

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT.RAPP (RIAU ANDALAN PULP & PAPER) PANGKALAN KERINCI DALAM MENANGANI KONFLIK SENGKETA LAHAN DI DESA GUNUNG SAHILAN DAN SAHILAN DARRUSALAM KABUPATEN KAMPAR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Komunikasi
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Oleh :

BERRY FIRMANSYAH

NIM :10843001935

PROGRAM S1

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2012

ABSTRAK

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT.RAPP (RIAU ANDALAN PULP & PAPER) PANGKALAN KERINCI DALAM MENANGANI KONFLIK SENGKETA LAHAN DI DESA GUNUNG SAHILAN DAN SAHILAN DARUSALAM KABUPATEN KAMPAR

Peneliti hanya ingin mengetahui strategi apa yang digunakan oleh Public Relations PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan ini, yang membuat PT.RAPP tetap bertahan tanpa mengurangi luas HTI dan hasil Produksi. Metode penulisan yang digunakan adalah metode Deskriptif Kualitatif. Data penelitian ini adalah hasil dari wawancara penulis dengan Pimpinan dan Staf Pulic Relation PT. RAPP, serta observasi yang dilakukan oleh penulis. Pada dasarnya penelitian ini menggunakan teory Two Ways Asymetrical oleh Grunig & Hunt. Teori yang mengatakan bahwa seorang PR/Humas melakukan komunikasi dua arah, dan menggambarkan bahwa propaganda dilakukan melalui komunikasi dua arah timbal balik yang berimbang.

Untuk sebuah perusahaan seperti PT.RAPP kedudukan Public Relations menjadi sangat penting agar semua aktifitas Public Relations PT.RAPP dapat mencegah dan mengatasi terjadinya konfrontasi dilingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dari hasil penelitian yang penulis dapatkan, bahwa strategi yang digunakan oleh PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan tersebut adalah strategi *Pendekatan terhadap stakeholder* yaitu Masyarakat tempatan di Desa Gunung sahilan dan Sahilan Darussalam. Pendekatan dilakukan dengan mengadakan dan menghadiri setiap pertemuan dan berdialog untuk pencapaian kesepakatan damai. *Pendekatan terhadap pemerintah* dilakukan dengan bertindak dan mematuhi seluruh peraturan dari pemerintah dan mengundang pemerindah dalam setiap pertemuan sekaligus menjadi mediator untuk kesepakatan damai. *dan pendekatan terhadap media* dengan melakukan penyebaran informasi melalui Pers Release, Workshop ke 5 media dan menjalankan program Endgetment atau jumpa temu wartawan yang bertujuan untuk kontrol terhadap media terkait berita-berita negatif yang tersebar ke publik. Semua strategi pendekatan tersebut dilakukan melalui komunikasi interpersonal yang pada hakekatnya komunikasi ini dianggap sangat efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang karena sifatnya dialogis berupa percakapan dengan adanya arus umpan balik secara langsung. Dari hasil penelitian, strategi tersebut sangat penting dilakukan dalam menangani konflik yang terjadi untuk membentuk kembali dukungan serta kepercayaan masyarakat dan menjaga citra perusahaan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatu,

Puji syukur penulis persembahkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmatNya berupa nikmat iman dan kesehatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Sripsi ini. Skripsi yang diajukan sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau. Amin ya Rabbal'Alamin.

Ucapan Salawat serta salam Allahuma *Sholli'ala Muhammad Wa'ala alihi Washohbihi Rosullillahi Ajma'in*, penulis ucapkan buat junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa risalah yang benar disisi Allah SWT, dan sebagai suri tauladan yang benar bagi seluruh umat manusia.

Disatu sisi, penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini merupakan karya tulis yang ideal yang masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis selalu berusaha untuk dapat memberikan yang terbaik dalam penulisan skripsi ini. Disamping itu, dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sumbangan moril maupun materil. Dan sudah sewajarnya pula penulis terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. DR. M. Nazir, MA. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Bapak Prof. DR. Amril M, MA. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, dan pembantu Dekan I, II, III, beserta seluruh staf dekan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu
3. Kemudian buat Ayahanda Zulfitri dan ibunda Ellisa, yang telah memberikan bantuan dan dukungan berupa moril dan materil yang terus mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi dan untuk menyelesaikan Study di Perguruan Tinggi.
4. Bapak DR. Nurdin Abdul Halim, MA selaku ketua jurusan dan Bapak Yantos, M.Si selaku sekretaris di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, dan sekaligus sebagai pembimbing Skripsi penulis, beserta seluruh staf jurusan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.
5. Dan untuk pimpinan PT. RAPP Mulia Nauli dan Head Manager CorpComm Pamungkas Trishadiatmoko, beserta seluruh staf dan karyawan yang telah membantu penulis dalam penyajian datadan penelitian.
6. Selanjutnya adik penulis Mutya Fauziah dan Lestari Safitri yang tercinta, serta Keluarga Besar, dan Tetangga. Begitu juga untuk teman terdekat yang penulis cintai, teman-teman Angkatan 2008, dan teman Sky_dunksG. yang telah banyak memberikan bantuan dan terus mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi untuk menyelesaikan Study di Perguruan Tinggi.

Selain itu, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan penulisan ini, Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, Amin

Pekanbaru, 7 November 2012

Berry Firmansyah

NIM : 10843001935

DAFTAR ISI

halaman

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR GAMBAR.....vii

ABSTRAK.....viii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....1

B. Alasan Memilih Judul.....5

C. Penegasan Istilah.....6

D. Permasalahan.....7

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....8

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operational.....8

G. Metode Penelitian31

H. Teknik Analisis Data.....34

I. Sistematika Penulisan.....35

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah PT. Riau Andalan Pulp & Paper.....37

B. Aspek Perusahaan terhadap Lingkungan.....39

C. Kerjasama Perusahaan.....	41
D. Produk PT. RAPP.....	42
E. Sertifikasi PT. RAPP.....	43
F. Struktur Organisasi.....	44

BAB III : PENYAJIAN DATA

Strategi PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.....	46
1. Pendekatan Terhadap Pemerintah.....	47
2. Pendekatan Terhadap Stakeholder.....	50
3. Pendekatan Terhadap Media.....	53

BAB IV : ANALISIS DATA

A. Strategi PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.....	56
1. Pendekatan Terhadap Stakeholder	56
2. Pendekatan Terhadap Pemerintah.....	59
3. Pendekatan Terhadap Media.....	65
B. Rumusan Kajian.....	67

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	70
--------------------	----

B. Saran.....72

DAFTAR PUSTAKA.....74

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas Public Relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*Two Way Communication*) antara suatu perusahaan atau lembaga dengan pihak publik yang bertujuan menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu. Ketergantungan antar individu dengan perusahaan, dan pemerintah dengan organisasi-organisasi sosial telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan manajemen yang disebut sebagai hubungan masyarakat (PR) (Soemirat, 2004:06).

Setiap perusahaan mempunyai divisi/bagian, salah satunya adalah divisi *Public Relations*. Setiap divisi tersebut perlu mengembangkan strateginya untuk mendukung terlaksananya tujuan perusahaan. Dengan demikian maka seorang *Public Relations* membutuhkan strategi. Strategi merupakan berbagai perencanaan dan manajemen yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dapat dilihat dalam (Rosady, 2005:37) strategi hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya.

Di setiap tempat, dunia Public Relations mempunyai peran ganda, disatu pihak berupaya menjaga citra, baik terhadap lembaga atau organisasi yang diwakilinya, dan dipihak lain ia harus berhadapan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti opini public yang negatif, controversial, bertentangan, hingga menghadapi saat yang paling penting krisis kepercayaan dan citra. Public relations merupakan penghubung

antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya sehingga maksud dan tujuan dari organisasi/lembaga dapat sampai kepubliknya. organisasi dan lembaganya. Public Relations mempunyai peranan yang penting dalam mengefektifkan organisasi dengan membangun hubungan jangka panjang dengan lembaga-lembaga strategis (Soemirat, 2004:89).

