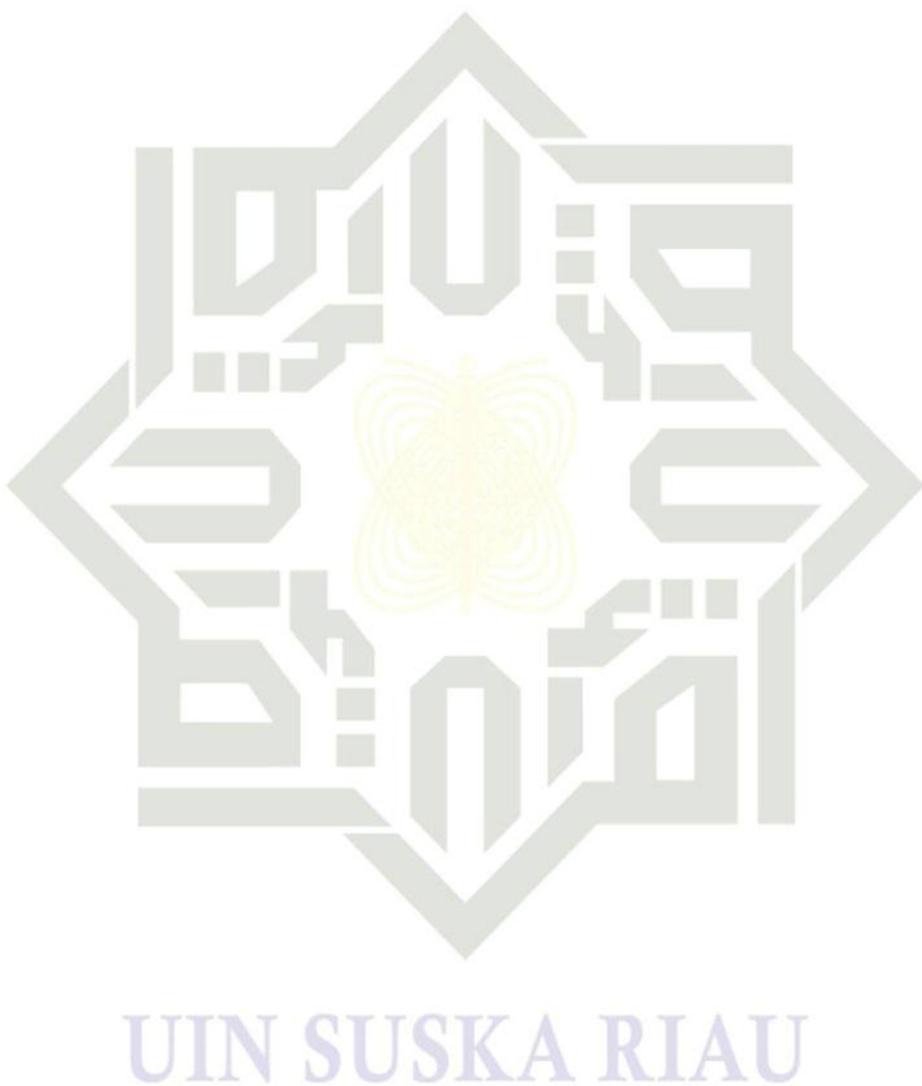
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

D. Informan Penelitian.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Validitas Data.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	54
A. Sejarah PT. Arara Abadi	54
B. Letak Geografis Perusahaan.....	56
C. Aktivitas Kegiatan Perusahaan	57
D. Visi dan Misi Perusahaan.....	58
E. Nilai-Nilai Budaya Organisasi PT. Arara Abadi.....	58
F. Uraian Tugas Bagian/Unit Kerja.....	59
G. Struktur Organisasi Unit Kerja PT. Arara Abadi	61
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian	62
B. Pembahasan.....	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

1 Nama Informan Penelitian	63
----------------------------------	----



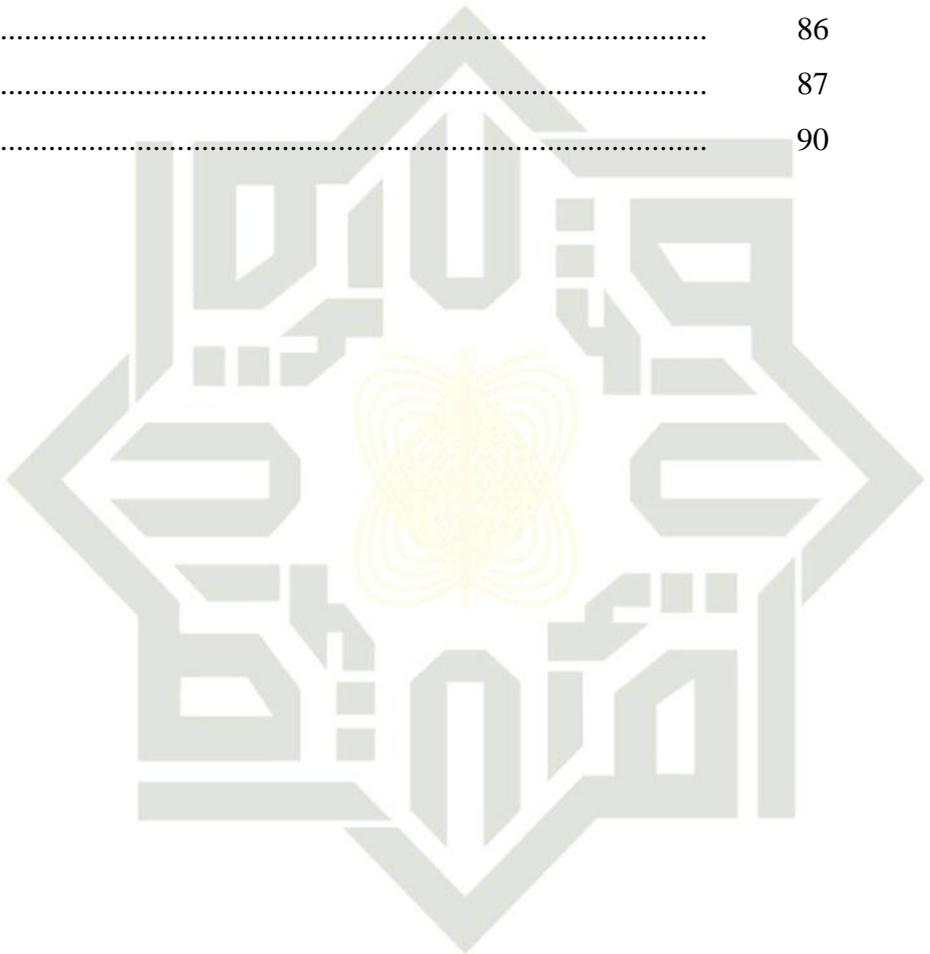
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	45
Gambar 4.1	61
Gambar 5.1	83
Gambar 5.2	84
Gambar 5.3	86
Gambar 5.4	87
Gambar 5.5	90

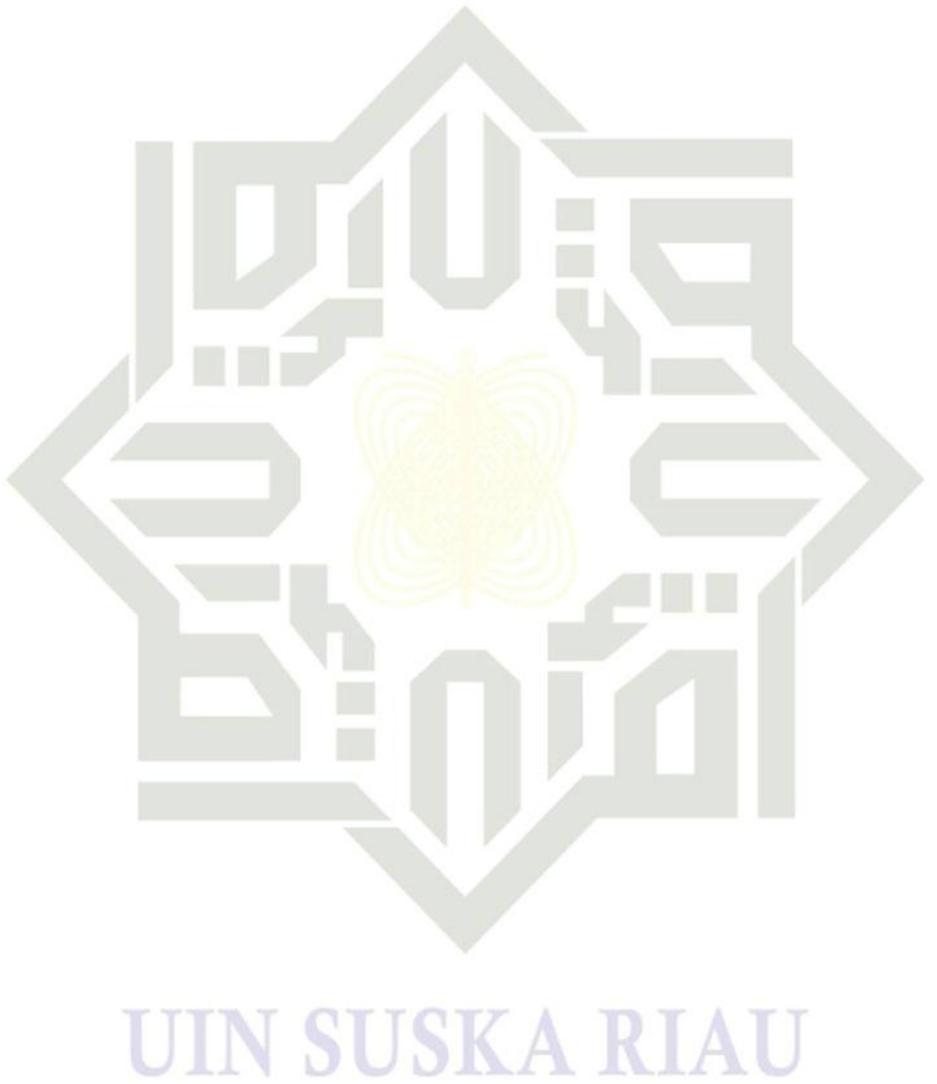
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 Surat Riset



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 Masalah

Peranan *public relations* memiliki andil yang penting bagi sebuah perusahaan, Rosady Ruslan dalam bukunya “*kampanye public relations*” mengatakan bahwa *public relations* merupakan seni (*art*) dan gabungan dari ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan *marketing*.¹ *Public relations* sangat dibutuhkan oleh hampir semua organisasi atau lembaga, baik profit maupun nonprofit, dari perusahaan/industri, institusi pendidikan, organisasi profesi, sampai pada bidang pemerintahan. Menurut Griswold *public relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan penilaian terhadap sikap publik, menyesuaikan kebijakan tata kerja dari suatu organisasi atau perorangan dengan kepentingan publik dan melakukan program aksi untuk memperoleh pengertian dan persetujuan publik.² *Public relations* juga sangat dibutuhkan oleh PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry yang bergerak dalam bidang industri kehutanan untuk membangun hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dan masyarakat demi terciptanya pengertian baik (*good will*) antara perusahaan dan masyarakat.

PT Arara Abadi-Sinar Mas Forestry sendiri merupakan perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang hutan tanaman industri (HTI) untuk mendukung penyediaan bahan baku kayu bagi industri *pulp* dan kertas PT Indah Kiat *Pulp and Paper*. PT Arara Abadi-Sinar Mas Forestry sendiri memiliki kawasan luas dan dekat dengan masyarakat. Demi menjaga hubungan baik dengan pemerintahan terutama dengan masyarakat, PT Arara Abadi-Sinar Mas Forestry menjalankan *corporate social responsibility* yang telah ditetapkan oleh undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yakni : Tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) adalah komitmen perseroan

¹ Fitriana utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2013), Hlm. 22.

² Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public relation*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), Hlm. 8.

untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseoran sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat.

Bagi perusahaan, *community development* merupakan hal yang dilakukan sebagai upaya yang memberdayakan masyarakat. Di lain pihak, *community development* juga berfungsi sebagai sarana bagi perusahaan untuk membangun citra positif. Giarci memandang *community development* sebagai suatu hal yang memiliki pusat perhatian dalam membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas serta kesejahteraan sosialnya.³ Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan itu dapat dilakukan melalui sejumlah kegiatan dan inisiatif sosial yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungannya. Artinya, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan perlu diupayakan di lingkungan internal maupun eksternal.

Menurut Wells sebagai fungsi manajemen, *public relations* memampukan organisasi untuk mencapai hubungan yang efektif dengan berbagai khalayaknya melalui pengertian sikap, nilai, dan opini khalayak.⁴ PT Arara Abadi-Sinar Mas Forestry selalu berupaya membina hubungan baik, baik itu hubungan di dalam intenal perusahaan maupun hubungan pada pihak eksternal perusahaan, dan untuk menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry terus menyusun program-program *community development*, salah satunya dengan program Desa Makmur Peduli Api (DMPA). yang dinilai efektif dan inovatif bagi publik dalam hal ini komunitas dan masyarakat. Program *community development* yang dijalankan PT Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dipusatkan untuk komunitas perusahaan yang ada di wilayah operasional perusahaan.

Dengan adanya program Desa Makmur Peduli Api (DMPA), diharapkan adanya pelibatan masyarakat adat dan lokal secara konstruktif dalam upaya

³ Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 75.

⁴ Yosai Iriantara, *Manajemen Strategis Public relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004) Hlm. 45.

menyelesaikan konflik sosial dan juga memberdayakan masyarakat secara bertanggung jawab.⁵ Selain itu melalui Program Desa makmur Peduli Api, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry berharap Desa dan masyarakat dapat berperan penting dalam pengelolaan Hutan lestari. PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry terus berkomitmen untuk mencegah adanya potensi kebakaran lahan dan hutan dengan menyusun *community development* program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) sebagai salah satu perwujudan dari kebijakan konservasi hutan (*forest conservation policy*) APP Sinar Mas dengan melibatkan masyarakat adat dan local secara konstruktif dalam upaya memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan secara sosial dan ekonomi.

Program Desa Makmur Peduli Api sendiri dimulai dari tahun 2015 dan selesai pada tahun 2020. Diharapkan dalam jangka waktu lima tahun tersebut *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry mampu meminimalisir terjadinya potensi pembakaran lahan dan hutan dengan terus mensosialisasikan kepada masyarakat untuk selalu menghindari pembukaan lahan dan hutan dengan cara membakar. Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) selalu mengedepankan kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan, antara lain masyarakat, perusahaan, pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat dan akademisi. Dalam hal ini *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry perlu menyusun konsep strategi agar apa yang menjadi tujuan dari program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) bisa tercapai. Strategi yang dilakukan haruslah efektif mengingat sangat sulitnya mengubah *mindset* dan kebiasaan masyarakat yang selama ini tidak memikirkan dampak negatif dari pembakaran lahan.