Isu sengketa lahan sudah menjadi isu Nasional dewasa ini. Persoalan agraria atau lebih populer dengan sebutan dengan sengketa lahan terpicu dari tak adanya koordinasi antara perusahaan kepada pemerintah dan masyarakat dan berpotensi menimbulkan konflik yang dapat berujung dengan aksi kekerasan. Provinsi Riau adalah salah satu dari daerah yang kasus sengketa tanah antara masyarakat dan perusahaan banyak terjadi dan bila tidak diakomodir. Untuk itu Pemerintah diminta tegas dan pro aktif, jika perusahaan melakukan pelanggaran harusnya ditindak dengan tidak membiarkan terjadinya ego sektoral yang nantinya dapat memperkeruh suasana ditingkat lapisan bawah. Laporan **Scale Up data 2011** mengidentifikasi 34 kasus sengketa lahan di sektor HTI (Hutan Tanaman Industri), seperti konflik sengketa lahan yang terjadi antara masyarakat dengan PT RAPP dan Mitranya (APRIL Group).

PT. Riau Andalan Pulp & Paper kerinci merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan kertas dan pulp. PT.RAPP merupakan mitra dari perusahaan besar **Asia Pacific Resources International Limited (APRIL)**, dimana perusahaan ini berpusat di Indonesia (kerinci) dan cina (Rhizao). PT.RAPP memulai produksi pada tahun 1995 pulp dan produksi paper 1998 paper. Konflik Sengketa lahan antara RAPP dengan warga Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam, Kampar, Riau. Persoalannya adalah perusahaan tidak menjalankan Kepmenhut Nomor 246 tahun 1996 *junto* Permenhut 21

tahun 2006 tentang tanaman kehidupan yang mengharuskan perusahaan menyediakan lahan kehidupan bagi masyarakat di tempat konsesi.

Terkait penyediaan lahan untuk kebun masyarakat seluas 2000 hektar yang akan diperuntukkan untuk kebun 1.000 orang warga masyarakat (masing-masing 2 hektar). Dalam pertemuan yang dihadiri oleh Kapolsek Kampar Kiri, Perwakilan Camat, Danramil Kampar Kiri, Kepala Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darusalam, perwakilan masyarakat dan perwakilan Manajemen RAPP, RAPP telah menyampaikan bahwa perusahaan tidak memiliki hak dan kewenangan untuk melepaskan lahan seperti yang dituntut masyarakat, karena lahan konsesi yang dikelola RAPP merupakan tanah milik negara sesuai izin yang diberikan pemerintah melalui Menteri Kehutanan. Sehingga RAPP memandang bahwa tuntutan masyarakat tersebut sebaiknya ditujukan kepada pemerintah.

Kasus sengketa lahan adalah masalah serius di sektor kehutanan baik perkebunan maupun hutan tanaman industri. Dari kasus di atas dapat keberadaan publik relation untuk sebuah perusahaan seperti PT.RAPP dianggap sangat penting. Hal ini dimaksudkan agar semua aktivitas Public Relations di PT.RAPP mampu mengatasi dan mencegah terjadinya konfrontasi dalam lingkungan internal maupun eksternal atau perusahaan serta memberikan efek yang berupa tanggapan (respon) yang positif dari pihak publik (Rosady, 2003:98).

Konflik yang terjadi merupakan konflik pemanfaatan sumber daya alam yang muncul sebagai konflik sengketa lahan (Grimbel & Wellard 2002). Strategi penyelesaian konflik merupakan langkah-langkah yang harus ditempuh oleh Public Relations PT.RAPP untuk mendukung terwujudnya tujuan perusahaan, dengan kata lain strategi manajemen

konflik merupakan perencanaan (PR plan) PT.RAPP. Pada perencanaan manajemen strategi Public Relations, tujuan perusahaan menjadi dasar dalam memilih strategi yang akan dijalankan. Seperti yang dijelaskan mengenai strategi Public Relations menurut 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 PR plan.

Untuk itulah penulis tertarik mengkaji masalah ini secara ilmiah. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT.RAPP (RIAU ANDALAN PULP & PAPER) PANGKALAN KERINCI DALAM MENANGANI KONFLIK SENGKETA LAHAN DI DESA GUNUNG SAHILAN DAN SAHILAN DARUSALAM KABUPATEN KAMPAR”**.

B. Alasan Memilih Judul

Penulis mengangkat dan memilih judul penelitian ini berdasarkan alasan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Peneliti ingin mengetahui strategi apa yang digunakan oleh Public Relations PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan ini, yang membuat PT.RAPP tetap bertahan tanpa mengurangi luas HTI dan hasil Produksi. Konflik yang terjadi sangat penting untuk diselesaikan agar tidak mempengaruhi dan berdampak buruk pada citra dari perusahaan.
2. Judul ini berkaitan langsung dengan study ilmu komunikasi yaitu bidang kehumasan dan permasalahannya sangat menarik untuk diteliti.

3. Peneliti merasa mampu untuk mengadakan penelitian baik dari segi waktu, dana, lokasi dan segala aspek lainnya

C. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini maka penulis memberikan beberapa penegasan istilah yang terdapat pada judul tersebut yaitu :

1. Strategi

Strategi adalah suatu perencanaan (planing), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Uchjana, 1994: 32).

2. Public Relations

Public Relations merupakan suatu fungsi manajemen yang dijalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi yang bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati dan dukungan publiknya. Dengan menilai pendapat umum dari publik dengan tujuan mencapai kerjasama yang lebih produktif untuk melaksanakan kerjasama yang lebih efisien. Dari definisi tersebut fungsi Public relations adalah upaya yang mantap berencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina pengertian bersama antara organisasi dan khalayak (Uchjana, 1994:134).

3. PT Riau Andalan Pulp & Paper

PT Riau Andalan Pulp & Paper adalah sebuah perseroan terbatas (PT) yang bergerak dalam bidang industri kertas dan bubur kertas. Selain itu PT.RAPP juga merupakan penghasil huatn industri terbesar yang terletak di Pangkalan Kerinci, Pelalawan, Riau(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

4. Konflik

Menurut Killman dan Thomas (1978), konflik merupakan kondisi terjadinya ketidakcocokan antar nilai atau tujuan-tujuan yang ingin dicapai, baik yang ada dalam diri individu maupun dalam hubungannya dengan orang lain. Kondisi yang telah dikemukakan tersebut dapat mengganggu bahkan menghambat tercapainya emosi atau stres yang mempengaruhi efisiensi dan produktivitas kerja (Wijono, 1993:4)

Konflik sengketa lahan adalah hubungan antara dua pihak atau lebih yang memiliki tujuan dan persepsi yang beda dalam menangani pemanfaatan lahan atau tanah. Konflik ini terjadi karena adanya hubungan yang selaras antara pihak perusahaan dan stakeholder perusahaan.

D. Permasalahan

Dari pembahasan dan judul ini maka penulis mengambil batasan masalah tentang *“Bagaimana strategi publicrelationsPT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam kabupaten Kampar”*.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja Strategi Humas PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam Kabupaten Kampar.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis, untuk memberikan sumbangan ilmiah bagi penulis khususnya dan mahasiswa pada umumnya, di bidang komunikasi dan pihak lain yang berkepentingan.
- b. Secara praktis, dapat menambah wawasan berfikir dalam kajian ilmiah serta masukan bagi pihak terkait, dan sekaligus untuk mengembangkan dan memperdalam pengetahuan penulis.

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

Penelitian mengenai “**strategi**” secara umum sudah pernah di teliti oleh beberapa orang. Saya sebagai peneliti yang juga melakukan penelitian mengenai “*Strategi Public Relations PT.RAPP Dalam Menangani Konflik Sengketa Lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam Kabupaten Kampar*” sebagai judul dalam penelitian ini. Secara garis besar penelitian ini akan membahas mengenai “*Bagaimana strategi public relations PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam Kabupaten Kampar.*”

Agar permasalahan dalam penelitian ini mudah untuk di pahami, maka diperlukan pendapat dari para ahli mengenai “*Strategi, Public Relations, dan Konflik*”. Pembahasan kerangka teoritis ini bertujuan untuk memaparkan atau menjelaskan konsep-konsep teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian.

a. Strategi Public Relations

Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana adalah merupakan hasil dari perencanaan (planing), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsidasar dari manajemen, pernyataan dari AhmadS. Adnanputra (dalam Rosady, 2005:123).

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, strategi menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan humas yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (*Favourable image*) bagi organisasi perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para stakeholder (pihak yang berkepentingan) sasaran yang etrkait, yaitu publik eksternal dan internal. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi kegiatan Public Relations seharusnya di arahkan pada upaya menggarap perspsi para stakeholder. Konsekuensinya, jika penggarapan ini berhasil maka akan diperoleh sikap dan tindakan yang neguntungkan dari stakeholder. Pada akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra positif yang menguntungkan untuk perusahaan (Rosady, 2005:124).