Adapun *goal point* yang ingin dicapai program Desa Makmur Peduli Api ini adalah terciptanya hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat untuk mengubah paradigma dan *mindset* masyarakat tentang pembakaran lahan, memberikan penyuluhan serta melakukan ekonomi *training* seperti usaha rumah tangga, berternak dan bercocok tanam sebagai peningkatan ekonomi dan ketahanan pangan rumah tangga Desa. Ini

⁵ Desa Makmur Peduli Api, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, 2019, Hlm. 1.

merupakan bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan PT. Arara Abadi Sinar Mas-Foresty. Maka untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan strategi *public relations* yang efektif dalam mensosialisasikan program Desa Makmur Peduli Api.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul :

“STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. ARARA ABADI-SINAR MAS FORESTY DALAM MENSOSIALISASIKAN *COMMUNITY DEVELOPMENT* (PROGRAM DESA MAKMUR PEDULI API)”.

B. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pemahaman dan untuk menjaga agar tidak terjadi kesalahan pemahaman tentang judul “Strategi *Public Relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Foresty Dalam Mensosialisasikan *Community Development* (Program Desa Makmur Peduli Api)” dalam hal ini, maka penulis perlu adanya penegasan istilah antra lain :

1. Strategi

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁶ Strategi menurut Onong Uchjana Efendi didalam bukunya Teori dan Filsafat Komunikasi, menyatakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.⁷ Dalam rangka menyelesaikan konflik sosial dan juga memberdayakan masyarakat secara bertanggung jawab maka PT. Arara Abadi-Sinar Mas Foresty memperkenalkan Program Desa Makmur Peduli Api, melalui Program Desa Makmur Peduli Api ini diharapkan masyarakat dapat berperan penting dalam pengelolaan hutan lestari. Untuk itu dibutuhkan strategi *public relations* yang

⁶ Rammad Dwi Jatmiko, *Manajemen Strategik*. (Malang, Universitas Muhammadiyah Malang Press: 2003), Hlm 4.

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung, Rosdakarya,2003), Hlm 300.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

efektif untuk mensosialisasikan Program Desa Makmur Peduli api tersebut kepada masyarakat yang berada disekitar wilayah konsesi perusahaan.

2. *Public Relations*

Public relations adalah menurut Edward L. Bernays adalah sebuah profesi yang berkenaan dengan relasi-relasi sebuah unit dengan publik-publiknya yang merupakan relasi yang menjadi dasar berlangsungnya kehidupan.⁸ Sedangkan menurut McNamara *public relations* sebagai aktivitas berkelanjutan untuk menjamin perusahaan untuk memiliki citra yang kuat dimata publik.⁹ Untuk dari itu keberadaan *public relations* disuatu perusahaan memiliki andil yang besar dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry juga membutuhkan *public relations* yang berkompeten untuk menyusun strategi sosialisasi *community development* (Program Desa Makmur Peduli Api) agar masyarakat sekitar wilayah konsesi perusahaan mau menerima program yang telah disusun oleh perusahaan.

3. Sosialisasi

Pengertian sosialisasi menurut Herber H. Hyman dalam Sutaryo bahwa sosialisasi merupakan proses dimana individu menjadi anggota masyarakat dan berfungsi dalam masyarakat.¹⁰ Sosialisasi juga dapat diartikan sebagai proses penyebarluasan informasi dari satu pihak kepada pihak- pihak lain. Hasan Shadily mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses dimana seseorang mulai menerima dan menyesuaikan diri kepada adat istiadat suatu golongan, dimana lambat laun ia akan merasa sebagian dari golongan itu.¹¹ Program Desa Makmur Peduli Api adalah program *community development*

⁸ Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), Hlm. 43.

⁹ Ibid, Hlm. 44.

¹⁰ Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005), hlm. 159.

¹¹ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika*, Teori dan Terapan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), Hlm. 58.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifur Rasyid Kasim Riau

PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, sosialisasi ditujukan kepada masyarakat sekitar wilayah konsesi perusahaan PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.

4. *Community Development*

Natufe menyebut tanggung jawab sosial korporat sebagai “komitmen berkelanjutan 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 keseluruhan.¹² Jadi secara umum *community development* dapat didefinisikan sebagai kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk mengejar akses masyarakat untuk mencapai kondisi social-ekonomi-budaya yang lebih baik untuk itu PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry menyusun *community development* yaitu Program Desa Makmur Peduli Api.

5. Program Desa Makmur Peduli Api

Salah satu perwujudan dari kebijakan konservasi hutan APP adalah pelibatan masyarakat adat dan lokal secara konstruktif dalam upaya menyelesaikan konflik sosial dan juga memberdayakan masyarakat secara bertanggung jawab.¹³ Bentuk inovasi yang dibuat oleh perusahaan dalam mengurangi kebakaran hutan di kawasan perusahaan adalah Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA), Desa Makmur Peduli Api ini merupakan program pemberdayaan masyarakat sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari upaya kegiatan pencegahan kebakaran hutan dan lahan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹⁴

¹² Yosai Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004). Hlm. 4

¹³ Desa Makmur Peduli Api, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, 2019, Hlm. 1.

¹⁴ <http://www.tribunnews.com/nasional/2017/10/18/kemendes-pdtt-dan-pt-sinar-mas-wujudkan-Desa-makmur-peduli-api> diakses tanggal 4 April 2019 pukul 02.27 wib.

Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian ini masih didalam konteks ilmu komunikasi. Pada penelitian ini mengkaji tentang sebuah strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan program Desa Makmur Peduli Api. Penelitian ini juga melihat bagaimana cara *public relations* dalam mencoba melakukan sebuah strategi sosialisasi yang nantinya akan berdampak positif kepada masyarakat sasaran dari *community development* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yaitu : Bagaimana Strategi *Public Relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan *Community Development* (Program Desa Makmur Peduli Api)?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan alasan pemilihan judul di atas, maka tujuan dan kegunaan penelitian antara lain :

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi *Public Relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan *Community Development* (Program Desa Makmur Peduli Api).

2. kegunaan penelitian

a. Secara akademis

1. Penelitian ini dapat memberikan masukan yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktek khususnya mengenai strategi *public relation* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam Mensosialisasikan Program Desa Makmur Peduli Api.

2. Sebagai syarat meraih gelar Strata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunukasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- b. Secara praktis

Melalui penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan informasi mengenai strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan *Community Development* (Program Desa Makmur Peduli Api).

Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang didalamnya berisikan : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan mengenai kajian teori, kajian terdahulu, konsep operasional dan kerangka berfikir.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menyajikan Jenis Dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Sumber Data, Informasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Berisikan tentang profil PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, Visi dan Misi serta Struktur bagian *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.

BAB V : LAPORAN PENELITIAN

Berisikan data mengenai Strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan program Desa Makmur Peduli Api. Selanjutnya data yang di analisis.

BAB VI : PENUTUP

Kesimpulan Dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

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 II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

A. Kajian teori

1. Strategi

Secara etimologis strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu 'stratos' yang artinya tentara dan kata "agein" yang berarti pemimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata "strategos" yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.¹⁵ Ahmad S. Adnanputra mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.¹⁶

Strategi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang atau damai. Atau bisa juga diartikan sebagai rencana yang cerdas mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu yang harus dipersiapkan dalam melaksanakan perang.¹⁷ Stephen Robbins mendefinisikan strategi sebagai *the determination of the basic long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of course of action and the allocation of resources necessary for carrying out this goals* yaitu penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.¹⁸ Strategi secara

¹⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.61

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), Hlm. 109.

¹⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 102.

¹⁸ Morissan, *Manajemen Public Relation, Strategi menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana, 2008. Hlm. 152.

perspektif terminologis pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan kata lain, dalam melakukan strategi terdapat perencanaan dan pengaturan agar tujuan yang diinginkan dapat diraih.¹⁹ Strategi juga sering diartikan sebagai langkah-langkah atau tindakan tertentu yang dilaksanakan demi tercapainya suatu tujuan atau penerima manfaat yang dikehendaki.²⁰

Tentang hal ini, secara konseptual, strategi sering diartikan dengan beragam pendekatan, seperti :

1. Strategi sebagai suatu rencana

Strategi sebagai suatu rencana, strategi merupakan pedoman atau acuan yang dijadikan landasan pelaksanaan kegiatan, demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditentukan.

2. Strategi sebagai kegiatan

Strategi sebagai kegiatan, strategi merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh setiap individu, organisasi, atau perusahaan untuk memenangkan persaingan, demi tercapainya tujuan yang diharapkan atau telah ditetapkan.

3. Strategi sebagai suatu instrumen

Sebagai suatu instrumen, strategi merupakan alat yang digunakan oleh semua unsur pimpinan organisasi/perusahaan, terutama manajer puncak, sebagai pedoman sekaligus alat pengendali pelaksanaan kegiatan.

4. Strategi sebagai suatu sistem

Sebagai suatu sistem, strategi merupakan suatu kesatuan rencana dan tindakan-tindakan yang komprehensif dan terpadu, yang diarahkan untuk menghadapi tantangan-tantangan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cet. I*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 11.

²⁰ Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 167.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5. Strategi sebagai pola pikir

Sebagai pola pikir, strategi merupakan suatu tindakan yang dilandasi oleh wawasan yang luas tentang keadaan internal maupun eksternal untuk rentang waktu yang tidak pendek, serta kemampuan pengambilan keputusan untuk memilih alternatif-alternatif terbaik yang dapat dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada, yang dibarengi dengan upaya-upaya untuk “menutup” kelemahan-kelemahan guna mengantisipasi atau meminimumkan ancaman-ancamannya.²¹

Kata strategi selalu diartikan atau disejajarkan dengan kata cara. Strategi kemudian berarti cara untuk menyelesaikan sesuatu. Yang membedakan antara strategi dan cara dalam arti harafiah adalah bahwa strategi mempunyai arti yang luas dan kompleks. Kata cara dapat dipergunakan dalam banyak kondisi tetapi strategi adalah cara untuk menyelesaikan sesuatu secara jangka panjang. Ini kemudian berarti bahwa strategi adalah kegiatan dalam dilakukan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ada atau aksi dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ada atau aksi dalam organisasi untuk mencapai *performance* terbaiknya.²²

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.²³ Tentu saja, strategi yang dipilih itu merupakan strategi yang efektif yang akan membawa organisasi pada pencapaian objektifnya pada masa depan. Menurut Quinn ada beberapa hal tentang kriteria strategi yang efektif :

1. Objektif yang jelas dan menentukan.

Semua ikhtiar diarahkan untuk mencapai pemahaman yang jelas, menentukan dan bisa mencapai keseluruhan tujuan. Tujuan-tujuan

²¹ Ibid, Hlm. 168.

²² John P. Simandjuntak, *Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), hlm. 78.

²³ David Hunger. *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 45



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

spesifik bagi setiap unit bisa saja berubah karena sengitnya kompetisi, namun tujuan strategis untuk setiap unit/bagian harus tetap jelas sehingga memberi kesinambungan dan kohesi untuk pilihan-pilihan taktis pada kurun waktu pelaksanaan strategi. Semua tujuan itu tidak perlu dibuat secara tertulis, namun yang terpokok bisa dipahami dan menentukan.

2. Memelihara inisiatif.

Strategi itu mesti menjaga kebebasan bertindak dan memperkaya komitmen. Strategi itu mesti menentukan langkah dan menetapkan tindakan terhadap peristiwa. Postur reaktif yang berkepanjangan akan menyemaikan ketidakpuasan, merendahkan moral, tidak bisa memanfaatkan keuntungan waktu, dan tidak kelihatan bagi lawan.

3. Konsentrasi.

Strategi itu memusatkan kekuatan yang besar untuk waktu dan tempat yang menentukan. Dengan begitu, kompetensi yang distingtif itu akan memberikan keberhasilan yang lebih besar dengan sedikit sumber daya dan menjadi landasan yang penting untuk perolehan. (atau keuntungan) yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor.

4. Fleksibilitas.

Strategi hendaknya diniatkan untuk dilengkapi penyangga dan dimensi sumber daya untuk fleksibilitas dan manuver. Cadangan kemampuan, kemampuan melakukan manuver secara terencana, dan *repositioning* memungkinkan untuk memanfaatkan sumber daya seminimal mungkin, namun tetap membuat lawan tidak berdaya.

5. Kepemimpinan yang memiliki komitmen dan terkoordinasi.

Strategi itu hendaknya memberikan kepemimpinan yang memiliki komitmen dan tanggung jawab terhadap pencapaian tujuan-tujuan pokok.

6. Kejutan.

Strategi itu hendaknya dipersiapkan untuk memanfaatkan kecepatan, kerahasiaan dan kecerdasan untuk menyerang lawan pada saat yang tak terduga.

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.

7. Keamanan.

Strategi itu mesti mengamankan sumber daya dan semua operasi penting organisasi.²⁴

2. **Public Relations**

a. **Definisi Public Relations**

Menurut Edward L. Bernays menyebut *public relations* sebagai “sebuah profesi yang berkaitan dengan relasi-relasi satu unit dengan publik atau publik-publiknya sebagai relasi yang mendasari berlangsungnya kehidupan.”²⁵

Selanjutnya menurut Edward L. Bernays fungsi konsultan *public relations* adalah untuk membangun persepsi positif terhadap suatu produk, organisasi, atau individu.²⁶ *Public relations* adalah merupakan suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, kepercayaan, penghargaan dari publik terhadap perusahaan khususnya dan masyarakat umum. Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh McNamara bahwa *public relations* sebagai aktivitas berkelanjutan untuk menjamin perusahaan memiliki citra yang kuat di mata publik.²⁷

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom *public relations* merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi keberhasilan atau kegagalannya.²⁸ Dalam *public relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu korporat dengan publik, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut. Menurut DeFleur dan Dennis mengutip Scott Cutlip dan Allan Center bahwasanya *public relations* adalah

²⁴ Yosai Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), Hlm. 90.

²⁵ Yosai Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004). Hlm. 5.

²⁶ Firsan Nova, *Crisis Public Relation: Strategi PR Menanggapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2011) Hlm. 41.

²⁷ Yosai Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), Hlm. 44.

²⁸ Firsan Nova, Op. Cit, Hlm. 45.

upaya terencana guna mempengaruhi opini publik melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak.²⁹

Dr. Rex Harlow telah mengkaji kurang lebih 472 lebih definisi *public relation*, lalu menyimpulkan *public relations* dalam bukunya yang berjudul: *A Model for Public Relations Education for Professional Practices* yang diterbitkan oleh *Internasional Public Relations Association* (IPRA) menyatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana komunikasi.³⁰

Sayangnya para ahli *public relations* menanggapi definisi yang dikemukakan oleh Rex Harlow tersebut terlalu panjang. Oleh karena itu maka wakil dari pakar *public relations* negara maju mengadakan pertemuan di Mexico City pada bulan Agustus 1978. Pertemuan tersebut merumuskan definisi *public relations* yang lebih singkat dan dinamakan *The Statement of Mexico* definisi tersebut berbunyi: “praktik *public relations* adalah dari seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.³¹ Jadi *public relations* adalah seni dan ilmu sosial yang menganalisis tren, memprediksi konsekuensi dari tren tersebut,

²⁹ Yosai Iriantara, Op. Cit, Hlm. 43.

³⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), Hlm. 16.

³¹ Ibid, Hlm. 17.