Dalam pembentukan strategi korporat, suatu strategi dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah,tujuan dan

sasaran dari suatu pola menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan (Rosady, 2005:131) yaitu:

- 1) Secara makro, lingkungan perusahaan / lembaga tersebut akan dipengaruhi oleh unsur-unsur: kebijakan umum, budaya yang dianut, sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh pemerintah.
- 2) Secara mikro, tergantung dari misi perusahaan, sumber-sumber yang dimiliki, sistem perorganisasian, dan rencana atau program dalam jangka waktu pendek atau jangka panjang, serta sasaran yang hendak dicapai.

Ruang lingkup tugas Public Relations membina hubungan internal dan eksternal perusahaan antara lain meliputi aktivitas yaitu :

1) Membina hubungan kedalam (Publik Internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit atau badan perusahaan itu sendiri. Dan mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang dapat mengakibatkan atau menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat, sebelum kebijakan atau dijalankan oleh organisasi Soemirat dan Ardianto (2004).

2) Membina hubungan keluar (Publik Eksternal)

Ujchana (1993) yang dimaksud dengan publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif publik terhadap lembaga/perusahaan yang diwakilinya. Jadi, peran public relations tersebut bersifat dua arah, yaitu berorientasi kedalam dan keluar. Banyak sekali definisi Public Relations, namun pada umumnya mempermasalahkan : pembentukan *goodwill*, *mutual*

understanding, favourable publik opinion. Tapi sering tidak jelas apa yang dimaksud dengan istilah tersebut.

Secara garis besar pada permasalahan ini strategi perusahaan sangat dipengaruhi oleh publik eksternal perusahaan. Jadi strategi yang public eksternal perusahaan tersebut meliputi :

a) ***Strategi Public Relations Melalui Media Relations.***

Strategi Public Relations yang sangat efektif dalam proses penyebaran informasi tentang perusahaan melalui media massa baik itu media cetak ataupun elektronik, agar menciptakan image dan memberikan respon yang positif dari para stakeholder, menurut Silih Agung Wasesa (Dalam Strategi Public Relations, 2005:68) bahwa tidak sedikit praktisi Public Relations yang mulai memposisikan diri sebagai partner strategis media massa, sehingga informasi yang dimilikinya dikelola secara profesional untuk dijadikan informasi yang dibutuhkan oleh Publik.

Upaya ini juga akan dengan sendirinya akan menghemat atau mengurangi biaya pembelian lahan di media massa, karena media massa dengan senang hati akan merelakan halamannya untuk diisi oleh informasi yang di berikan Public Relations. Semua ini bisa terjadi disebabkan karena Public Relations tidak lagi menjadikan informasi sebagai sebuah benda mati yang disebarkan utuh sepeti aslinya. Public Relations harus memodifikasi sesuai target audiens dari informasi tersebut.

b) ***Strategi Public Relations Melalui Hubungan Komunitas.***

Menurut Rhenald Kasali (2005:127) bahwasannya komunitas lokal adalah masyarakat yang bermukim ataupun Lembaga terkait yang berada disekitar perusahaan

ataupun aset perusahaan lainnya, komunitas lokal dipandang sebagai satu kesatuan dengan perusahaan yang memberikan manfaat timbal balik. Hubungan timbal balik bukan berarti suatu komunitas adalah kumpulan orang – orang yang saling berbagi dalam memanfaatkan suatu fasilitas lebih jauh komunitas adalah suatu organisme sosial yang saling berinteraksi.

Beberapa hal keuntungan dengan membuat hubungan yang harmonis dengan komunitas lokal yaitu sebagai pendukung kegiatan perusahaan, yang mengenal perusahaan secara dekat dan tinggal di dekat perusahaan salah itu sendiri.

c) ***Strategi Public Relations Melalui PRC (Persepsi Realitas Citra).***

Menurut Kotler dalam bukunya Marketing Manajemen (1999) yang dikutip oleh Silih Agung Wasesa (2005:13) mendefinisikan bahwa persepsi sebagai sebuah proses dimana seseorang melakukan seleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi – informasi yang masuk ke dalam pikirannya menjadi sebuah gambaran besar yang memiliki arti. Dengan demikian menurut Silih Agung Wasesa (2005:15) seberapa jauh opini yang akan terbentuk sepenuhnya ditentukan oleh bagaimana Public Relations mampu membangun persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi.

Persepsi realitas citra harus dibangun dengan fondasi yang kredibel, persepsi realitas citra yang tidak didasari informasi realitas dengan kredibilitas yang tinggi hanya akan menghasilkan citra yang lemah. Risiko yang diakibatkan oleh informasi yang tidak kredibel adalah banyaknya celah yang dapat dilihat oleh public termasuk pihak lain yang memiliki kepentingan bersebrangan untuk dengan mudah.

b. Public Relations (PR)

Public Relations (PR) menurut Jefkins (2003) adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. PR menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (Management by Objectives). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat PR merupakan kegiatan yang nyata. Kenyataan ini dengan jelas menyangkal anggapan keliru yang mengatakan bahwa PR merupakan kegiatan yang astrak. Sedangkan British Institute Public Relations mendefinisikan PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good-will) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Definisi tersebut mencakup aspek-aspek PR dengan aspek-aspek ilmu sosial dari suatu organisasi, yakni tanggungjawab organisasi atas kepentingan publik atau kepentingan masyarakat luas. Setiap organisasi dinilai berdasarkan sepek terjangnya.

Di dalam penguraian tujuan dari Public Relations ini, terlebih dahulu harus dibagi pengertian tujuan Public Relations tersebut berdasarkan kegiatannya. Dan diketahui secara teoritis, pembagian kegiatan Internal dan Eksternal.

Tujuan berdasarkan kegiatan internal Public Relations dalam hal ini dapat mencakup kepada beberapa hal yaitu:

- 1) Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan terutama pada kebijakan perusahaan yang sedang dijalankan

- 2) Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik.
- 3) Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan tersebut.
- 4) Merencanakan penyusunan staf yang efektif bagi penegasan kegiatan yang bersifat internal Public Relations dalam perusahaan tersebut (Anggoro, 2000:73).

Tujuan Public Relations berdasarkan bentuk kegiatan eksternal Relation, dimaksudkan adalah untuk mendapatkan dukungan dari publik. Tujuan ini meliputi :

- 1) Memperluas langganan atau pemasran
- 2) Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas
- 3) Mencari dan mengembangkan modal
- 4) Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini yang positif.

Tujuan yang tepat tidak muncul begitu saja, kita tidak bisa menemukan tujuan yang paling tepat hanya dengan duduk-duduk di belakang meja dan memerintah orang-orang lain untuk melakukansesuatu. Dari sekian banyak hal-hal yang bisa dijadikan tujuan utama kegiatan humas dari sebuah perusahaan, beberapa diantaranya yang pokok (Anggoro, 2001:71) sebagai berikut:

- 1) Untuk mengubah citra umum dimata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru dilakukan oleh perusahaan

- 2) Untuk meningkatkan bobot kualitas para karyawan/pegawai perusahaan atau anggota organisasi yang hendak direkrut
- 3) Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan
- 4) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar baru
- 5) Untuk mempersiapkan dan mengkomodasikan masyarakat bursa saham atau rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan
- 6) Untuk memperbaiki hubungan perusahaan dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan terjadinya kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan
- 7) Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan
- 8) Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis
- 9) Untuk menciptakan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam rangka menghadapi resiko pengambilalihan oleh pihak-pihak lain di bursa saham
- 10) Untuk menciptakan identitas perusahaan atau citra lembaga yang baru, yang tentunya lebih baik dari yang sebelumnya, atau dengan kenyataan yang ada
- 11) Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan dalam kehidupan sosial sehari-hari

- 12) Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara. Untuk memastikan bahwa para politisi atau pihak pemerintah memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan secara positif
- 13) Untuk menyebarkan kegiatan riset yang telah dilakukan oleh perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui batasan perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Sasaran sangat penting untuk dipahami secara sekasama disebabkan teknik komunikasi yang dilancarkan dan media yang digunakan ditentukan oleh yang dijadikan sasarannya. Jangan salah kaprah ibarat menembak burung dengan meriam, atau menembak tari baja dengan senapan angin (Uchjana, 1993:144). Publik yang menjadi sasaran Public Relations terbagi menjadi dua jenis kelompok besar, yakni publik Internal dan Eksternal dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Hubungan dengan Publik Internal Perusahaan