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.

memberikan masukan bagi para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan tindakan dari program yang direncanakan, yang akan melayani organisasi dan kepentingan publik.³²

Menurut J.C Seidel seorang *Public relations Director* pada *Division Of Housing* mengatakan “*public relations is the continuing process by which management endeavors to obtain goodwill and understanding of its customers, its employees and the public at large, inwardly through self-analysis and correction, outwardly through all mean expression*”. Secara bebas dapat diartikan bahwa *public relations* adalah proses yang berkelanjutan dari usaha manajemen untuk memperoleh jasa baik dan pengertian dari para langganannya, pegawai-pegawainya, dan publik pada umumnya, ke dalam mengadakan analisa dan koreksi (perbaikan-perbaikan) terhadap diri sendiri, keluar mengadakan pernyataan-pernyataan yang berarti menguntungkan.³³

W. Emerson Reck seorang *public relations Director* pada Colgate University mengatakan bahwa *public relations* adalah “*Public relations is the continued process of keying policies, services, and actions to the best interest of those individual and groups whose confidence and goodwill an individual or institution covets, and secondly, it is the interpretation of these policies, services, and actions to assure complete understanding and appreciation*” jadi *Public relations* adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, pelayanan, dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan jasa baik dari mereka, sedangkan pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan, dan sikap itu adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.³⁴

Cutlip, Center, dan Broom yang menulis salah satu buku pertama yang meringkas teori dan praktik *public relations*, mendefinisikan *public relations*

³² Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012) Hlm. 8.

³³ Kustadi Suhandang, *Public Relations perusahaan kajian program implementasi*, (Bandung: Penerbit Nuansa, 2004) Hlm 44.

³⁴ Ibid, Hlm. 44.

sebagai berikut *public relations* adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya.³⁵ Jadi *public relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relations* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi.

b. Tujuan Public relations

Menurut Oxley tujuan *public relations* sesungguhnya sangat tidak bisa dilepaskan dari tujuan organisasi, mengingat *public relations* adalah fungsi manajemen satu organisasi dan *public relations* pun bekerja didalam organisasi itu.³⁶ Bahkan dalam pandangan Oxley, hal ini harus dipandang sebagai salah satu prinsip *public relations*. Lebih lanjut, Oxley menegaskan bahwa prinsip “tujuan *public relations* jelas dan mutlak memberi sumbangan pada *objektif* organisasi secara keseluruhan” harus menjadi pegangan bagi siapapun yang merencanakan dan menjalankan program-program *public relations*. Sedangkan tujuan *public relations* menurut Oxley adalah “mengikhtiarkan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publiknya”.³⁷

Tujuan *public relations* itu dirinci Lesly sebagai berikut:

1. Prestise atau “citra yang *favourable*” dan segenap faedahnya.
2. Promosi produk atau jasa.
3. Mendeteksi dan menangani isu dan peluang.
4. Menetapkan postur organisasi ketika berhadapan dengan publiknya.
5. *Good will* karyawan atau anggota organisasi.

³⁵ Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012) Hlm. 8.

³⁶ Yosol Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2004). Hlm. 1

³⁷ Ibid, Hlm. 17.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Mencegah dan memberi solusi masalah perburuhan
7. Mengayomi *good will* komunitas tempat organisasi menjadi bagian didalamnya.
8. *Good will* para *stockholder* dan konstituen.
9. Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka.
10. Mencegah serangan.
11. *Good will* para pemasok.
12. *Good will* pemerintah.
13. *Good will* bagian lain dari industry.
14. *Good will* para *dealer* dan menarik *dealer* lain.
15. Kemampuan untuk mendapatkan personel terbaik.
16. Pendidikan publik untuk menggunakan produk atau jasa.
17. Pendidikan publik untuk satu titik pandang.
18. *Good will* para pelanggan atau pendukung.
19. Investigasi sikap atau pelbagai kelompok terhadap perusahaan.
20. Merumuskan dan membuat pedoman kebijakan.
21. Menaungi viabilitas masyarakat tempat organisasi berfungsi
22. Mengarahkan perubahan.³⁸

Selanjutnya, Djnalis Djnaid menjelaskan dua fungsi *public relations* yaitu fungsi konstruktif dan korektif. Fungsi konstruktif menganalogikan *public relations* sebagai “perata jalan”. Jadi, praktisi dan divisi *public relations* merupakan “mesin” yang membuka dan memuluskan kebijakan. Misalnya, memuluskan tujuan marketing yang didalamnya memuat unsur produksi, penyesuaian harga, distribusi dan promosi. Sementara itu, fungsi korektif menganalogikan *public relations* sebagai “pemadam kebakaran”. Artinya, apabila terjadi masalah, *public relations* harus mampu bergerak dan berinisiatif mencegah masalah berkembang lebih lanjut. Fungsi ini memang sulit dalam kenyataannya karena kemungkinan gagal cukup besar. Oleh karena itu, mencegah sebelum masalah terjadi merupakan langkah paling

³⁸ Ibid, Hlm. 17.

bijak, jika tidak diredam sedini mungkin, masalah internal dapat memengaruhi kebijakan yang dilempar ke publik dan menjadi masalah eksternal.³⁹

c. Fungsi Dan Peran *Public Relations*

Menurut Scott Cutlip dalam buku *effective public relations*, terdapat beberapa elemen mendasar dari fungsi dan peran *public relations* sebagai berikut:

1. Mendukung perencanaan dan keberlangsungan program Sebagai bagian dari manajemen organisasi.
2. Menjembatani hubungan antara organisasi dengan publik.
3. Memonitor kesadaran, opini, sikap, dan perilaku di dalam dan di luar organisasi.
4. Menganalisis dampak dari kebijakan, prosedur, dan tindakan organisasi bagi publik.
5. Menyesuaikan sejumlah kebijakan, prosedur dan tindakan organisasi yang berseberangan dengan kepentingan publik.
6. Menganjurkan manajemen untuk menyusun kebijakan, prosedur dan tindakan baru yang mendorong pada langgengnya hubungan mutualistic antara organisasi dengan publik.
7. Menciptakan dan memelihara komunikasi dua arah antara organisasi dan publik.
8. Menghasilkan perubahan spesifik terkait kesadaran, opini, sikap dan perilaku organisasi.
9. Menghasilkan hubungan baru antara organisasi dengan publik.⁴⁰

Sementara Fraser Seitel dalam buku *the practice of public relations* secara spesifik menjelaskan bahwa peran dan tugas *public relations* dalam organisasi adalah sebagai berikut:

1. Memelihara hubungan dengan pegawai melalui sejumlah perlengkapan komunikasi internal semacam *newsletter*, televisi dan sebagainya.

³⁹ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), Hlm. 105.

⁴⁰ Fitriana utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), Hlm.23.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Mengoordinir hubungan dengan media. Tugas ini terkait dengan penyusunan jadwal *interview*, *press release*, *press conference*, serta menjawab pertanyaan dan penelitian media.
3. Berkoordinasi dengan pemerintah setempat.
4. Menjalin sinergi yang harmonis dengan masyarakat local melalui aktivitas semacam *open house* atau menjadi sukarelawan guna menunjukkan dukungan organisasi kepada masyarakat.
5. Menjalin relasi dengan investor, termasuk didalam stakeholders lain, yang tertarik bergabung dengan organisasi.
6. Mengoordinasi "*printed voice*" organisasi kepada publik melalui penyusunan naskah pidato, laporan tahunan dan brosur semacamnya.⁴¹

3. Strategi Public Relations

J L Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai suatu hasil akhir.⁴² Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari strategi, yaitu:

1. Sebuah rencana, yaitu suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar
2. Sebuah cara, yaitu suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola, yaitu dalam suatu rangkaian tindakan.
4. Sebuah posisi, yaitu suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
5. Sebuah perspektif, yaitu suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.⁴³

Menurut Cutlip, Center dan Broom, perencanaan strategis (*strategic planning*) bidang *public relations* meliputi kegiatan :

⁴¹ Ibid, Hlm. 24.

⁴² Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (London: Erlangga, 2006), Hlm. 2.

⁴³ Ibid, Hlm. 2.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
2. Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key publics*).
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
4. Memutuskan strategi yang akan digunakan.⁴⁴

Ahmad S. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, batasan pengertian tentang strategi *public relations* adalah “alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*”.⁴⁵ Menurut McNamara dalam menyusun rencana *public relations* perlu menyusun langkah-langkah yang tepat.⁴⁶ Adapun langkah-langkah dalam penyusunan rencana *public relations* seperti diuraikan McNamara adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi peluang atau tantangan.
2. Menentukan khalayak utama.
3. Menetapkan apa yang sekarang diketahui khalayak secara tepat dan benar.
4. Menentukan cara setiap khalayak mendapatkan informasi tersebut.
5. Membuat objektif yang terukur untuk setiap kelompok khalayak.
6. Merumuskan butir-butir pesan untuk setiap khalayak: publik internal, publik eksternal, media massa, anggota legislatif, dan seterusnya.
7. Menetapkan kegiatan komunikasi untuk menyampaikan pesan tersebut.
8. Memutuskan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan.
9. Menetapkan jadwal waktu dan tanggung jawab masing-masing pihak untuk setiap kegiatan.

⁴⁴ Morissan, *Manajemen Public Relation*, Strategi menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana, 2008). Hlm. 153.

⁴⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), Hlm. 110.

⁴⁶ Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), Hlm. 91.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

10. Mengevaluasi apakah objektif bisa tercapai.⁴⁷

Firsan Nova mengutip dari teori Thomas L. Harris, dalam bukunya *Crisis Public relations* yang mengemukakan Strategi *public relations* atau adalah sebagai berikut:

1. *Publications*

Publications, adalah cara *public relations* dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya. fungsi dan tugas *public relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik.

2. *Event*

Event (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye *public relations*, pameran, *launching*, CSR (*corporate social responsibility*), *charity* dan lain-lain.

Hal ini berkaitan dengan penyusunan program acara, dapat dibedakan menjadi:

- Calender event, regular event* (kegiatan rutin).
- Special event, kegiatan khusus yang dilaksanakan pada momen-momen tertentu, contoh: ulang tahun perusahaan, *launching* (peluncuran) produk.
- Moment event*, kegiatan yang bersifat momentum.

Public relations bertugas Merancang sebuah event atau program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri kepublik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.

3. *News* (Menciptakan Berita)

Adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan

⁴⁷ Ibid, Hlm. 91.



- 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.

mendapatkan citra yang respons yang positif. *Public relations* Berupaya menciptakan berita melalui *press release, news letter, bulletin*, dan lain lain. Untuk itulah seorang *public relations* harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang *public relation* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations / human relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

5. *Inform or image* (citra perusahaan)

Adalah cara pandang khalayak pada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif maupun negatif. Tergantung dari upaya apa saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan sebuah perusahaan.

6. *Lobbying and negotiation* (teknik lobi dan negosiasi)

Adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh *public relations* dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan. Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang *public relations*. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga sehingga timbul saling menguntungkan.

7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

Corporate social responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat disekitarnya.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Berdasarkan sifatnya, pelaksanaan program CSR dapat dibagi dua, yaitu:

- a. Program pengembangan masyarakat (*community development*)
- b. Program pengembangan hubungan/relasi dengan publik (*relations development*).⁴⁸

Public relations dapat memberikan kontribusinya dalam proses *strategic management*, ungkap Kasali, melalui dua acara: pertama melakukan tugasnya sebagai bagian dari *strategic management* keseluruhan organisasi dengan melakukan survey atas lingkungan dan membantu mendefinisikan misi, sarana dan objective organisasi/perusahaan. Keterlibatan *public relations* dalam proses menyeluruh ini akan memberi manfaat yang besar bagi perusahaan dan sekaligus bagi *public relation* itu sendiri, khususnya pada tingkat korporat. Kedua, *public relation* dapat berperan dalam *strategic management* dengan mengelola kegiatannya secara strategis. Artinya bersedia mengorbankan kegiatan jangka pendek demi arah perusahaan secara menyeluruh.⁴⁹

Pearce dan Robinson, mengembangkan langkah-langkah *strategic management* sebagai berikut:

1. Menentukan *mission* perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian (*purpose*), filosofi, dan sasaran (*goals*).
2. Mengembangkan *company profile* yang mencerminkan kondisi *intern* perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya.
3. Penilaian terhadap lingkungan *ekstern* perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
4. Analisis terhadap peluang yang tersedia dari lingkungan (yang melahirkan pilihan-pilihan)
5. Identifikasi atas pilihan yang dihendaki yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.

⁴⁸ Firsan Nova, *Crisis Public Relation: Strategi PR Menanggapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan* (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2011) Hlm. 54.

⁴⁹ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002). Hlm. 92.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

6. Pemilihan strategi atas *objective* jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai *objective* tersebut.
7. Mengembangkan *objective* tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan *objective* jangka panjang dan garis besar strategi.
8. Implementasi atas hasil hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada *budget* (anggaran) dan mengawinkan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi dan sistem balas jasa yang memungkinkan.
9. *Review* dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai suatu proses untuk melakukan control dan sebagai *input* bagi pengambilan keputusan di masa depan.⁵⁰

4. Sosialisasi

Sosialisasi, merupakan upaya mengkomunikasikan kegiatan untuk menciptakan dialog dengan masyarakat. Melalui sosialisasi akan membantu untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pihak terkait tentang program atau kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah direncanakan. Proses sosialisasi menjadi sangat penting, karena akan menentukan minat atau keterkarikan masyarakat untuk berpartisipasi dalam program pemberdayaan masyarakat yang dikomunikasikan.⁵¹

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan oleh seseorang (Individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Dalam proses belajar atau penyesuaian diri itu seseorang kemudian mengadopsi kebiasaan, sikap dan ide-ide dari orang lain; kemudian seseorang mempercayai dan mengakui sebagai milik pribadinya. Jika sosialisasi dipandang dari sudut masyarakat, maka sosialisasi dimaksudkan sebagai usaha memasukkan nilai-nilai kebudayaan terhadap individu sehingga individu tersebut menjadi bagian dari masyarakat.⁵²

⁵⁰ Ibid, Hlm. 92.

⁵¹ Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 125.

⁵² Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), Hlm. 57

Menurut pendapat Soejono Dirdjosisworo bahwa sosialisasi mengandung tiga pengertian yaitu:

1. Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya.
2. Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola-pola nilai dan tingkah laku dan ukuran kepatuhan tingkah laku di dalam masyarakat di mana pun ia hidup.
3. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya.⁵³

Hasan Shadily mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses dimana seseorang mulai menerima dan menyesuaikan diri kepada adat istiadat suatu golongan, dimana lambat laun ia akan merasa sebagian dari golongan itu.⁵⁴ Sedangkan menurut Edward A. Ross berpendapat bahwa sosialisasi adalah pertumbuhan perasaan kita, dan perasaan ini akan menimbulkan tindakan segolongan. Dikatakan, banyak macam perasaan ini ditimbulkan, dan tipis tebalnya perasaan ini bergantung pada macam golongan yang mendatangkan pengaruh itu.⁵⁵

Pengertian sosialisasi menurut Herber H. Hyman dalam Sutaryo bahwa sosialisasi merupakan proses dimana individu menjadi anggota masyarakat dan berfungsi dalam masyarakat.⁵⁶ Sosialisasi juga dapat diartikan sebagai proses penyebarluasan informasi (program, kebijakan, peraturan) dari satu pihak (pemilik program, kebijakan, peraturan) kepada pihak-pihak lain (aparatur, masyarakat yang terkena program, dan masyarakat umum). Sosialisasi adalah proses sosiopsikologis yang dijalani setiap orang yang berlangsung seluas hidup dalam menerima norma-norma, nilai-nilai dan pola perilaku

⁵³ Ibid, Hlm. 57.