Sebagai publik internal mereka terdiri atas kelompok-kelompok tertentu yang tidak selalu sama jenisnya untuk organisasi yang satu bila dibandingkan dengan organisasi lainnya. Dalam organisasi berbentuk perusahaan misalnya, publik internal meliputi karyawan dan pemegang saham.

a) Hubungan dengan Karyawan (Employee Relations)

Di Indonesia masih banyak perusahaan yang mengabaikan karyawan sebagai sasaran kegiatan Public Relations. Kebanyakan perusahaan memfokuskan kegiatan kepada publik eksternal, dimana semestinya mendapatkan perhatian yang seimbang dengan publik internal. Seorang Public Relations akan berhasil dalam melaksanakan hubungan dengan karyawan apabila ia memahami apa yang dibutuhkan oleh karyawan

itu karena karyawan memiliki pengaruh yang besar terhadap organisasi/perusahaan. Jenis-jenis kebutuhan yang diungkapkan oleh Abraham Maslow yaitu kebutuhan: kebutuhan psikologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan cinta, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan mewujudkan sendiri (Uchjana, 1993:144). Selain itu motivasi juga menjadi kebutuhan karyawan dalam meningkatkan kinerja untuk perusahaan. Dan motivasi ini adalah komunikasi *persuasif*.

b) Hubungan dengan Pemegang Saham

Pemegang saham pada suatu organisasi yang berbentuk perorangan merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan, karena jumlah pemegang saham dan besarnya saham sangat mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Oleh karena itu hubungan baik dengan pemegang saham sangat diperlukan dalam rangka menumbuhkan kepercayaan dan citra positif terhadap perusahaan.

Komunikasi dalam rangka pembinaan hubungan dengan pemegang saham dapat dilakukan dengan cara, yaitu :

(1) Mengucapkan Selamat Kepada Pemegang Saham yang Baru

Pemegang saham yang baru adalah anggota baru dalam lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, ucapan selamat diberikan pemegang saham memilikirasa ketertarikan, merasa dihormati oleh perusahanyang dipilihnya.

(2) Mengirimkan Majalah Organisasi

Perusahaan besar yang beroperasi dengan dukungan dari pemegang saham umumnya menerbitkan berkala organisasi dalam bentuk majalah, lembaran, buletin, dan sebagainya. Bila dalam bentuk majalah, ada yang khusus untuk publik internal (*Internalcompany Magazine*). Adapun bentuk berkala yang dikirimkan

kepada pemegang saham sehingga mereka dapat tahu dengan pasti tentang perkembangan perusahaan yang dimasukinya.

(3) Menyampaikan Laporan Tahunan

Laporan tahunan (*Annual Report*) yang disampaikan oleh Public Relations bukan hanya sekedar laporan keuangan, keuntungan dan kerugian saja, melainkan laporan kegiatan secara umum yang dilakukan oleh perusahaan

(4) Mengundang Dalam Berbagai Perayaan Perusahaan

Perusahaan mengundang para investor merupakan suatu hal yang lazim dilakukan oleh seorang Public Relations sebuah perusahaan dalam rangka menghormati dan niat baik perusahaan terhadap stakeholder (Uchjana, 1993:149) Yang terpenting para pemegang saham perlu senantiasa diberi informasi.

2) Hubungan dengan Publik Eksternal Perusahaan

Publik eksternal sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau masyarakat di luar organisasi yang diharapkan atau diduga ada kegiatan yang berhubungan dengan organisasi. Untuk efektifnya komunikasi sebagai pengaktifan hubungan dengan mereka, para ahli Public Relations mengklasifikasikan pada kelompok-kelompok tertentu yang menjadi publik eksternal perusahaan (Uchjana, 1993:150) meliputi:

a) Hubungan dengan Pelanggan

Sukses besar yang diraih oleh suatu perusahaan disebabkan oleh pelanggan, bukan oleh penjualanya semata. Akan tetapi dinilai sukses apabila dapat meningkatkan

jumlah langganan yang membeli berulang-ulang kali(Uchjana, 1993:150). Seorang Public Relations harus mampu menarik perhatian konsumen yang kemudian bergerak menjadi pelanggan. Dengan demikian hubungan dengan pelanggan harus dijaga dengan baik agar pelanggan merasa nyaman terhadap produk dari perusahaan dan kesuksesan yang diraih akan bertahan.

b) Hubungan dengan Komunitas

Cultif dan Cenetr dalam bukunya “*Efektif Public Relations*” mengatakan bahwa dalam rangka pelaksanaan hubungan baik perlu diketahui apa yang diinginkan oleh komunitas tersebut. Adapun unsur kesejahteraan bagi komunitas (Uchjana, 1993:152) yaitu, kesejahteraan komersial, dukungan agama, lapangan kerja, fasilitas pendidikan, hukum, keamanan, penanganan kesehatan dan pemerintah ketataprajaan yang cakap.

c) Hubungan dengan Pemerintah

Hubungan dengan pemerintah harus dijaga dengan sebaik mungkin agar pemerintah tidak mencabut izin usaha. Serta hubungan yang harmonis harus dijaga untuk mendapat dukungan penuh dari pemerintah. Seorang pelaksana hubungan dengan pemerintah mempunyai dua jenis kegiatan (Uchjana, 1993:152), yakni sebagai berikut:

- (1) Menguasai peraturan pemerintah
- (2) Public Relations harus mengetahui peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam rangka mencegah terjadinya kegiatan organisasi yang bertentangan dengan kebijakan pemerintah.
- (3) Membina hubungan dengan instansi pemerintah

Yang dimaksud dengan membina hubungan dengan instansi pemerintah adalah dengan mengakrabkan diri dengan pemerintah atau instansi setempat. Dengan tujuan

memperlancar hubungan kerjasama. Adapun cara yang lazim dilakukan (Uchjana, 1993:153) adalah dengan:

1. Mengirimkan kalender, agenda, dan bahan publikasi
2. Mengucapkan selamat atau bela sungkawa
3. Menyelenggarakan olahraga persahabatan dan lain sebagainya.

d) Hubungan dengan Media Massa

Bagi Public Relations suatu organisasi, media massa merupakan penyambung tangan untuk menjangkau publiknya yang tersebar diseluruh wilayah yang luas. Dalam pembinaan kegiatan yang berhubungan dengan media massa, perlu juga mendapatkan perhatian yang istimewa. Penting sekali bagi Public Relations untuk melakukan hubungan dengan media massa, agar kemitraan dan hubungan dengan public dapat terjaga.

Kaitan Public Relations dengan media massa harus harus tetap erat, karena Public Relations tidak dapat meninggalkan media massa sebagai pusat informasi public. Seandainya hubungan perusahaan dengan media tidak berjalan baik maka sulit untuk perusahaan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan citra positif dari perusahaan itu sendiri (Soemirat, 2004:127).

c. Konflik

Menurut Killman dan Thomas (1978), konflik merupakan kondisi terjadinya ketidakcocokan antar nilai atau tujuan-tujuan yang ingin dicapai, baik yang ada dalam diri individu maupun dalam hubungannya dengan orang lain. Kondisi yang telah

dikemukakan tersebut dapat mengganggu bahkan menghambat tercapainya emosi atau stres yang mempengaruhi efisiensi dan produktivitas kerja (Wijono, 1993:4).

Ketika suatu konflik muncul didalam sebuah organisasi, penyebabnya selalu diidentifikasi sebagai komunikasi yang kurang baik. Demikian pula ketika suatu keputusan yang buruk dihasilkan, komunikasi yang tidak efektif selalu menjadi kambing hitam. Adapun cirri-ciri konflik menurut (Wijono, 1993:37)

- 1) Setidak-tidaknya ada dua pihak secara perseorangan maupun kelompok yang terlibat dalam suatu interaksi yang saling bertentangan
- 2) Paling tidak timbul pertentangan antara dua pihak secara perseorangan maupun kelompok dalam mencapai tujuan, memainkan peran dan ambigius atau adanya nilai-nilai atau norma yang saling berlawanan
- 3) Munculnya interaksi yang seringkali ditandai oleh gejala-gejala perilaku yang direncanakan untuk saling meniadakan, mengurangi, dan menekan terhadap pihak lain agar dapat memperoleh keuntungan seperti: status, jabatan, tanggung jawab, pemenuhan berbagai macam kebutuhan fisik: sandang- pangan, materi dan kesejahteraan atau tunjangan-tunjangan tertentu: mobil, rumah, bonus, atau pemenuhan kebutuhan sosio-psikologis seperti: rasa aman, kepercayaan diri, kasih, penghargaan dan aktualisasi diri
- 4) Munculnya tindakan yang saling berhadap-hadapan sebagai akibat pertentangan yang berlarut-larut
- 5) Munculnya ketidakseimbangan akibat dari usaha masing-masing pihak yang terkait dengan kedudukan, status sosial, pangkat, golongan, kewibawaan, kekuasaan, harga diri, prestise dan sebagainya.

Seperti kita ketahui bahwa sehubungan dengan sumber daya manusia ini dapat diidentifikasi pula berbagai kompleksitas seperti kompleksitas jabatan, kompleksitas tugas, kompleksitas kedudukan dan status, kompleksitas hak dan wewenang dan lain-lain. Kompleksitas ini dapat merupakan sumber potensial untuk timbulnya konflik dalam organisasi, terutama konflik yang berasal dari sumber daya manusia, dimana dengan berbagai latar belakang yang berbeda tentu mempunyai tujuan yang berbeda pula dalam tujuan dan motivasi mereka dalam bekerja.

Seorang pimpinan yang ingin memajukan organisasinya, harus memahami faktor-faktor apa saja yang menyebabkan timbulnya konflik, baik konflik di dalam individu maupun konflik antar perorangan dan konflik di dalam kelompok dan konflik antar kelompok. Pemahaman faktor-faktor tersebut akan lebih memudahkan tugasnya dalam hal menyelesaikan konflik-konflik yang terjadi dan menyalurkannya ke arah perkembangan yang positif.

Konflik dapat berupa perselisihan (Disagreement), adanya ketegangan (The Presence Of Tension), atau munculnya kesulitan-kesulitan lain di antara dua pihak atau lebih. Konflik sering menimbulkan sikap oposisi antara kedua belah pihak, sampai kepada tahap di mana pihak-pihak yang terlibat memandang satu sama lain sebagai penghalang dan pengganggu tercapainya kebutuhan dan tujuan masing-masing. Konflik yang timbul dalam suatu lingkungan pekerjaan dapat dibagi dalam empat tingkatan:

- 1) Konflik dalam Diri Individu Itu Sendiri.

Konflik dalam diri seseorang dapat timbul jika terjadi kasus overload jitu dimana ia dibebani dengan tanggung jawab pekerjaan yang terlalu banyak, dan dapat pula

terjadi ketika dihadapkan kepada suatu titik dimana ia harus membuat keputusan yang melibatkan pemilihan alternatif yang terbaik

2) Konflik Interpersonal.

Merupakan konflik antara satu individual dengan individual yang lain. Konflik interpersonal dapat berbentuk substantive maupun emotional, bahkan merupakan kasus utama dari konflik yang dihadapi oleh para manajer dalam hal hubungan interpersonal sebagai bagian dari tugas manajerial itu sendiri

3) Konflik Intergroup

Konflik Intergroup merupakan hal yang tidak asing lagi bagi organisasi manapun, dan konflik ini menyebabkan sulitnya koordinasi dan integrasi dari kegiatan yang berkaitan dengan tugas-tugas dan pekerjaan. Dalam setiap kasus, hubungan integrup harus di-manage sebaik mungkin untuk mempertahankan kolaborasi dan menghindari semua konsekuensi disfungsional dari setiap konflik yang mungkin timbul.

4) Konflik Interorganisasi

Konflik ini sering dikaitkan dengan persaingan yang timbul di antaraperusahaan-perusahaan swasta. Konflik interorganisasi sebenarnya berkaitan dengan isu yang lebih besar.

Keterampilan memproses informasi yang dituntut dari seorang manajer termasuk kemampuan untuk mengirim dan menerima informasi ketika bertindak sebagai monitor, juru bicara (Spoker Person), maupun penyusun strategi. Menurut (Wijono, 1993:42) strategi mengatasi konflik, yaitu:

1) Strategi Mengatasi Konflik Dalam Diri Individu (Intraindividual Conflict).

MenurutWijono, untuk mengatasi konflik dalam diri individu diperlukan paling tidak tujuh strategi yaitu:

- a. Menciptakan kontak dan membina hubungan
- b. Menumbuhkan rasa percaya dan penerimaan
- c. Menumbuhkan kemampuan /kekuatan diri sendiri
- d. Menentukan tujuan
- e. Mencari beberapa alternatif
- f. Memilih alternatif
- g. Merencanakan pelaksanaan jalan keluar.

2) Strategi Mengatasi Konflik Antar Pribadi (Interpersonal Conflict)

a. Strategi Kalah-Kalah (Lose-Lose Strategy)

Beorientasi pada dua individu atau kelompok yang sama-sama kalah. Biasanya individu atau kelompok yang bertikai mengambil jalan tengah (berkompromi) atau membayar sekelompok orang yang terlibat dalam konflik atau menggunakan jasa orang atau kelompok ketiga sebagai penengah. Penyelesain konflik ini dapat melalui:

1. *Arbitrasi*, merupakan prosedur di mana pihak ketiga mendengarkan kedua belah pihak yang berselisih, pihak ketiga bertindak sebagai hakim dan penengah dalam menentukan penyelesaian konflik melalui suatu perjanjian yang mengikat.
2. *Mediasi*, dipergunakan oleh Mediator untuk menyelesaikan konflik tidak seperti yang diselesaikan oleh abriator, karena seorang mediator tidak

mempunyai wewenang secara langsung terhadap pihak-pihak yang bertikai dan rekomendasi yang diberikan tidak mengikat

3. *Negosiasi*, menggunakan proses yang disepakati bersama dan menghasilkan kesepakatan.

b) Strategi Menang-Kalah (Win-Lose Strategy)

Dalam strategi saya menang anda kalah (Win Lose Strategy), menekankan adanya salah satu pihak yang sedang konflik mengalami kekalahan tetapi yang lain memperoleh kemenangan. Penyelesain konflik ini dapat melalui:

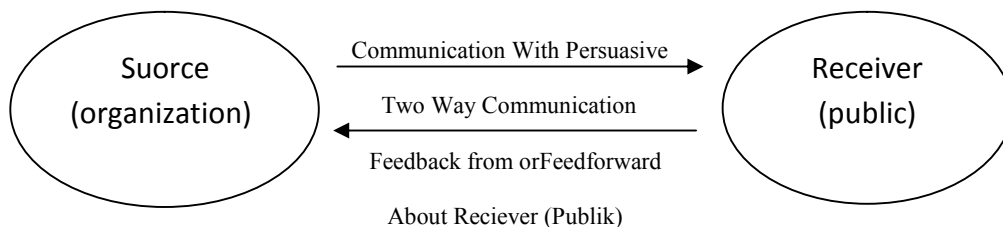
- (1) Penarikan diri, yaitu proses penyelesaian konflik antara dua atau lebih pihak yang kurang puas sebagai akibat dari ketergantungan tugas (Task Independence)
- (2) Taktik-taktik penghalusan dan damai, yaitu dengan melakukan tindakan perdamaian dengan pihak lawan untuk menghindari terjadinya konfrontasi
- (3) Bujukan, yaitu dengan membujuk pihak lain untuk mengubah posisinya untuk mempertimbangkan informasi-informasi faktual yang relevan dengan konflik
- (4) Taktik paksaan dan penekanan, yaitu menggunakan kekuasaan formal dengan menunjukkan kekuatan (power) melalui sikap otoriter karena dipengaruhi oleh sifat-sifat individu (individual traits)
- (5) Taktik-taktik yang berorientasi pada tawar-menawar dan pertukaran persetujuan sehingga tercapai suatu kompromi yang dapat diterima oleh dua belah pihak.

c) Strategi Menang-Menang (Win-Win Strategy)

Penyelesaian yang dipandang manusiawi, karena menggunakan segala pengetahuan, sikap dan keterampilan menciptakan relasi komunikasi dan interaksi yang dapat membuat pihak-pihak yang terlibat saling merasa aman dari ancaman, merasa dihargai, menciptakan suasana kondusif dan memperoleh kesempatan untuk mengembangkan potensi masing-masing dalam upaya penyelesaian konflik. ada 2 cara didalam strategi ini meliputi:

- (1) Pemecahan masalah terpadu (Integrative Problema Solving) Usaha untuk menyelesaikan secara mufakat atau memadukan kebutuhan-kebutuhan kedua belah pihak.
- (2) Konsultasi proses antar pihak (Inter-Party Process Consultation) Dalam penyelesaian melalui konsultasi proses, biasanya ditangani oleh konsultan proses, dimana keduanya tidak mempunyai kewenangan untuk menyelesaikan konflik dengan kekuasaan atau menghakimi salah satu atau kedua belah pihak yang terlibat konflik

d. Model atau Teori Two Way Asymmetrical



Gambar: Grunig & Hunt(dalam Rosady, 2003:104)

Tahapan model ini, seorang PR/Humas melakukan komunikasi dua arah, dan menggambarkan bahwa propaganda dilakukan melalui komunikasi dua arah timbale balik yang berimbang. Model ini dapat memecahkan suatu konflik yang terjadi dan mampu memperbaiki pemahaman public yang dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan dan informasi melalui teknik komunikasi yang membujuk untuk saling pengertian, mendukung, mempercayai dan saling menguntungkan kedua belah pihak (Rosady, 2003:104).