⁵⁴ Ibid, Hlm. 58.

⁵⁵ Ibid, Hlm. 58.

⁵⁶ Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005), hlm. 159.

- 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.

yang dianut masyarakat menjadi bagian dari dirinya. Akhirnya ditegaskan pula, bahwa sosialisasi merupakan kondisi yang diperlukan bagi aktivitas sosial, dan baik secara implisit maupun eksplisit memberikan penjelasan mengenai tingkah laku.⁵⁷

Sosialisasi merupakan salah satu fungsi komunikasi yang berperan penting dalam pola tingkah laku seseorang di tengah-tengah masyarakat dan lingkungan budayanya. Melalui proses sosialisasi, seseorang akan diwarnai cara berfikir dan kebiasaan-kebiasaan hidupnya. Menurut Everest M. Rogers seorang pakar sosiolog di Amerika mengatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah mereka.⁵⁸ Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya, *The structure and function of communication in society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Yaitu : siapa komunikatornya, apa pesannya, media apa yang digunakan, siapa yang menjadi sasarannya, dan apa efeknya.⁵⁹

Menurut Astrid S. Susanto komunikasi adalah proses penyampaian pesan-pesan yang mengandung arti.⁶⁰ Jadi Komunikasi adalah sarana interaksi manusia. Didalam komunikasi termuat ide, perasaan dan pesan-pesan tertentu. Supaya muatan komunikasi dapat dimengerti, manusia menggunakan bahasa. Dimengerti bukan hanya terkait memahami makna yang terkadang di dalam komunikasi tersebut.

⁵⁷ Zulkarnain Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2003), Hlm. 92.

⁵⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), Hlm.23

⁵⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2017), Hlm. 11.

⁶⁰ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), Hlm. 118.

Menurut Frank Dance terdapat tiga dimensi perbedaan konseptual kritis yang membentuk dimensi dasar komunikasi. Dimensi pertama, tingkat observasi atau tingkat keabstrakan, didalam dimensi ini, komunikasi merupakan proses yang menghubungkan makhluk hidup dan sifatnya umum. Dimensi kedua, area maksud. Komunikasi merupakan media mengirim dan menerima pesan dengan maksud yang jelas. Dimensi ketiga, penilaian normatif. Didalam komunikasi terkandung pernyataan keadaan seperti kesuksesan, keefektifan dan keakuratan.⁶¹

Proses komunikasi membutuhkan komponen-komponen tertentu supaya dapat berjalan dengan ideal. Berikut komponen-komponen komunikasi menurut Willbur Scramm:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang memulai dalam proses komunikasi. Jenis-jenis komunikator antara lain komunikator individual (bertindak atas nama sendiri) dan komunikator institusional (mewakili lembaga tertentu). Seorang komunikator harus memperhatikan dua aspek utama, yaitu:

- a. Etos komunikator, yaitu nilai diri seorang komunikator yang merupakan perpaduan dari kognisi (proses memahami), afeksi (perasaan yang timbul oleh perangsang dari luar) dan konasi (aspek psikologis). Etos komunikator menyangkut kesiapan mental dan materi pesan, kesungguhan, ketulusan, ketenangan, kepercayaan diri, keramahan, dan lain-lain.
- b. Sikap komunikator, yaitu suatu kepastian kegiatan manusia yang menyangkut kecenderungan untuk melakukan aktivitas menuju nilai-nilai social. Sikap ini meliputi sikap selektif, reseptif, transmitif, asimilatif dan lain-lain.

2. Pesan

Pesan adalah isi dari pernyataan umum. Jenis-jenis pesan antara lain:

⁶¹ Ibid, Hlm. 118.



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.

- a. Verbal, yaitu pesan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk bahasa lisan (oral) dan tulisan.
 - b. Non-verbal, yaitu pesan komunikasi selain bahasa lisan dan tulisan yang berupa isyarat, gerakan badan, mimik muka dan lain-lain.
3. Komunikasikan

Komunikasikan adalah sasaran atau penerima informasi dalam proses komunikasi. Komunikasikan meliputi:

 - a. Individu, yang merupakan bagian dari kelompok atau masyarakat.
 - b. Khalayak khusus, (*special public*), yaitu komunikasikan yang memiliki karakteristik tertentu, yang sifatnya homogeny, seperti kelompok pelajar, mahasiswa, pedagang, dan lain sebagainya.
 - c. Khalayak umum (*general public*), yaitu komunikasikan yang memiliki sifat heterogen, jumlahnya banyak dan tidak dapat diperkirakan, misalnya peserta kampanye, penonton parade music, dan lain-lain.
 4. Media

Media adalah alat, sarana atau saluran yang digunakan dalam komunikasi, antara lain:

 - a. Media komunikasi personal, misalnya, telepon atau surat.
 - b. Media komunikasi kelompok atau media yang disiapkan untuk kelompok tertentu. Misalnya, terbitan khusus sebuah organisasi dalam bentuk tabloid atau jurnal. Media ini terbit dengan periode tertentu, misalnya tiap satu minggu, bulan, dua bulan, tiga atau enam bulan dan seterusnya.
 - c. Media komunikasi massa, yaitu media untuk sasaran yang sifatnya untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar, contohnya media cetak, elektronik dan internet.
 5. *Feedback*

Feedback adalah hasil atau akibat yang didapat komunikator dalam proses komunikasi. Jenis-jenis *feedback*:

 - a. *Feedback* internal, timbul dari dalam diri komunikator.
 - b. *Feedback* eksternal, timbul dari luar komunikator.

- c. *Immediate* atau *direct feedback*, dapat dirasakan seketika saat komunikasi dilakukan. Biasanya terjadi dalam proses komunikasi personal atau tatap muka.
- d. *Delayed feedback*, pengaruhnya tidak diketahui secara langsung. Biasanya terjadi dalam proses komunikasi menggunakan media.

Feedback positif dan negatif. *Feedback* positif adalah umpan balik yang sesuai dengan harapan komunikator. *Feedback* negative adalah umpan balik yang tidak sesuai dengan harapan komunikator.⁶²

5 Community Development

Corporate Social Responsibility sangat berkaitan erat dengan konsep pengembangan masyarakat. Pengembangan masyarakat merupakan suatu upaya sistematis untuk meningkatkan suatu kemampuan masyarakat, terutama kelompok-kelompok yang tidak beruntung dalam hal pemenuhan kebutuhan berdasarkan potensi seluruh sumber daya yang dapat diakses oleh masyarakat tersebut.⁶³ Pada awalnya tanggung jawab sosial dilakukan dengan sukarela untuk membangun citra positif dimata masyarakat. Namun sejak tahun 2007, ditetapkan peraturan perundang-undangan yang memuat kaidah implementasi tanggung jawab sosial yang terdapat pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007, Indonesia mewajibkan perusahaan-perusahaan untuk memiliki usaha berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban dan tanggung jawab perusahaan terhadap aspek-aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan terhadap dampak dari kegiatan operasional atau aktivitas yang dilakukan perusahaan, serta bagaimana perusahaan menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungannya. Suatu perusahaan selain bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal juga dituntut untuk tetap menjaga kelangsungan lingkungan sekitarnya.⁶⁴

⁶² Ibid, Hlm. 122.

⁶³ Sonny Sukada, *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Jakarta: Indonesia Business Links, 2007) hlm. 165.

⁶⁴ Ni Wayan Novi Budiasni, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* berdasarkan Konsep *Tri Hita Karana* (Studi kasus *Hotel Como Sihambala Estate*)", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 3 No. 1, 2015, Hlm. 1.

Menurut Jefkins komunitas adalah kelompok orang tinggal di sekitar wilayah operasi satu organisasi yang bisa berupa pabrik, areal penambangan, kantor, atau bengkel, yang disebut Jefkins sebagai tetangga.⁶⁵ Sedangkan menurut Stewart E. Perry dalam *CED (definition and terminology)* memandang ada dua makna komunitas pertama, komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus. Kedua, secara khusus menunjuk pada satu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena didasarkan pada lokalitas tertentu yang sama yang karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membuat mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama.⁶⁶

Bartle mendefinisikan *community development* sebagai alat untuk menjadikan masyarakat semakin kompleks dan kuat. Ini merupakan suatu perubahan sosial dimana masyarakat menjadi lebih kompleks, institusi local tumbuh, *collective power*-nya meningkat serta terjadi perubahan secara kualitatif pada organisasinya.⁶⁷ Sedangkan Giarci memandang *community development* sebagai suatu hal yang memiliki pusat perhatian dalam membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas serta kesejahteraan sosialnya.⁶⁸

Menurut Gardner dan David Moore menyatakan bahwa badan atau perusahaan itu merupakan juga *a social unit with social responsibility* yang artinya badan atau perusahaan itu merupakan kesatuan sosial yang di dalam kegiatannya mempunyai tanggung jawab sosial, baik dalam produksinya maupun secara pelayanannya.⁶⁹ Chambers mendefinisikan tanggung jawab sosial korporat sebagai “melakukan tindakan sosial (termasuk lingkungan

⁶⁵ Yosai Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004). Hlm. 23

⁶⁶ Ibid, Hlm. 24.

⁶⁷ Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 75.

⁶⁸ Ibid, Hlm. 75.

⁶⁹ Kustadi Suhandang, *Public Relations perusahaan kajian program implementasi*, (Bandung: Penerbit Nuansa, 2004) Hlm 190.

hidup) lebih dari batas-batas yang dituntut peraturan perundang-undangan”.⁷⁰ Selanjutnya menurut Chambers pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial.⁷¹

Natufe menyebut tanggung jawab sosial korporat sebagai “komitmen berkelanjutan 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 keseluruhan.”⁷² Jadi secara umum *Community Development* dapat didefinisikan sebagai kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk mengejar akses masyarakat untuk mencapai kondisi social-ekonomi-budaya yang lebih baik apabila dibandingkan dengan sebelum adanya kegiatan pembangunan. Sehingga masyarakat di tempat tersebut diharapkan menjadi lebih mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraan yang lebih baik.

Komisi Masyarakat Eropa menyebutkan ada empat faktor yang mendorong perkembangan tanggung jawab sosial komunitas yakni:

1. Kepedulian dan harapan baru dari masyarakat, konsumen, otoritas *public*, dan investor dalam konteks globalisasi dan perubahan industri berskala besar.
2. Kriteria sosial memberi pengaruh besar dalam pengambilan keputusan investasi individu dan institusi baik sebagai konsumen maupun investor.
3. Meningkatnya kepedulian pada kerusakan lingkungan yang disebabkan kegiatan ekonomi.
4. Transparansi kegiatan bisnis akibat perkembangan media dan teknologi komunikasi dan informasi modern.⁷³

⁷⁰ Yosai Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004). Hlm. 48.

⁷¹ Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 49.

⁷² Yosai Iriantara, Op. Cit, Hlm. 48.

⁷³ Ibid, Hlm. 46.



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.

Hakikat pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya.

Dalam proses tersebut masyarakat bersama-sama melakukan hal berikut:

1. Mengidentifikasi dan mengkaji potensi wilayah, permasalahan serta peluang-peluangnya.
2. Menyusun rencana kegiatan kelompok, berdasarkan hasil kajian.
3. Menerapkan rencana kegiatan kelompok.
4. Memantau proses dan hasil kegiatan secara terus menerus secara partisipatif.⁷⁴

Tahapan kegiatan pemberdayaan dapat dibagi menjadi beberapa tahapan:

1. Penetapan dan pengenalan wilayah kerja.

Sebelum melakukan kegiatan, penetapan wilayah kerja perlu memperoleh kesepakatan antara Tim fasilitator, aparat pemerintah setempat, masyarakat setempat dan pemangku kepentingan yang lain seperti tokoh masyarakat, akademisi, dan aktivis LSM.

2. Sosialisasi kegiatan

Yaitu upaya mengkomunikasikan rencana kegiatan pemberdayaan masyarakat yang akan dilakukan di wilayah tersebut. Termasuk dalam sosialisasi kegiatan, perlu juga dikemukakan tentang pihak-pihak terkait yang akan diminta partisipasi/keterlibatannya, pembagian peran yang diharapkan, pendekatan, strategi, serta langkah-langkah yang akan dilakukan.

3. Penyadaran masyarakat

Dilakukan untuk menyadarkan masyarakat tentang “keberadaannya”, baik sebagai individu dan anggota masyarakat, maupun kondisi lingkungannya yang menyangkut lingkungan fisik/teknis, sosial-budaya, ekonomi, dan politik.

4. Pengorganisasian masyarakat

⁷⁴ Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 126.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Termasuk pemilihan pemimpin dan kelompok-kelompok tugas (*task group*) yang akan dibentuk. Pengorganisasian masyarakat ini penting dilakukan, karena untuk melaksanakan perubahan guna memecahkan masalah dan atau memperbaiki keadaan seringkali tidak dapat dilakukan secara individual, tetapi perlu pengorganisasian masyarakat.

5. Pelaksanaan kegiatan, yang terdiri dari:
 - a. Berbagai pelatihan untuk menambah dana atau memperbaiki pengetahuan teknis, keterampilan manajerial serta perubahan sikap/wawasan.
 - b. Pengembangan kegiatan, utamanya yang berkaitan dengan peningkatan pendapatan (*income generating*) serta perlindungan, pelestarian dan perbaikan/rehabilitasi sumberdaya alam, maupun pengembangan efektivitas kelembagaan.
6. Advokasi kebijakan

Karena semua upaya pemberdayaan masyarakat (peningkatan pendapatan, penguatan posisi-tawar, dll.) memerlukan dukungan kebijakan yang berpihak kepada kepentingan masyarakat.
7. Politisasi

Dalam arti terus menerus memelihara dan meningkatkan posisi-tawar melalui kegiatan politik praktis. Hal ini diperlukan untuk memperoleh dan melestarikan legitimasi dan keberlanjutan kebijakan yang ingin dicapai melalui pemberdayaan masyarakat.⁷⁵

6. Program Desa Makmur Peduli Api

Miller mengemukakan bahwa, lingkup materi program pemberdayaan masyarakat harus mencakup segala aspek kegiatan yang berkaitan dengan upaya-upaya peningkatan produksi, peningkatan pendapatan serta perbaikan kesejahteraan masyarakat penerima manfaatnya.⁷⁶ Bentuk inovasi yang dibuat oleh perusahaan dalam mengurangi kebakaran hutan di kawasan perusahaan

⁷⁵ Ibid, Hlm. 127.

⁷⁶ Ibid, Hlm. 247.