Grunig (dalam Rosady, 2003:104)mengidentifikasi suatu teori normatif mengenai Public Relations yang menganut Two Way Asymetrical memiliki karakter:

- 1) Adanya saling tergantung dan pembinaan hubungan
- 2) Ketergantungan dan pembinaan hubungan tersebut memunculkan kurangnya konflik, perjuangan, dan saling berbagi misi
- 3) Adanya keterbukaan,saling percaya dan saling memahami
- 4) Konsep kunci mengenai negosiasi,colaborasi dan mediasi
- 5) Perlunya dikembangkan suatu aturan bagi proses dan strategi

2. Konsep Operasional

Setelah kita melihat secara jelas tentang kerangka teoritis dalam penelitian di atas, maka untuk menindak lanjuti kerangka teoritis tersebut perlu dioperasionalkan, sehingga dapat memudahkan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam penyelesaian konflik. Sebelum strategi ini diimplementasikan melalui suatu proses penyelesaian konflik harus diketahui terlebih dahulu stakeholder yang terlibat dalam konflik tersebut.

Adapun stakeholder yang terlibat yaitu, masyarakat, Tokoh-tokoh masyarakat, perusahaan PT.RAPP, LSM, dan Pemerintah kabupaten yang terkait.

selanjutnya ditentukan melalui hubungan Strategi dan Konflik perusahaan sebagai indikator-indikator strategi penyelesaian konflik pada perusahaan (Uchjana, 1993:150), yaitu:

a. Pendekatan Terhadap Media

- 1) Dilakukan dengan cara mengajak mereka berpartisipasi dalam kegiatan yang dibuat oleh perusahaan
- 2) Mengirimkan pers realeas untuk memperbaiki informasi negative yang tersebar di masyarakat
- 3) Menyebarkan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan dalam penyelesaian konflik yang terjadi.

b. Pendekatan Terhadap Stakholder/Komunitas dengan cara mengundang Ninik Mamak atau tetua adat setempat dalam negosiasi untuk pencarian solusi terhadap konflik yang terjadi.

c. Pendekatan Terhadap Pemerintah

- 1) Pemerintah sebagai pihak ketiga dalam penyelesaian konflik
- 2) Mengundang pemerintah setiap acara perusahaan dalam bentuk sosialisasi hukum untuk mencegah terjadinya kegiatan organisasi yang bertentangan dengan kebijakan hukum dari pemerintah itu sendiri.

G. Metode Penelitian

Adapun teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data bersifat kualitatif digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori, untuk memperoleh kesimpulan (Arikunto, 1998:245)

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Riau Andalan Pulp & Paper (PT.RAPP) Pangkalan Kerinci yang berada di Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah Pimpinan, dan Staff karyawan public realation PT.RAPP pangkalan. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi Public Relation PT.RAPP dalam Menangani Konflik Sengketa Lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, dan alat-alat lainnya (Subagyo 1991:87). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kepala dan staf *PublicRelations*PT.RAPP Pangkalan Kerinci sebanyak 3 orang.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan arsip-arsip kehumasan yang ada dibagian Public Realation PT.RAPP Pangkalan kerinci.

4. Teknik Pengambilan Data

- a. Wawancara (interview), yaitu suatu cara pengambilan data dengan mengajukan pertanyaan langsung. Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada petugas publicrelation PT.RAPP
- b. Observasi, yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung dan sistematis di lokasi penelitian untuk melihat kondisi riil yang terjadi di bagian public Relation PT.RAPP
- c. Dokumentasi, dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan untuk melengkapi data-data yang sudah ada.

H. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain sebagainya) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang ada atau sebagaimana mestinya (Nawawi, 1991:63). Kualitatif adalah menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat dan bukan dalam bentuk angka. Terhadap data yang bersifat kualitatif, digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori, untuk memperoleh kesimpulan (Arikunto, 1998:245). Adapun langkah-langkah analisis data yang akan dilakukan :

1. Mencatat hasil data lapangan

2. Mengumpulkan, memilah, mengklarifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar dan membuat indeks
3. Melakukan verifikasi data.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan penulisan penelitian ini, penulis membagi dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

dalam pembahasan ini berisikan tentang Latar Belakang, Alasan Memilih Judul, Penegasan Istilah, Permasalahan, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Konsep operasional, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB 2 : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah PT. Riau Andalan Pulp & Paper, Aspek Perusahaan Terhadap Lingkungan, Kerjasama Perusahaan, Produksi PT.RAPP, Sertifikasi PT. RAPP, Struktur Organisasi.

BAB 3 : PENYAJIAN DATA

Pendekatan Terhadap Pemerintah, Pendekatan Terhadap Stakeholder, Pendekatan Terhadap Media.

BAB 4 : ANALISIS DATA

Strategi PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam, Rumusan Kajian.

BAB 5 : PENUTUP

Kesimpulan, dan Saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah PT. Riau Andalan Pulp & Paper Pangkalan Kerinci

PT. Riau Andalan Pulp & Paper Kerinci adalah anak perusahaan dari Asia Pacific Resources International Limited (APRIL) yang merupakan penghasil serat pulp terkemuka, produsen kertas dan salah satu produsen terbesar di dunia kayu pulp kraft dikelantang (BHK). Sebuah penjualan global dan jaringan pemasaran melihat produk APRIL digunakan di lebih dari 60 negara di seluruh dunia dalam kemasan cair, pencetakan dan kertas tulis, jaringan, tas belanja, kemasan makanan, majalah dan buku. Produk unggulan April kertas PaperOne™ yang memiliki komponen serat dibuat dari sumber terbarukan perkebunan (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Pembangunan perkebunan pertama APRIL dimulai di Provinsi Riau di Sumatra yaitu PT. Riau Andalan Pulp & Paper (PT. RAPP), Indonesia pada tahun 1993. PT. RAPP menjadi salah satu pulp terbesar di dunia dan perusahaan kertas dan pengembang terkemuka perkebunan serat (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Di Kerinci di Riau, APRIL bersama dengan PT. RAPP memulai produksi komersial pada tahun 1995 pulp dan produksi kertas komersial pada tahun 1998. Penyelesaian 2001 Line Pulp 2 yang dirancang untuk membawa kapasitas dua juta ton per tahun, membuat rumah Kerinci ke salah satu lini produksi pulp terbesar tunggal dan mesin kertas halus tercepat di dunia (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

April adalah anggota dari kelompok Elang Emas Kerajaan (RGE), salah satu kelompok terkemuka industri terpadu berbasis sumber daya milik swasta di kawasan

AsiaPasifik.PT. Riau Andalan Pulp & Paper Sejak pertama kali mulai beroperasi pada tahun 1995, PT Riau Andalan Pulp & Paper, lebih dikenal sebagai Riaupulp, telah menjadi salah satu pabrik pulp terbesar di dunia. Terletak di Pangkalan Kerinci di Riau, pabrik pulp memiliki kapasitas desain 2,3 juta ton per tahun. Pabrik menggunakan SuperBatch memasak, Delignifikasi Oksigen dan Elemental Chlorine Free (ECF) pemutihan proses untuk menghasilkan kayu pulkraft.