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.

adalah melalui program Desa Makmur Peduli Api (DMPA), Desa Makmur Peduli Api ini merupakan program *community development* (pemberdayaan masyarakat) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari upaya kegiatan pencegahan kebakaran hutan dan lahan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁷⁷

Latar belakang dibentuknya program Desa Makmur Peduli Api adalah perwujudan dari kebijakan konservasi hutan APP adalah pelibatan masyarakat adat dan lokal secara konstruktif dalam upaya menyelesaikan konflik sosial dan juga memberdayakan masyarakat secara bertanggung jawab. Salah satu pilar dalam kebijakan konservasi hutan APP adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan memelihara hubungan yang baik dengan seluruh pemangku kepentingan. Hal ini diwujudkan dalam bentuk pelibatan masyarakat adat dan lokal secara konstruktif dalam upaya-upaya menyelesaikan konflik sosial dan juga memberdayakan masyarakat secara bertanggung jawab.⁷⁸

Dalam upaya mewujudkan kebijakan konservasi hutan APP, terdapat beberapa tantangan, baik hal-hal yang terkait aspek-aspek produksi, pengelolaan keanekaragaman hayati, dan dinamika sosial kemasyarakatan. Pada dinamika sosial kemasyarakatan, masih banyak ditemukannya penambahan hutan, kegiatan pencurian kayu, sengketa tata batas wilayah, pemanfaatan sumber daya hutan, dan praktik pertanian oleh masyarakat yang tidak memperhatikan kelestarian hutan. Masyarakat harus menjadi bagian tak terpisahkan dari upaya membangun pengelolaan hutan lestari dan bisnis yang berkelanjutan, yang tak hanya diberi peran namun juga tanggung jawab. Dalam kerangka inilah APP ingin merangkul masyarakat adat dan lokal dalam kerangka bisnis yang bertanggung jawab. Di penghujung 2015, APP memperkenalkan Desa Makmur Peduli Api (DMPA), yang merupakan perbaikan dari berbagai program pemberdayaan masyarakat (*community development*) yang telah dilakukan sebelumnya. Melalui program Desa

⁷⁷ <http://www.tribunnews.com/nasional/2017/10/18/kemendes-pdtt-dan-pt-sinar-mas-wujudkan-Desa-makmur-peduli-api>, diakses tanggal 4 April 2019 pukul 02.27 wib.

⁷⁸ Desa Makmur Peduli Api, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, 2019, Hlm. 1.



Makmur Peduli Api, APP berharap Desa dan masyarakat dapat berperan penting dalam pengelolaan hutan lestari. Program Desa Makmur Peduli Api ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh praktik terbaik dalam usaha perlindungan hutan berbasis masyarakat secara berkelanjutan.⁷⁹

Program Desa Makmur Peduli Api memiliki enam pilar utama di mana pilar-pilar ini dilaksanakan secara bertahap sesuai dengan kondisi terkini dan konteks dari Desa-Desa yang menjadi sasaran program. Enam pilar program Desa makmur peduli api yaitu :

1. Pemberdayaan ekonomi masyarakat

Kegiatan pemberdayaan ekonomi warga Desa berbasis sumber daya hutan dan non-hutan diarahkan untuk peningkatan pendapatan dan penyediaan kecukupan sumber pangan bagi warga Desa. Berbagai kegiatan usaha ini nantinya dapat secara langsung berkaitan dengan rantai pasok bisnis APP, seperti pengadaan serat kayu melalui program hutan tanaman rakyat (HTR) bahan palet dan kebutuhan industri seperti tepung tapioka, dan lain-lain. Ada pula yang tidak berkaitan langsung, seperti kebutuhan bahan makanan pokok bagi karyawan yang tersebut di industri-industri dan unit manajemen hutan (UMH).

2. Pemetaan sumberdaya secara partisipatif.

Pemetaan lokasi dan sumber daya dilakukan bersama masyarakat setempat untuk mendukung stabilitas ekonomi Desa dalam jangka panjang. Dengan informasi yang cukup dan akurat maka perencanaan pembangunan Desa akan lebih mudah dilakukan sesuai dengan konteks Desa tersebut.

3. Transfer teknologi pertanian.

Kegiatan transfer teknologi ini diarahkan untuk memperkenalkan ragam teknologi yang lebih ramah lingkungan, antara lain melalui perubahan peralatan dan cara-cara yang digunakan oleh masyarakat dalam bidang pertanian dan kehutanan, serta penggunaan cara dan

⁷⁹ Ibid, Hlm. 2.



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.

teknologi *intensifikasi* pada areal-areal yang saat ini sudah dimanfaatkan.

4. Perlindungan dan pengamanan kawasan hutan.

Sumber daya hutan merupakan sumber daya yang penting bagi semua pihak, baik mereka yang bergerak di industri kehutanan maupun masyarakat yang hidup didalam dan sekitar hutan, ataupun mereka yang berada jauh dari hutan, pengamanan dan perlindungan hutan. Pengamanan dan perlindungan hutan tidak hanya dilakukan oleh pemegang izin konsesi, karenanya diperlukan keikutsertaan warga Desa dalam upaya tersebut. Salah satu tujuan program Desa Makmur Peduli Api ini adalah membangun kesadaran bersama tentang pentingnya menjaga kelestarian hutan dan mendorong lahirnya peraturan Desa terkait partisipasi warganya dalam pengamanan dan perlindungan hutan.

5. Pencegahan dan penyelesaian konflik.

Dalam praktik bisnis berbasis lahan, terkadang terjadi konflik atau sengketa antara perusahaan dan warga Desa, baik terkait batas hutan maupun pemanfaatan sumber daya hutan itu sendiri. Adanya konflik ini tentunya akan menghambat proses, tak hanya pengelolaan hutan oleh pemegang izin namun juga pemanfaatan hutan oleh masyarakat. Oleh karena itu, melalui program Desa Makmur Peduli Api, jika terjadi konflik perusahaan dan masyarakat akan mencari solusi terbaik.

6. Kemitraan pemasaran produk.

Melalui program Desa Makmur Peduli Api, berbagai kajian pasar dilakukan untuk mengetahui kebutuhan lokal dan perusahaan atas produk yang dihasilkan oleh Desa-Desa Desa Makmur Peduli Api, dan memfasilitasi pemasaran atas produk-produk tersebut. Hal ini dilakukan dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat Desa, khususnya peningkatan pendapatan.⁸⁰

⁸⁰ Ibid, Hlm. 6.

- 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.

DMPA adalah pengembangan wilayah kehutanan dan pertanian yang terpadu dan merupakan hasil akhir dari evaluasi yang dilakukan dari pelaksanaan program-program Pemberdayaan Masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya. DMPA juga memiliki fungsi untuk menghalau berbagai gangguan atau ancaman terhadap kelestarian hutan; kebakaran hutan, perambahan, konflik lahan serta pembalakan dan perburuan liar. DMPA sendiri dimaksudkan untuk menjadi wadah bagi keberlanjutan penghidupan masyarakat yang berada di dalam maupun sekitar wilayah konsesi dengan memperkuat kerjasama dan keikutsertaan masyarakat dalam pengelolaan sumberdaya alam atau hutan lestari.⁸¹

Dimana melalui program ini perusahaan mengajak masyarakat setempat agar tidak melakukan pembakaran hutan sehingga masyarakat bisa menjaga hutan serta memanfaatkan lahan yang ada untuk sektor pertanian dan peternakan. Program Desa Makmur Peduli Api ini adalah program pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan oleh PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.⁸² Pada tanggal 24 Maret 2016 PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry meluncurkan program Desa Makmur Peduli Api melalui penandatanganan MoU di Kabupaten Ogan Komering Hilir (OKI), Sumatera Selatan. Pada Juni 2016 penerapan Desa Makmur Peduli Api di 35 Desa, meliputi Desa di wilayah Riau, Jambi, Sumatera Selatan dan Kalimantan Barat.⁸³ Beberapa jenis program Desa Makmur Peduli Api yang telah diterapkan seperti hortikultura seluas 433 Hektar, peternakan sebanyak 1.241 ekor, ternak unggas 7.500 ekor, persawahan seluas 308 hektar, perikanan sebanyak 309.500 benih dan kebun buah seluas 190 hektar.⁸⁴

⁸¹ https://www.kompasiana.com/herman_zamani/56c7474e157b611c0b2f549c/cegah-kebakaran-hutan-via-Desa-makmur-peduli-api?page=all, diakses tanggal 10 Maret 2019 pukul 02.35 WIB.

⁸² <https://www.asiapulppaper.com/es/node/2889>, diakses tanggal 10 Maret 2019 pukul 20.45 WIB.

⁸³ Desa Makmur Peduli Api, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, 2019, Hlm. 12.

⁸⁴ Ibid, Hlm. 13.

Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal penelitian terdahulu, maka sangat mudah membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain yang telah dilaksanakan. Berikut adalah penelitian yang relevan dengan penelitian penulis.

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.

No 1	Nama Peneliti (Tahun)	Siti Murniati Muhtar, Hafied Cangara, A. Alimuddin Unde (2013) <i>Jurnal Komunikasi KAREBA</i> , Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin
	Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Oleh Humas PT. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan
	Tujuan/Objektif Penelitian	Mengetahui strategi komunikasi Humas PT. Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR di Kabupaten Pangkep dan faktor-faktor yang memengaruhinya
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Perlu kiranya pihak manajemen perusahaan lebih meningkatkan dan mengembangkan strategi komunikasi dalam pelaksanaan program CSR

dengan melibatkan masyarakat pada kegiatan-kegiatan (program CSR) sehingga masyarakat merasa dirinya menjadi bagian yang memperoleh perhatian dari perusahaan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

No. 2	Nama Peneliti (Tahun)	Lyza Audina Pangesti, (2018) Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom
	Judul Penelitian	Strategi komunikasi divisi <i>public relations</i> PLN distribusi jawa barat dalam sosialisasi subsidi listrik tepat sasaran
	Tujuan/Objektif Penelitian	Untuk mengetahui Strategi komunikasi divisi <i>public relations</i> PLN distribusi jawa barat dalam sosialisasi subsidi listrik tepat sasaran
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Tahap strategi komunikasi <i>public relations</i> PLN Distribusi Jawa Barat dalam sosialisasi program subsidi listrik tepat sasaran yaitu tahap pertama adalah menentukan tim komunikasi. Tahap kedua adalah mengenali khalayak. Tahap ketiga adalah menyusun pesan, dimana pesan mengandung sifat informatif, persuasif dan edukatif, serta <i>two-sided issue</i> .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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

Selanjutnya tahap keempat adalah menetapkan metode, public relations PLN menetapkan metode *redundancy*, metode *canalizing* dan menggunakan vendor Isentia untuk menentukan *tone* berita terkait program subsidi listrik tepat sasaran, sehingga secara tepat menyasar kepada media dan khalayak mana yang perlu mendapat sosialisasi kembali. Tahap kelima, yaitu seleksi dan penggunaan media.

No . 3	Nama Peneliti (Tahun)	Ismi Rahmayuni, Ida Riaeni, Ahmad Yusron, (2018) Jurnal Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Cirebon
	Judul Penelitian	Peran <i>public relations</i> dalam program <i>corporate social responsibility</i> (csr) di csb mall, Cirebon
	Tujuan/Objektif Penelitian	Untuk mengetahui apa Peran <i>public relations</i> dalam program <i>corporate social responsibility</i> (csr) di csb mall, Cirebon
	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
	Hasil Penelitian	CSB Mall tidak terdapat bagian khusus

yang melaksanakan seluruh kegiatan *Public relations*, kegiatan *public relations* sebagian besar dilaksanakan oleh bagian pemasaran. Sehingga aktivitas *public relations* di CSB Mall bisa dilakukan oleh setiap pemimpin maupun karyawan. Peran seorang *public relations* pada CSB Mall dilaksanakan untuk membuat dan merencanakan seluruh rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi baik komunikasi atasan ke bawahan, maupun organisasi dengan publik, komunitas, instansi, pemerintah, wartawan, maupun dengan perusahaan lain. Pihak CSB Mall telah melakukan kegiatan CSR pada bidang agama, dalam bidang agama dengan memberikan santunan kepada anak yatim piatu, mengadakan buka bersama, dan lomba hafiz Quran. Dalam bidang pendidikan, dalam bidang pendidikan dilakukannya dengan memberikan bantuan buku dan beasiswa untuk anak berprestasi. Dalam bidang sosial, dalam bidang sosial dilakukannya dengan melakukan pengaspalan jalan, pembangun 40 kios gratis, donor darah, memberikan bantuan kepada korban bencana alam dan melakukan penanaman pohon di

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

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.

		sekitar perusahaan.
No 4	Nama Peneliti (Tahun)	Melanie Inkiriwang, (2014) Journal "Acta Diurna"
	Judul Penelitian	Strategi humas polresta Manado dalam mensosialisasikan program "brenti jo bagate" di kelurahan bahu kecamatan malalayang
	Tujuan/Objektif Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana Strategi humas polresta manado dalam mensosialisasikan program "Brenti Jo Bagate" di kelurahan bahu kecamatan Malalayang
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Terdapat pemaknaan yang berbeda antara Humas dengan masyarakat, dimana program Humas ini merupakan ajakan kepada masyarakat untuk bersama-sama menjaga lingkungan agar tetap aman dan terkendali dengan tidak miras yang dilakukan oleh orang- orang yang sedang berkumpul untuk tidak menimbulkan keributan, dan meminimalisir kriminalitas yang diakibatkan oleh miras ini. Selanjutnya Program "Brenti Jo Bagate" ini di maknai oleh masyarakat sebagai

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.

		perintah kepolisian untuk berhenti mengonsumsi minuman keras dalam kesempatan apapun. Strategi yang digunakan dari pihak Humas Polresta Manado adalah selain iklan media cetak, hingga turun ke lapangan contohnya razia minuman keras, dan membuka komunikasi yang ada timbal baliknya adalah sosialisasi.
No 5	Nama Peneliti (Tahun)	Emillia Susanti, Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran, FE, Universitas Negeri Surabaya
	Judul Penelitian	Strategi <i>public relations</i> dalam meningkatkan citra organisasi
	Tujuan/Objektif Penelitian	Untuk mengetahui Strategi <i>public relations</i> dalam meningkatkan citra organisasi
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa strategi <i>public relation</i> yang digunakan oleh RS. Royal Surabaya dalam meningkatkan citra organisasi adalah sebagai berikut: mengadakan bakti sosial, operasi katarak gratis, khitan masal, dan <i>Fun walk</i> bersama diabetasol, melakukan kegiatan

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.

pendampingan terhadap pasien, *follow up* pasien, kunjungan ke instansi atau perusahaan, bekerja sama dengan komunitas-komunitas kesehatan, melakukan siaran di televisi, melakukan siaran di radio, melakukan komunikasi melalui internet, mengadakan seminar kesehatan, memasang iklan, memberikan penawaran MCU dan persalinan. Strategi yang dinilai paling efektif adalah *fun walk* bersama diabetasol, hal ini dikarenakan kegiatan ini berhasil diikuti banyak orang sehingga RS. Royal Surabaya lebih dikenal.

Persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu saya ialah:

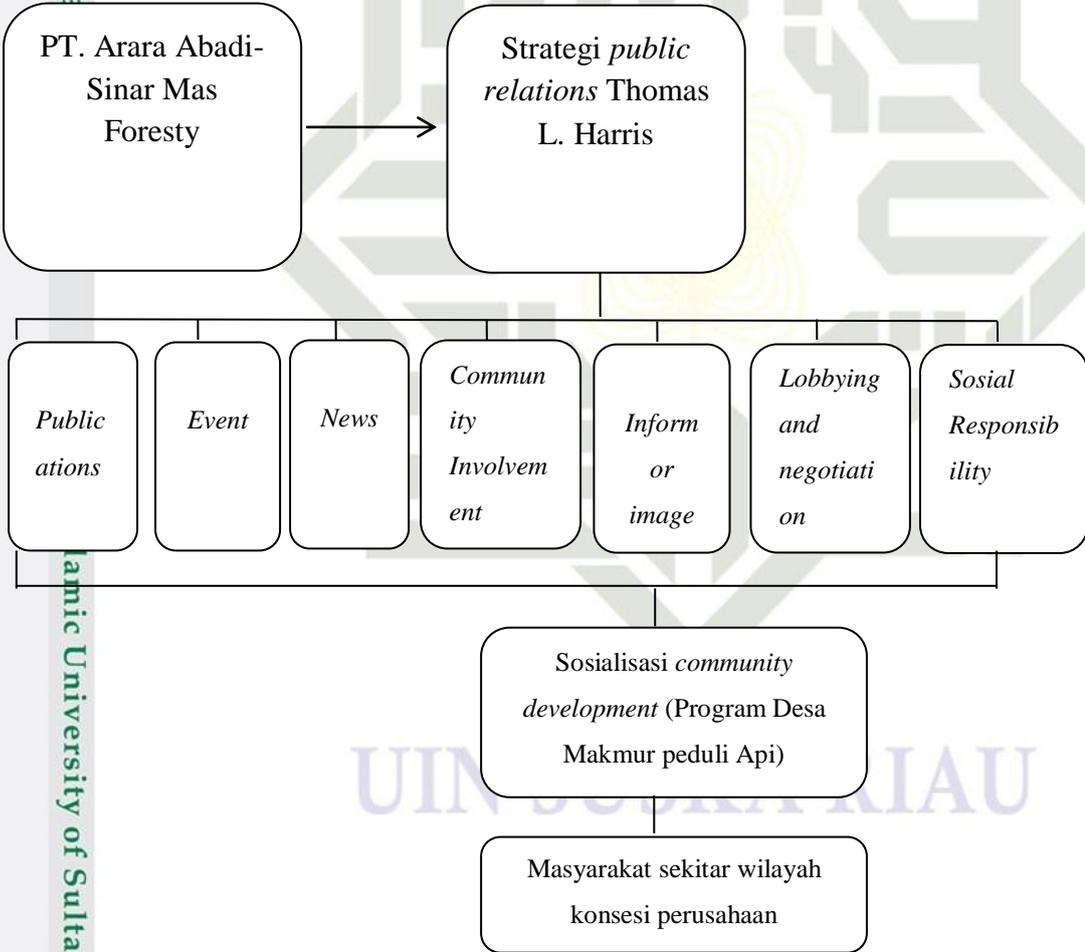
1. Persamaannya adalah sama sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, serta sama sama ingin mengetahui strategi *public relations* dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Perbedaannya adalah saya lebih meneliti strategi *public relations* dalam mensosialisasikan program Desa Makmur Peduli Api.
2. Persamaannya adalah sipeneliti juga menggunakan metode yang sama yakni deskripsi kualitatif, dan juga sama dalam mengupayakan adanya hubungan baik yang tercipta. Perbedaannya, sipeneliti pada kajian terdahulu meneliti tentang *handling complaint* sebagai upaya menjaga hubungan baik dan upaya pengembalian citra positif, sedangkan saya meneliti lebih kepada dalam proses mensosialisasikan sebuah program yaitu program Desa Makmur Peduli Api.

Kerangka pikir

Pada dasarnya strategi merupakan perencanaan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Atau pun strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Untuk melihat strategi yang dilakukan oleh *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, maka penulis menetapkan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar. 2.1



Sumber : olahan peneliti

Setelah menetapkan kerangka pikir diatas, selanjutnya peneliti perlu membuat sebuah konsep operasional terhadap variabel yang akan diteliti.

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.

UIN Suska Riau

Dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengetahui strategi *public relations* PT. Arara Abadi Sinar Mas-Foresty dalam menjalankan program Desa Makmur Peduli Api. Adapun yang menjadi indikatornya sebagai berikut:

1. *Publications*
 - a. Menentukan kriteria kegiatan yang akan publikasi oleh *public relations*.
 - b. Menentukan waktu dan media yang digunakan untuk publikasi.
 - c. Mempersiapkan strategi khusus untuk publikasi.
2. *Event*
 - a. Menentukan narasumber dan strategi dalam menyusun konsep pesan sosialisasi.
 - b. Menentukan rangkaian kegiatan acara sosialisasi.
3. *News* (Menciptakan berita)
 - a. Menentukan *goal points* dan sasaran pembaca berita.
 - b. Menentukan konsep berita dari berita yang akan dimuat.
4. *Community involvement* (Kepedulian dengan komunitas)
 - a. Menentukan komunitas-komunitas yang akan diikutsertakan.
 - b. Menetapkan strategi untuk menjalin hubungan baik dengan komunitas.
5. *Inform or image* (Memberitahu kan atau meraih citra)
 - a. Menetapkan tindakan efektif untuk membangun dan mempertahankan citra positif melalui program DMPA.
6. *Lobbying and Negotiation*
 - a. Menentukan target, waktu dan tempat proses *lobbying and negotiation*.
 - b. Menetapkan tujuan dari *proses lobbying and negotiation*.
7. *Social Responsibility* (Tanggung jawab sosial)
 - a. Membentuk program *community development* dan menetapkan sasaran penerima program *community development*.
 - b. Menentukan *goals point* yang ingin dicapai dari *community development*.

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.



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 III METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian didefinisikan sebagai sesuatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis. Dikatakan sebagai kegiatan ilmiah, karena penelitian dengan aspek ilmu pengetahuan dan teori. Terencana karena penelitian harus di rencanakan dengan memperhatikan waktu, dana dan aksesibilitas terhadap tempat dan data.⁸⁵

A. Jenis dan Data Penelitian

Penelitian adalah suatu proses bertahap bersiklus yang dimulai dengan identifikasi masalah atau isu yang akan diteliti.⁸⁶ Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan pendekatan dari penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.⁸⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, sedangkan waktu penelitian dilakukan dari bulan Juli sampai September 2019.

C. Sumber Data

Dalam metode pengumpulan data, ada dua metode yaitu data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dan data sekunder yang merupakan data pelengkap.

⁸⁵ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), Hlm. 5.

⁸⁶ Ibid, Hlm. 6.

⁸⁷ Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), Hlm. 35.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Data Primer

Data Primer Yaitu data yang diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian secara langsung di tempat penelitian atau suatu tempat yang menjadi objek pengamatan⁸⁸. Penulis memperoleh data dari tiga narasumber atau informan yaitu koordinator *public relations*, kasi sosial *community development*, dan pembimbing program Desa Makmur Peduli Api dengan cara melakukan wawancara dan dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian yang akan diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang diperoleh dari data yang kedua dari data yang dibutuhkan.⁸⁹ Sumber data sekunder diharapkan dapat membantu mengungkap data yang diharapkan. Sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai bahan perbandingan⁹⁰ Meliputi segala informasi yang diperlukan untuk penyusunan data–data berdasarkan penelitian baik berupa konsep, definisi, ataupun teori– teori yang dapat dipergunakan untuk menjelaskan permasalahan yang akan dilaksanakan melalui penelitian. Data Sekunder juga Merupakan data tambahan atau data pelengkap yang sifatnya untuk melengkapi data yang sudah ada, seperti : buku-buku referensi, metode penelitian, serta situs-situs lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Informan menjelaskan objek penelitian yang fokus dan lokus penelitian, yaitu apa yang menjadi sasaran. Sasaran penelitian tak tergantung

⁸⁸ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), Hlm. 359.

⁸⁹ Burhan Bungin, *Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2005), Hlm. 132.

⁹⁰Ibid, hlm. 361.

pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian.⁹¹ Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah Koordinator *public relations*, sedangkan informan pelengkap ada dua narasumber atau informan yaitu, kasi sosial *community development*, dan pembimbing program Desa Makmur Peduli Api.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.⁹² Kegiatan observasi ini merupakan salah satu kegiatan yang kita lakukan untuk memahami lingkungan, observasi di sini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung-tanpa mediator-sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Metode ini lebih memungkinkan periset mengamati kehidupan individu atau kelompok dalam situasi riil, di mana terdapat setting yang riil tanpa dikontrol secara sistematis seperti riset eksperimental.⁹³

Observasi yang dilakukan penulis dengan terjun langsung selama beberapa waktu sampai dianggap cukup untuk mengetahui fenomena-fenomena yang diteliti tentang Strategi *public relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Foresty dalam mensosialisasikan *community development* (Program Desa Makmur Peduli Api). Dengan demikian peneliti dapat memperoleh apa saja yang dibutuhkan, termasuk apa yang dirahasiakan oleh perusahaan.

2. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil

⁹¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2010), Hlm. 76.

⁹² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2005), Hlm 143.

⁹³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*, (Jakarta :Kencana Prenada Media Group, 2011), Hlm. 98.



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.

bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.⁹⁴ Wawancara adalah percakapan antara periset dengan seseorang yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari informan atau seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek.⁹⁵ Wawancara yang dilakukan yaitu dengan menggunakan wawancara mendalam agar mendapatkan informasi yang akurat.

3. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumenter memegang peranan yang amat penting.⁹⁶ Dokumentasi merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat pengumuman, ikhtisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya. Peneliti dengan mempelajari dokumen-dokumen tersebut dapat mengenal budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh objek yang diteliti

F. Validitas Data

Dalam penelitian ini metode pemeriksaan yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia.⁹⁷ Triangulasi data yang digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan dan konsisten data, serta bermanfaat juga sebagai alat bantu yang digunakan untuk memantapkan konsisten metode silang, seperti pengamatan dan wawancara atau penggunaan metode yang sama seperti wawancara dengan beberapa informan. Empat macam triangulasi data yaitu :

⁹⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2005), Hlm 136.

⁹⁵ Ibid, Hlm. 98.

⁹⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2005), Hlm 154.

⁹⁷ Ibid, Hlm. 71.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi ini membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode ini merupakan usaha pengecekan keabsahan data dan temuan riset, maka triangulasi metode dapat dilakukan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data.

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Penggunaan peneliti atau pengamat yang lainnya membantu mengurangi penyimpangan dalam pengumpulan data.

4. Triangulasi Teoritik

Triangulasi teoritik memanfaatkan dua atau lebih teori sebagai perbandingan untuk keperluan rancangan riset, pengumpulan data dan analisis data secara lebih lengkap agar hasilnya lebih komperhensif.

Dalam hal ini penulis menggunakan Triangulasi Sumber, triangulasi ini membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda. Setelah dilakukan penelitian dan terkumpul semua data maka akan dilakukan data kualitatif yang sesuai dengan metode yang diambil oleh karena itu hasil dari semua data yang diperoleh di lapangan baik yang berupa observasi maupun wawancara dikumpulkan dan dianalisis sehingga mendapatkan deskripsi tentang tentang Strategi *public relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan *community development* (Program Desa Makmur Peduli Api).

G. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode non statistik yaitu deskriptif analitik yaitu suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan dan penyusunan analisis data, kemudian semua



data yang sudah terkumpul dan tersusun dianalisis sehingga diperoleh pengertian data yang jelas. Proses analisis data pada prinsipnya telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun meneliti hingga penulisan hasil penelitian.⁹⁸

Metode analisis yang digunakan adalah model alir dengan beberapa tahap yaitu reduksi data, display data, dan verifikasi data. Penerapan teknik analisa tersebut dalam penelitian ini adalah :

1. Reduksi data

Yaitu proses pemilihan , pemusatan perhatian pada penyederhana data, pengabstrakan dari informasi data besar yang muncul dari catatan – catatan tertulis di lapangan, reduksi dapat dilakukan dengan merangkum kegiatan sehari-hari yang dilakukan *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan program Desa Makmur Peduli Api. Dalam langkah ini yang dilakukan dengan tahap mengidentifikasi satuan atau unit yaitu unit-unit terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna jika dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.⁹⁹

2. Display data

Pada tahap ini adalah menyajikan data dalam bentuk kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, yang berfungsi untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi, juga untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹⁰⁰

3. Pengambilan kesimpulan dan verifikasi

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti

⁹⁸ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014) , Hlm. 215.

⁹⁹ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2012) , Hlm. 143.

¹⁰⁰ Djam'an Satori , Aan Komariah, *Op. Cit*, Hlm 219.

yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.¹⁰¹

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.



¹⁰¹Ibid, Hlm. 220.

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah PT. Arara Abadi

PT. Arara Abadi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kehutanan dalam rangka pemenuhan bahan baku Pulp ke IKPP Perawang. PT Arara Abadi didirikan di Jakarta berdasarkan Akta Notaris No. 213 tanggal 09 Agustus 1974 tentang Pendirian Perusahaan Perseroan Terbatas PT Arara Abadi dihadapan Notaris Raden Soeratman, SH. PT Arara Abadi terletak di Desa Pinang Sebatang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau Luas areal konsesi PT Arara Abadi berdasarkan SK Menteri Kehutanan No. 743/kpts-II/1996 tanggal 25 November 1996±299,975 ha.

PT Arara Abadi merupakan salah satu anak perusahaan dari Sinarmas Group yaitu salah satu perusahaan terbesar di Indonesia. PT Arara Abadi bergerak dibidang *Industri Plantation Forestry* (HTI) yang menghasilkan produk *chip wood* yang dikirim keperusahaan cabang sebagai bahan material pembuatan Pulp/bubur kertas yang ada pada PT Indah Kiat *Pulp & Paper*. PT Arara Abadi mempunyai kegiatan di dalam HTI yang menghasilkan penanaman baik melalui pembudidayaan yang intensif. Program HTI dimaksudkan untuk dapat menyediakan sumber kayu untuk PT Indah Kiat *Pulp & Paper* dalam jangka waktu panjang, terus menerus dan dapat diperbaharui. Setiap tahun penanaman April 2000, 187.500 hektar berhasil ditanam oleh PT Arara Abadi

Semenjak tahun 1994, PT Arara Abadi telah menerapkan pemerintah dalam meregulasi metode pembersihan lahan untuk mengurangi kebakaran hutan yang dapat membawa kerusakan flora, fauna dan populasi udara. Penebangan hutan di operasikan dengan mesin dan semi mesin dan 26.600 hektar untuk penanaman *Acacia* telah ditebang pada April tahun 2000. PT Arara Abadi mendirikan unit pembibitan modern dengan kapasitas 70 juta bibit pertahun. Disamping itu PT Arara Abadi juga mengoperasikan sistem pemotong untuk mensupply penanaman sebesar 50% Hal ini termasuk untuk

- 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.



Untuk itu PT Arara Abadi juga mengeluarkan kebijakan atau larangan untuk tidak berburu binatang, melindungi dan melestarikan flora dan satwa endemik serta kebijakan untuk membakar hutan. Sedangkan untuk mencegah kebakaran hutan (RPHH) dalam setiap resort dan menyediakan peralatan kebakaran hutan dan membangun fasilitas pencegahan kebakaran seperti tempat air, menara pengawasan kebakaran dan peta daerah hutan.

Pembagian Area dan Distrik :

1. AREA MINAS
 - a. Distrik Gelombang.
 - b. Distrik Rasau Kuning.
 - c. Distrik Tapung.
2. AREA SIAK
 - a. Distrik Pusaka.
 - b. Distrik Berbari.
3. AREA DURI
 - a. Distrik Sebang (Duri I).
 - b. Distrik Melibur (Duri II).
 - c. Distrik Bukit Kapur (Duri III).
4. AREA PELALAWAN
 - a. Distrik Nilo.
 - b. Distrik Sorek.
 - c. Distrik Malako.
5. AREA PULAU MUDA
 - a. Distrik Merawang.

B. Letak Geografis Perusahaan

1. Lokasi

Secara geografis areal HTI PT Arara Abadi secara tersebar pada 5 Kabupaten, yaitu Kabupaten Siak, Kampar, Bengkalis, Pelalawan dan Rokan Hilir. Secara hidrolis terdapat pada tiga daerah aliran sungai yaitu Sungai Siak, Siak Kecil, Rawa, Kampar, Rokan, Nilo dan Sungai

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.



- 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.

© **Hak cipta milik UIN Suska Riau**
 Katemen. Lokasi yang terbesar secara administratif pemerintah ini akan berpengaruh pada proses perizinan dan penerapan prinsip otonomi daerah.

2. Pelaksanaan K3 (Kesehatan, Keselamatan dan Kenyamanan Kerja)

PT Arara Abadi adalah sebuah perusahaan yang memiliki tenaga kerja dalam jumlah besar. Disamping itu juga menggunakan teknologi modern. Hal ini tidak terlepas dari adanya ancaman-ancaman bahaya yang terjadi setiap harinya. Untuk itu PT Arara Abadi memberikan kebijakan K3 (Kesehatan, Keselamatan dan Kenyamanan Kerja) yang merupakan suatu kegiatan perbaikan terhadap kinerha secara berkelanjutan yaitu :

- a. Perlindungan tenaga kerja dengan hal milik perusahaan.
- b. Menerapkan sistem manajemen K3 dalam proses *Forestry* dan kegiatan lainnya.
- c. Semua karyawan dari jabatan tertinggi sampai jabatan terendah harus memahami K3.
- d. Keadaan siap siaga dan tanggap.
- e. Dalam kegiatan sehari-hari khususnya kegiatan yang dilakukan di lingkungan pabrik, setiap langkah terlepas dari kemungkinan terjadinya kecelakaan.

C. Aktifitas Kegiatan Perusahaan

Secara garis besar aktivitas atau kegiatan-kegiatan PT Arara Abadi meliputi:

1. Perencanaan.
2. Pembibitan.
3. Penanaman dan Pemeliharaan.
4. Pemanenan.
5. Perlindungan hutan (*fire management*).
6. Penelitian dan pengembangan.
7. Pembinaan masyarakat Desa sekitar hutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Visi PT Arara Abadi adalah menjadi sebuah perusahaan kehutanan yang berkelas dunia dengan mempraktekkan pengelolaan hutan secara lestari dengan mengembangkan hubungan sosial yang harmonis, layak secara ekonomis dan ramah lingkungan.

2. Misi

Adapun misi PT Arara Abadi adalah sebagai berikut :

- a. Mengembangkan suatu hutan tanaman industri yang lestari dengan kualitas tinggi pada tataran biaya yang efisien dan resiko terendah untuk memasok bahan baku kayu.
- b. Menyediakan kesempatan dan lapangan kerja bagi masyarakat dan industriterkait dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat sekitar.
- c. Melindungi areal hutan mempunyai manfaat konservasi dan meningkatkan kinerja lingkungan.
- d. Berperan serta dalam penerimaan pajak Negara dan menghasilkan keuntungan yang optimal.

E. Nilai-Nilai Budaya Organisasi PT.Arara Abadi (Sinarmas Forestry)

1. Integritas

PT. Arara Abadi (Sinarmas Forestry) bersikap jujur dan selalu berusaha konsisten dengan ucapannya.

2. Kepercayaan

PT. Arara Abadi saling mempercayai, menghormati, mendukung dan berusaha untuk mendapatkan kepercayaan diri dari rekan sekerja dan mitra usahanya.

3. Keseragaman

PT. Arara Abadi (Sinarmas Forestry) belajar menjunjung tinggi budaya dimana PT. Arara Abadi bekerja dan menghormati perbedaan yang ada.

4. Kemitraan

PT. Arara Abadi memiliki tekad yang teguh untuk menjadi mitra saha yang baik bagi pemerintah, perusahaan lain, pelanggan-pelanggan PT. Arara Abadi, masyarakat dan sesama rekan kerja.

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.

5. **Kinerja yang Unggul**
 PT. Arara Abadi memiliki tekad untuk tetap unggul dalam setiap hal yang dilakukannya dan berupaya keras untuk terus memperbaiki diri.
6. **Tanggung jawab**
 PT. Arara Abadi bertanggung jawab baik secara perorangan maupun sebagai kelompok untuk setiap hal yang dikerjakan maupun untuk setiap tindakan yang dilakukan.
7. **Perlindungan Terhadap Manusia dan Lingkungan**
 PT. Arara Abadi memberikan perlindungan keselamatan dan kesehatan kerja baik terhadap manusia maupun lingkungan.

F. Uraian Tugas (Job Description) Bagian/Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Penelitian

1. Forest Security bertugas untuk :
 - a. Memimpin pelaksanaan tugas Seksi *Security*.
 - b. Memberikan penilaian terhadap kinerja *Security Provider*.
 - c. Melaksanakan pengawasan terhadap kinerja *Security Provider*.
 - d. Penanggung jawab Seksi *Security Protection*.
 - e. Memonitor pelaksanaan pengamanan *Security* di wilayah Riau.
 - f. Melaksanakan koordinasi dengan Departement/Seksi terkait.
 - g. Melaksanakan operasional pengawalan areal yang coba-coba di opulasi masyarakat.
 - h. Melaksanakan meeting rutin setiap bulan di Distrik dengan *Security Provider* dan *Forest Protection Distrik*.
 - i. Membantu distrik dalam penyelesaian klaim lahan.
 - j. Melaksanakan koordinasi dengan Polsek /Koramil dan Kades.
2. CD/CSR bertugas untuk:
 - a. Penanggung jawab administrasi keuangan.
 - b. Mengecek dan mengajukan tagihan Invoice *Security Provider* ke Accounting.

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.

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.

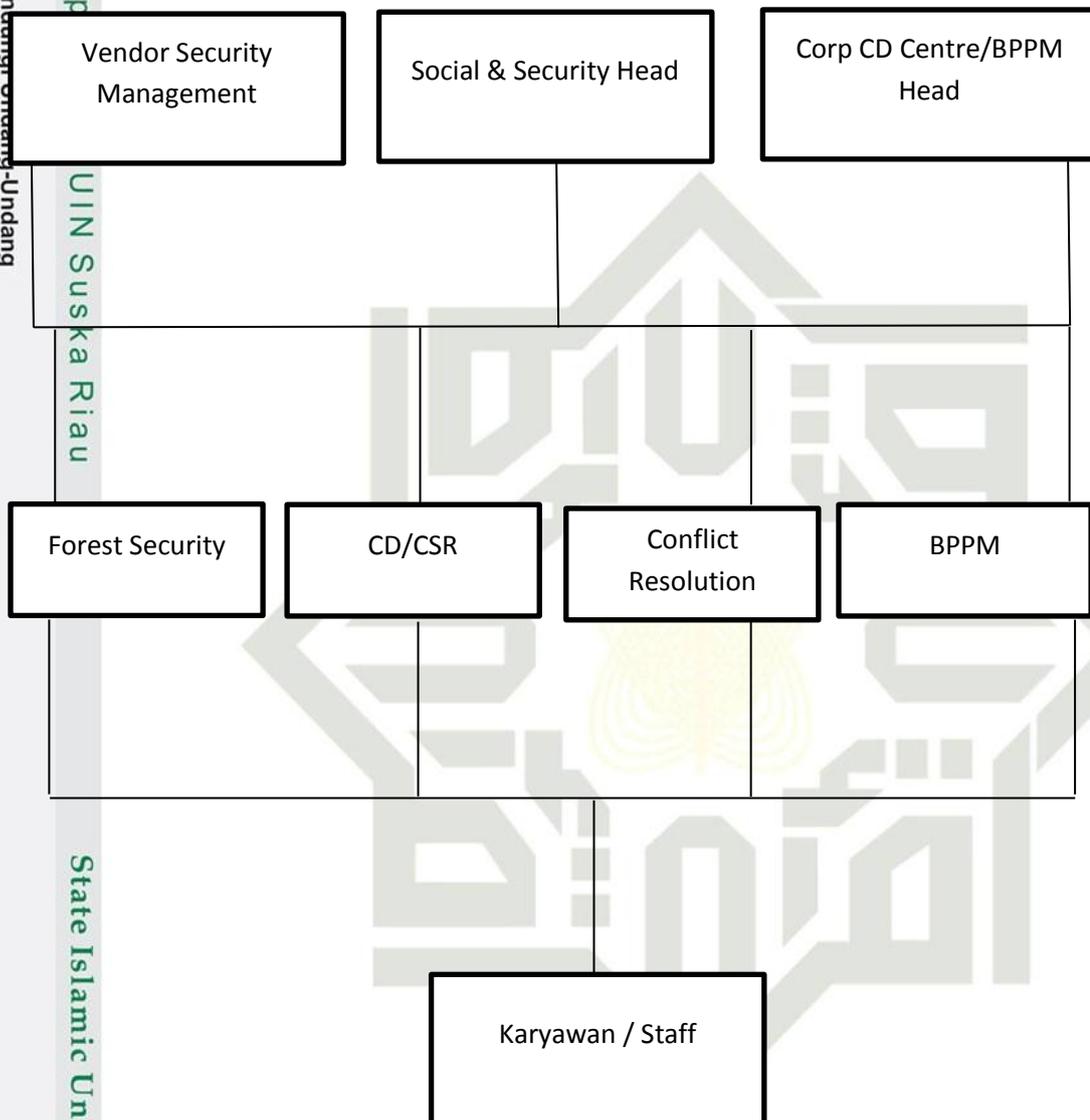
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- c. Administrasi surat keluar/masuk, pengajuan mobil, pengurusan. personil yang dinas, cuti dan pengajuan klain ASM.
 - d. Menginput data VRA pemakaian mobil dan speed boat Security Provider wilayah Perawang.
 - e. Membuat laporan 2 mingguan *Forest Protection*.
 - f. Membuat rekapitulasi laporan bulanan kasus *Security Provider* wilayah zona A dan zona B.
 - g. Melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*.
 - h. Menjalin hubungan baik dengan *stakeholder*.
 - i. Memahami teknis CD / CSR yang baik dan benar.
3. Conflict Resolution bertugas untuk:
- a. Keterampilan komunikasi dalam menangani berbagai tingkat dalam perusahaan serta berbagai pemangku kepentingan.
 - b. Analisa dan pemecahan masalah keterampilan-kemampuan untuk mensintesis masalah dan menyelesaikan.
 - c. Mengawasi dan mendukung dalam pelaksanaan FPIC dan sistem manajemen konflik
 - d. Mengembangkan FPIC dan bertanggung jawab terhadap kegiatan resolusi konflik, rencana tahunan dan anggaran untuk menangani konflik social / tanah kompleks
 - e. Mengembangkan kemitraan yang efektif dengan *stakeholders* terkait.
4. BPPM bertugas untuk :
- a. Memberikan pelatihan untuk mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas.
 - b. Memberikan bantuan buah dan bibit unggul kepada masyarakat.
 - c. Memberikan/menyampaikan materi-materi untuk menanam sifat untuk cinta lingkungan.
 - d. Melakukan pembudidayaan berbagai macam tanaman.
 - e. Membantu dan memberi pengajaran kepada masyarakat mengenai berbagai macam pembudidayaan tanaman.

Struktur Organisasi Unit Kerja PT. Arara Abadi

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Social & Security



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan, setelah dilakukannya analisis, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Public relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry mempunyai tugas publikasi. Dalam mempublikasikan kegiatan program desa makmur peduli api *public relations* menganut unsur keterbukaan dan transparansi informasi. Kegiatan-kegiatan yang dipublikasikan adalah kegiatan sosialisasi, kegiatan *training* dan *progress* dari penerima program desa makmur peduli api. Media yang digunakan *Public Relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry media berita online, website dan media cetak seperti koran, brosur dan spanduk tetapi belum menggunakan media sosial.
2. *Public relations* melaksanakan kegiatan-kegiatan sosialisasi dan *training*. Dalam menyampaikan pesan sosialisasi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry menggunakan strategi dan cara pendekatan yang persuasif. Dalam memaksimalkan kegiatan sosialisasi pihak perusahaan juga mengundang *stakeholder* yang berperan dalam penanganan kebakaran lahan dan hutan.
3. *Public Relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry mempunyai tugas setiap bulannya untuk merilis berita kemedi minimal dua kali dalam sebulan. Dalam menetapkan konsep berita yang akan dimuat kemedi, strategi *public relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, adalah mengundang wartawan untuk datang langsung kelokasi, sehingga wartawan bisa langsung berinteraksi kepada narasumber.
4. *Public relations* Pt. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry menjalin hubungan baik dengan komunitas-komunitas seperti Ibu-Ibu PKK, Bumdes, Karang Taruna dan Gapoktan. Dalam hal ini *Public Relations*



juga menggandeng dan melibatkan *stakeholder* yang berkaitan dengan persoalan hutan dan lingkungan. Strategi yang dilakukan *Public Relations* untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat adalah dengan cara selalu terlibat aktif dalam kegiatan masyarakat.

5. *Public relations* melakukan silaturahmi ke kantor desa untuk melakukan proses *lobbying and negotiation* ke aparatur Desa, tujuan dari *lobbying and negotiation* adalah agar terciptanya kesepakatan dan kerja sama. Strategi yang digunakan adalah membuka komunikasi yang baik kepada aparatur desa, memberikan presentasi tentang manfaat program desa makmur peduli api.

B. Saran

1. Diharapkan kepada *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry untuk menggunakan media sosial dalam memaksimalkan kegiatan publikasi.
2. *Public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry harus membuat konsep kegiatan yang lebih kreatif lagi dan terobosan baru pada kegiatan-kegiatan sosialisasi dan *training*.
3. *Public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry harus terus menjalin hubungan baik dengan masyarakat, *stakeholders* yang berkaitan dengan penjagaan lingkungan dan penanganan kebakaran lahan dan hutan serta terus menjaga hubungan baik dengan media.
4. Program Desa Makmur Peduli Api selesai pada tahun 2020, maka sangat penting bagi *public relations* untuk mengevaluasi dan melihat sejauh mana *progress* keberhasilan program Desa Makmur Peduli Api dan merancang program *community development* selanjutnya.