Riaupaper: PT Riau Andalan Kertas, atau Riaupaper, duduk dalam manufaktur Mesin halus kertas yang memiliki kecepatan maksimum 1.500 meter dirancang per menit dan kapasitas masing-masing 750.000 dan 2,3 juta ton per tahun(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

RiaupowerPT. Riau Andalan Pulp & Paper Riau mengoperasikan pembangkit listrik yang terintegrasi yang memasok semua kekuatan, uap, air dan persyaratan udara bertekanan dari kompleks manufaktur dan kota di Riau April situs, Sumatera bagian tengah. Pembangkit listrik dengan kapasitas 435 MW menghasilkan 97% dari total energi dari bahan bakar bio yang oleh-produk dari proses produksi(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

B. Aspek Perusahaan terhadap Lingkungan

Kehutanan yang berkelanjutan memainkan peran kunci dalam pembangunan ekonomi Indonesia sebagai bagian dari strategi pemerintah-sanksi nasional. Hal ini membuat kontribusi penting untuk penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan dan peningkatan hasil kesehatan dan pendidikan(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Pada tahun 2002 perusahaan membentuk sumber pulp dan pelacakan kebijakan menciptakan sistem rantai-of-tahanan yang menjamin semua produk yang masuk pabrik yang berasal dari sumber yang legal dan diverifikasi. Perusahaan juga menerbitkan laporan keberlanjutan pertama pada tahun itu. Pada tahun 2005 perusahaan mengadopsi sukarela Nilai Konservasi Tinggi nya Hutan (HCVF) kebijakan dan penilaian dilakukan di Semenanjung Kampar, Indonesia. Saat ini 19% dari konsesi di mana pasokan kayu kita berasal dari di Indonesia dilindungi sebagai hutan konservasi. Meskipun konsesi account hanya 8% dari daerah produksi yang ditunjuk hutan di Provinsi Riau, daerah HCVF dilestarikan oleh APRIL atau yg lebih dikenal sebagai PT. RAPP. Pasokan rekening mitra selama lebih dari 25% dari semua kawasan konservasi, termasuk taman nasional, di Provinsi Riau (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

PT RAPP juga telah menerapkan perintis berbasis ilmu tanah "eko-hidro" dan praktik manajemen air untuk memelihara atau meningkatkan nilai-nilai ekologis di lahan gambut. Pendekatan ini dikembangkan melalui program penelitian tiga tahun kolaborasi dengan para pakar gambut, kehutanan dan hidrologi global dan universitas (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Pada tahun 2007, PT. RAPP menjadi perusahaan Indonesia pertama untuk bergabung dengan Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan. Pada 2010 APRIL atau PT. RAPP adalah anggota pendiri Dewan Bisnis Indonesia untuk Pembangunan Berkelanjutan (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Perusahaan ini mengadopsi pendekatan kolaboratif dalam bekerja dengan masyarakat lokal dan pemerintah daerah. Program keterlibatan masyarakat sampai saat ini telah berfokus pada pendidikan, sistem pertanian terpadu, infrastruktur sosial,

kesehatan dan usaha kecil dan menengah (UKM) pembangunan. Sejak 2008, perusahaan telah memberikan lebih dari 2.700 beasiswa untuk siswa lokal, menyediakan perawatan medis gratis bagi lebih dari 36.000 orang di 116 desa dan menciptakan lebih dari 5.000 pekerjaan melalui program-program UKM (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

C. Kerjasama Perusahaan

Sebagai perusahaan yang memproduksi pulp and dalam skala besar PT.Riau Andalan Pulp and Paper memiliki hubungan kerjasama dengan berbagai macam perusahaan untuk mengelola beberapa bagian unit produksi (Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Adapun perusahaan yang bekerjasama dengan PT. RAPP adalah sebagai berikut:

1. PT. RAK

RAK adalah Riau Andalan Kertas yang berada di unit bagian produksi kertas dengan kapasitas terpasang 350.000 ton/tahun. RAK merupakan proses lanjutan produksi dari RAPP yang menghasilkan Pulp sebagai bahan baku.

2. PT. APKR

APKR adalah singkatan dari Asia Prima Kimia Raya. Perusahaan ini bergerak dalam kegiatan operasional pada pabrik kimia. Perusahaan ini mengambil alih penuh dalam proses kimia yang ada selama proses produksi, termasuk juga dalam mengintegrasikan limbah kimia perusahaan dalam menjaga lingkungan

3. PT, Riau Prima Energi (RPE)

PT. RPE adalah perusahaan yang mengelola instalasi tenaga listrik untuk seluruh area perusahaan. RPE sendiri terdiri dari beberapa unit dalam menghasilkan energy, 1) Pembangkit listrik tenaga uap (PLTU), 2) pembangkit listrik tenaga diesel (PLTD), 3) Instalasi pengelolaan air baku. Listrik yang dihasilkan sebesar 30% digunakan untuk masyarakat sekitar sebagai bentuk peduli RAPP terhadap stakeholdernya.

4. PT. Kawasan Industri Kampar (KIK)

KIK adalah unit yang bertugas mengelola sarana dan prasarana penunjang seperti perumahan, medical klinik,sekolah, padang golf dan sebagainya.

5. PT. Unigraha Utama Raya (UUR)

UUR adalah unit usaha yang mengelola hotel Uni Graha yang bberlokasi di town site 1, Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

D. Produk PT.RAPP

Pabrik menghasilkan produk-produk *Bleached Hardwork Kraft Pulp* (BHKP) dan *Uncoated Wood-Free* (UWF) *Paper* atau kertas dari kayu bebas lapisan. PaperOne™ merupakan produk unggulan kertas APRIL, berbagai kantor kertas kualitas premium terbuat dari serat perkebunan dan dirancang untuk pencetakan yang paling menuntut dan tugas menyalin. Presentasi PaperOne™ adalah kertas kualitas premium yang dirancang untuk digunakan dalam semua jenis peralatan kantor menggunakan pencetakan inkjet dan xerographic. Contoh penggunaannya meliputi

untuk presentasi, newsletter, proposal, buku, majalah, kopi, grafis, memo dan laporan(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

PaperOne™ merupakan kertas putih super tinggi menawarkan opacity unggul, dan printability multi-arah dan dual-sisi. Selain berbagai komprehensif potong ukuran kertas, PaperOne™ juga tersedia dalam Lembar Gulungan dan Folio(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

E. Sertifikasi PT.RAPP

April berkomitmen untuk menyediakan para pemangku kepentingan keuangan, pelanggan dan pihak berkepentingan lainnya dengan verifikasi pihak ketiga yang menegaskan komitmen perusahaan bahwa sistem manajemen lingkungan yang efektif di tempat dan bahwa pasokan kayu legal adalah dipanen dan bebas dari sumber controversial(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Di Indonesia, April telah membentuk sebuah sistem legalitas kayu yang komprehensif yang memverifikasi dan bekas perkebunan serat kayu dari perusahaan melalui situs pabrik. Sistem ini mencegah kayu ilegal memasuki rantai pasokan dan produksi(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

April saat ini memiliki sejumlah sertifikasi nasional dan internasional yang memberikan bukti dari komitmen perusahaan untuk perbaikan terus-menerus, legalitas kayu dan keberlanjutan. Operasi manufaktur April di Indonesia disertifikasi oleh **ISO 9001, ISO 14001 dan OHSAS 18001**. Perkebunan operasi kehutanan di Indonesia April di Riau, Indonesia, disertifikasi oleh **ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007 dan**

Lembaga Ekolabel Indonesia (LEI) untuk Pengelolaan Hutan Tanaman Lestari(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