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.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Site Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- 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.
- Gassid, Syarifuddin S. dan Suryanto, *Public Relations*, Yogyakarta: C.V AndiOffset, 2016.
- Atmiko, Rammad Dwi, *Manajemen Strategik*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malah Press, 2003.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2003.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Butterick, Keith, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005.
- Nasution, Zulkarnain, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2003.
- Suhandang, Kustadi, *Public Relations Perusahaan Kajian Program Implementasi*, Bandung : Penerbit Nuansa, 2004.
- Olive Sandra, *Strategi Public Relations*, London: Erlangga, 2006.
- Soemirat , Soleh dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2002.
- Iriantara, Yosol, *Community Relations*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Dewi Fitriana utami, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2004
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Hanger, David, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2003.
2. Priantara, Yosol, *Manajemen Strategis Public Relations*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.
3. Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003.
4. Abdusyani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
5. Mardikanto, totok dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan public*, Bandung: Alfabeta, 2015.
6. Raco, J.R., *Metode Penelitian Kualitatif jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* Jakarta: Grasindo, 2010.
7. Noor, Juliansyah, *Metodologi penelitian Skripsi, Tesis, Disesrtasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
8. Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2014.
9. Bungin, Burhan, *Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2010.
10. Kriyantono, Rachmat , *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*, (Jakarta :Kencana Prenada Media Group, 2011.
11. Gunawan, Imam, *Metodologi penelitian Kualitatif Teori dan praktik*, Jakarta : Bumi Aksara, 2014.
12. Satorn, Djam'an, Aaan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2014.
13. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2012.
14. Bungin, Burhan *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2005.
15. Simandjuntak , John P., *Public Relations*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.
16. Morison, *Manajemen Public Relation, Strategi menjadi Humas Profesional*, Jakarta: Kencana, 2008.



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

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ova, Firsan, *Crisis Public Relation: Strategi PR Menanggapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2011.

ukada, Sonny, *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Jakarta: Indonesia Business Links, 2007.

Sumber lainnya

Desa Makmur Peduli Api, PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, 2019.

Ni Wayan Novi Budiasni, 2015, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* berdasarkan Konsep Tri Hita Karana (Studi kasus Hotel Como Sihambala Estate)", dalam *Jurnal Akuntansi*, 3(1): 1-2.

Siti Murniati Muhtar, Hafied Cangara, A. Alimuddin Unde. 2013. Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Oleh Humas Pt. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. *Jurnal Komunikasi Kareba*. 2(1): 91-98.

Lyza Audina Pangesti. 2018. Strategi komunikasi divisi *public relations* PLN distribusi jawa barat dalam sosialisasi subsidi listrik tepat sasaran. *Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*. 12(1): 31-39.

Ismi Rahmayuni, Ida Riaeni, Ahmad Yusron. 2018. Peran public relations dalam program corporate social responsibility (csr) di csb mall, Cirebon. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(1): 37-43.

Melanie Inkiriwang. 2014. Strategi humas Polresta manado dalam mensosialisasikan program "brenti jo bagate" di kelurahan bahu kecamatan malalayang. *Jurnal Acta Diurna*. 3(3): 1-11

Emilia Susanti, Strategi *public relations* dalam meningkatkan citra organisasi *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*.

<https://www.asiapulppaper.com/es/node/2889>, diakses tanggal 10 Maret 2019 pukul 20.45 wib.

<http://www.tribunnews.com/nasional/2017/10/18/kemendes-pdtt-dan-pt-sinar-mas-wujudkan-desa-makmur-peduli-api>, diakses tanggal 4 April 2019 pukul 02.27 wib.

https://www.kompasiana.com/herman_zamani/56c7474e157b611c0b2f549c/cega-h-kebakaran-hutan-via-desa-makmur-peduli-api?page=all, diakses tanggal 10 Maret 2019 pukul 02.35 wib.



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.

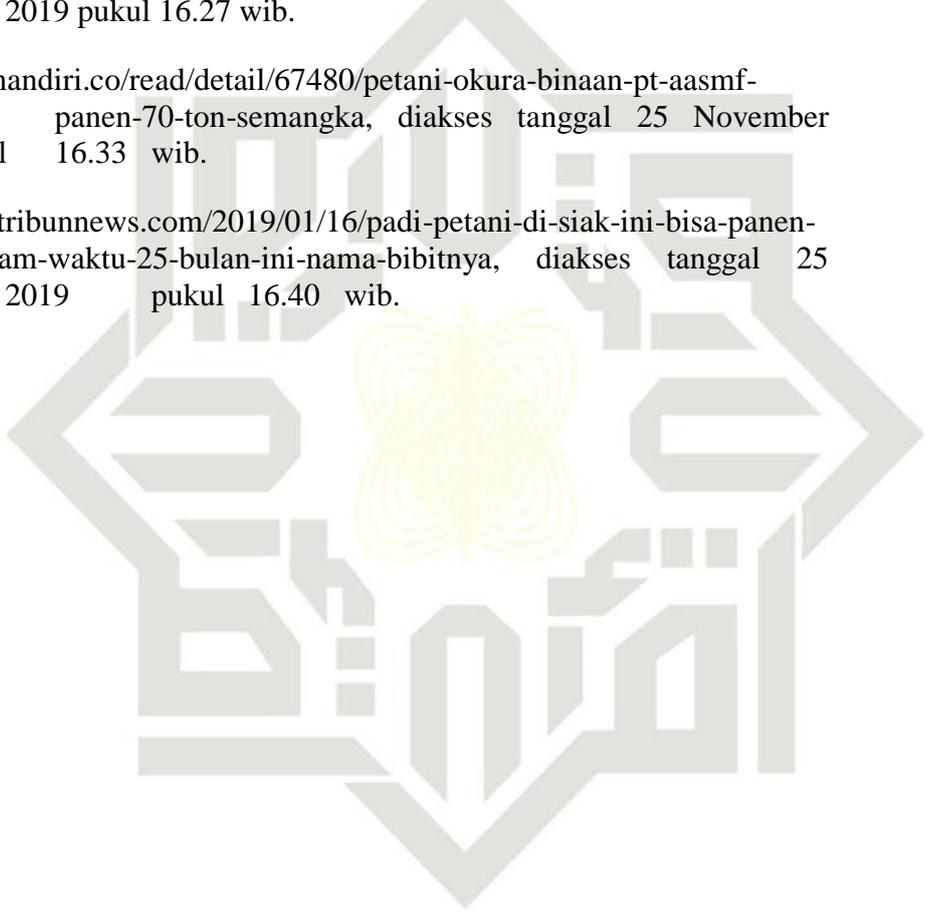
www.sinarmas.com/blog/?p=2203, diakses tanggal 25 November 2019 pukul 16.18 wib.

<http://m.halloriau.com/read-113739-2019-04-25-pt-aasmfikpp-gandeng-marta-tilaar-latih-ibuibu-program-dmpa.html>, diakses tanggal 25 November 2019 pukul 16.22 wib.

<https://www.riaumandiri.id/read/detail/71464/suparman-kecanduan-tanam-cabe-program-dmpa-pt-aasinarmas%20#a0#.XRQmCqiYIXA.whatsapp>, diakses tanggal 25 November 2019 pukul 16.27 wib.

<https://www.riaumandiri.co/read/detail/67480/petani-okura-binaan-pt-aasmf-berhasil-panen-70-ton-semangka>, diakses tanggal 25 November 2019 pukul 16.33 wib.

<https://pekanbaru.tribunnews.com/2019/01/16/padi-petani-di-siak-ini-bisa-panen-dalam-waktu-25-bulan-ini-nama-bibitnya>, diakses tanggal 25 November 2019 pukul 16.40 wib.





Empiran I

DAFTAR WAWANCARA

Nama : Yhudi Juliandra Dinata
 Nim : 11543100688
 Informan A : Nurul Huda
 Informan B : Joss Rinaldy
 Informan C : Darto

Wawancara dilaksanakan dikantor PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry. Wawancara ini dilakukan terhadap narasumber, yaitu Nurul Huda selaku *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry, selaku penanggung jawab program desa makmur peduli api dan selaku pembina program desa makmur peduli api. Adapun wawancara ini berkaitan dengan “Strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam mensosialisasikan *community development* (program desa makmur peduli api)” dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa saja kriteria kegiatan program DMPA yang dipublikasikan?
2. Kapan waktu *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry melaksanakan kegiatan publikasi dan media apa saja yang digunakan?
3. Apakah *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry mempersiapkan strategi khusus untuk memaksimalkan kegiatan publikasi program DMPA dalam rangka mensosialisasikan program DMPA?
4. Bagaimana strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam penyampaian pesan sosialisasi pada sosialisasi program *community development* melalui program DMPA?
5. Siapa yang menjadi narasumber sosialisasi dan apa saja kegiatan yang ditetapkan oleh *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry pada kegiatan sosialisasi program *community development* melalui program DMPA?

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.



6. Apa saja *goals point* yang ingin dicapai *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dari penulisan berita dan siapa sasaran pembaca dari berita tersebut?
7. Bagaimana strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry menetapkan *angle* berita yang akan dimuat di media?
8. komunitas apa saja yang dilibatkan untuk menyukseskan program *community development* melalui program DMPA?
9. Bagaimana strategi *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar perusahaan dan komunitas yang terlibat?
10. Bagaimana *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry menentukan tindakan efektif untuk membangun dan mempertahankan citra yang positif melalui program DMPA?
11. Siapa yang menjadi target *lobbying and negotiation* serta kapan dan dimana *proses lobbying and negotiation* dilakukan?
12. Apa strategi dan tujuan yang ingin dicapai oleh *public relations* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam proses *lobbying and negotiation*?
13. Apa program *community development* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry dalam rangka pemberdayaan masyarakat dan siapa saja yang menjadi sasaran penerima program *community development* melalui program DMPA?
14. Apa yang melatar belakangi program DMPA dan apa *goals point* yang ingin dicapai pada program *community development* yang ingin dicapai oleh PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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.

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.

DOKUMENTASI



Gambar 1 : Mengunjungi Kantor
PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.



Gambar 2 : Wawancara dengan Bapak Nurul Huda *Public Relations*
PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.

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.



Gambar 2 : Wawancara dengan Bapak Joss Rinaldy Kasi Sosial *Community Development* PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry.



Gambar 3 dan 4 : Melakukan kunjungan kepada masyarakat penerima Program Desa Makmur Peduli Api.

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.



Gambar 5 : Kegiatan Training Ibu-ibu PKK tentang tanaman obat-obatan dan tata rias.



Gambar 5 dan 6 : Bantuan Program Desa Makmur Peduli Api.

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.



Gambar 7 : Pemberitaan tentang program Desa Makmur Peduli Api.



Gambar 8 : Wawancara dan mengunjungi masyarakat penerima program Desa Makmur Peduli Api.

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.

PENGESAHAN

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. ARARA ABADI-SINAR MAS FORESTY DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM COMMUNITY DEVELOPMENT MELALUI PROGRAM DESA MAKMUR PEDULI API

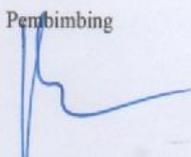
Disusun Oleh:

Nama : Yhudi Juliandra Dinata

NIM : 11543100688

Telah Disetujui Dosen Pembimbing pada tanggal 10 Oktober 2019

Pembimbing


Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIK. 130 417 119



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/129/2019 Pekanbaru, 04 Jumadil Awal 1440 H
Sifat : Biasa 10 Januari 2019 M
Lampiran : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Yudhi Juliandra Dinata**

Kepada Yth.
Usman, M.I.Kom
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n **Yudhi Juliandra Dinata** NIM. 11543100688 dengan judul "**Strategi Public Relations PT. Arara Abadi Sinar Mas Foresty dalam Mensosialisasikan Program Desa Makmur Peduli Api**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

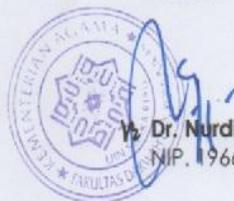
Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
2. Ketua Jurusan Komunikasi

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.

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.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4500/2019
Sifat : Biasa
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 13 Syawal 1440 H
17 Juni 2019 M

Kepada Yth.
Gubernur Riau
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Yhudli Juliandra Dinata
NIM : 11543100688
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

"Strategi Public Relations PT. Arara Abdi-Sinar Mas Forestry dalam Mensosialisasikan Program Community Development Melalui Program Desa Makmur Peduli Api"

Adapun sumber data penelitian adalah :

" Arara Abdi-Sinar Mas Forestry"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan.



Tembusan :



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/23498
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4500/2019 Tanggal 17 Juni 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

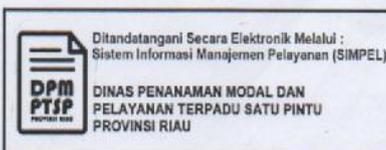
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : YHUDI JULIANDRA DINATA |
| 2. NIM / KTP | : 11543100688 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. ARARA ABADI-SINAR MAS FORESTY DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM COMMUNITY DEVELOPMENT MELALUI PROGRAM DESA MAKMUR PEDULI API |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. ARARA ABADI-SINAR MAS FORESTY SIAK |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 20 Juni 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Siak
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Siak Sri Indrapura
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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.



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.



PEMERINTAH KABUPATEN SIAK

KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Panglima Ghimban/ Rumah Dinas Jabatan Blok. II
SIAK SRI INDRAPURA

Nomor : 070/Kesbangpol/248
 Lampiran : -
 Perihal : **Rekomendasi Riset**

Kepada:
 Yth. Camat Tualang

di-
Tempat

Memenuhi maksud surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor: 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/23498 tanggal 20 Juni 2019 tentang perihal tersebut diatas, maka kami memberikan Rekomendasi Penelitian kepada Saudara :

Nama : **YHUDI JULIANDRA DINATA**
 NIM : 11543100688
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Jenjang : S 1
 Alamat : PEKANBARU
 Judul Penelitian : **"STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. ARARA ABADI-SINAR MAS FORESTY DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM COMMUNITY DEVELOPMENT MELALUI PROGRAM DESA MAKMUR PEDULI APT"**
 Lokasi Penelitian : PT. ARARA ABADI-SINAR MAS FORESTY SIAK

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan Riset/Pra Riset dan pengumpulan data ini ;
- b. Pelaksanaan Kegiatan Riset/ Pra Riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal Rekomendasi ini dibuat;
- c. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar hasil Riset/ Pra Riset yang telah dilaksanakan kepada Kantor Kesbang dan Politik Kabupaten Siak dan Instansi yang bersangkutan.

Demikian Rekomendasi ini di berikan, agar digunakan sebagaimana mestinya, dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset ini, dan diucapkan terima kasih.

Dikeluarkan di : Siak Sri Indrapura
 Pada tanggal : 8 Juli 2019

a.n. **KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA
 DAN POLITIK KABUPATEN SIAK**
 Kasubbag Tata Usaha


RAHMIWATI L. SP
 NIP. 19730724 200801 2 003

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Pimpinan PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Siak
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Yang bersangkutan



PT. ARARA ABADI

Jalan Teuku Umar No. 51 Telp. 858888 Fax. (0761) 24071
PEKANBARU 28141 - RIAU INDONESIA

SURAT KETERANGAN

Nama	: YHUDI JULIANDRA DINATA
Tempat Tanggal lahir	: Batu Rijal/04 Juli 1997
NIM	: 11543100688
Alamat	: Jl. Melati II, Gg Giok.
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Status	: Mahasiswa
Keterangan	: Berdasarkan nomor surat 070/Kesbangpol/248 benar-benar telah melakukan penelitian di PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry untuk menyusun skripsi dengan judul "Strategi <i>Public Relations</i> PT. Arara Abadi-Sinar Mas Forestry Dalam Mensosialisasikan Program <i>Community Development</i> melalui program Desa Makmur Peduli Api"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya, terimakasih.

Pekanbaru, 1 November 2019

Public Relations
PT. ARARA ABADI



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.