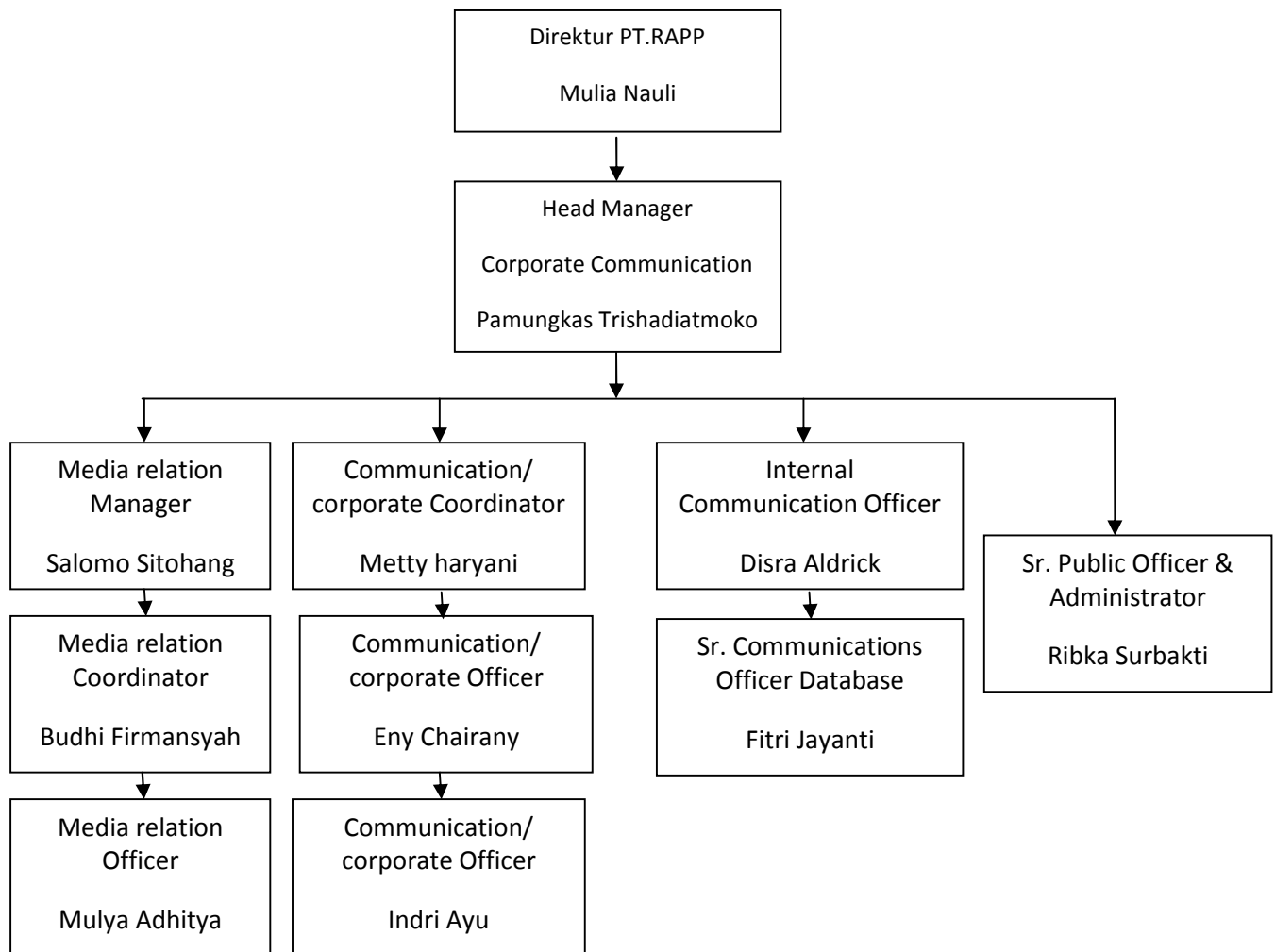
Kertas APRIL diproduksi dari perkebunan pulp kayu (baik kayu keras dan kayu lunak) berasal dari PEFC "non-kontroversial" sumber. Proses yang digunakan untuk memproduksi pulp pasar kami sesuai dengan Standar Rantai PEFC Penitipan Hutan Berbasis Produk dan PEFC TD II + Aplikasi persyaratan 060828 "Non-Kayu kontroversial" sebagai disertifikasi oleh Bureau Veritas. Menyadari bahwa stakeholder keuangan dan pelanggan dari berbagai pasar memerlukan sertifikasi yang berbeda untuk jaminan legalitas produk dan keberlanjutan, April terus bekerja sama dengan badan-badan audit beberapa untuk mencapai dan mempertahankan identitasnya(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).

Pada bulan Oktober 2010, konsesi APRIL sendiri di Indonesia menjadi hutan tanaman industri pertama di Indonesia untuk menerima Departemen Produksi Kehutanan Pengelolaan Hutan dan Verifikasi Legalitas Kayu (PHPL / SVLK) sertifikasi. Para PHPL / SVLK sertifikasi menjamin pelanggan April Indonesia bahwa pulp dan kertas yang diekspor dari Indonesia ke Uni Eropa adalah legal dan sesuai dengan prinsip-prinsip pengelolaan hutan lestari, kriteria dan indikator yang ditetapkan oleh hukum Indonesia dan peraturan kehutanan, perdagangan lingkungan, dan Untuk memperluas jaminan atas jaminan kepada pemangku kepentingan bahwa sumber kayu perusahaan adalah sah, dapat dilacak dan kegiatan operasional APRIL memenuhi persyaratan untuk kesehatan dan keselamatan kerja, hubungan kerja dan kepatuhan lingkungan, April Indonesia dan semua joint-venture mitra suplai mulai bekerja menuju

pencapaian Asal dan Legalitas Kayu (OLB) Standar(Internal Communication PT.RAPP,
19 Juli 2012).

F. Struktur Organisasi

(Internal Communication PT.RAPP, 19 Juli 2012).



BAB III

PENYAJIAN DATA

Strategi PT.RAPP dalam Menangani Konflik Sengketa Lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.

Pada bab ini peneliti akan mencoba melakukan penyajian data tentang “Bagaimana Strategi PT.RAPP dalam Menangani Konflik Sengketa Lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam”.

Dalam bab ini, untuk menyaring data yang diperlukan guna menjawab permasalahan yang telah penulis rumuskan pada rumusan masalah di bab 1, penulis menggunakan wawancara pada penelitian ini.

Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara (interview) yaitu dengan mengajukan sejumlah pertanyaan lisan yang berkaitan dengan kajian yang akan diteliti tentang strategi PT. Riau Andalan Pulp & Paper Pangkalan Kerinci dalam menangani kasus sengketa lahan di Gunung Sahilan dan Sahilan Darrussalam, guna memperkuat hasil penelitian ini.

Untuk menghadapi setiap permasalahan atau konflik yang terjadi dalam perusahaan mereka terlebih dahulu menetapkan strategi Publik Relation yang tepat dalam setiap mengambil keputusan. Dengan alasan yang sederhana bahwa PR adalah *Enterpreter*(penerjemah) manajemen, sehingga PR harus menetapkan strategi yang akan digunakan terhadap setiap isu-isu yang beredar di masyarakat.

Secara fungsional, Publik Relations memiliki peran ganda, yaitu; *Pertama*, fungsi eksternal adanya upaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan arah kebijakan dan tujuan perusahaan yang bersangkutan terhadap kepentingan orang banyak. *Kedua*, fungsi internal pihak Public Relations menerima aspirasi atau keinginan publik yang diselaraskan bagi kepentingan instansi dan demi tercapainya tujuan bersama.

1. Pendekatan Terhadap Pemerintah.

Keberadaan dan peran perusahaan tidaklah terlepas dari peran pemerintah. Dalam hal ini peran pemerintah sebagai penjamin keamanan dan penegak hukum serta menciptakan iklim bisnis yang kondusif dan sangat menentukan dalam keberlanjutan hidup perusahaan (Uchjana, 1993:152).

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang pendekatan PT. RAPP terhadap pemerintah Kabupaten Kampar terkait konflik yang terjadi melalui proses wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan jawaban sebagai berikut:

- a. Bagaimana pendekatan yang dilakukan RAPP kepada pemerintah Kampar terkait konflik sengketa lahan yang terjadi di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Drasusallam di Kabupaten Kampar?

“Yang pertama yang harus dimiliki yaitu, adanya hubungan yang baik terhadap pemerintah itu sendiri, agar pemerintah dapat memberikan dukungan kepada perusahaan. Selain itu, tindakan dan keputusan yang diambil harus berdasarkan instruksi yang telah diberikan oleh pemerintah. Itu semua dilakukan karena dalam konflik ini pemerintah lebih memiliki wewenang dalam setiap kebijakan dan keputusannya. (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012)”

- b. Kemudian tindakan apa saja yang dilakukan oleh pihak RAPP untuk mendapatkan dukungan pemerintah dalam konflik ini?,

“yang pertama selalu mematuhi peraturan-peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah. Kemudian kita mulai melakukan kerjasama sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan untuk mendapatkan jalan keluar dan solusi yang inovatif terkait konflik ini. Selain itu, kami selalu mengundang pemerintah dalam setiap pertemuan dan dialog terkait tuntutan masyarakat yang diberikan pada RAPP(wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012)”.

- c. Apa saja tuntutan masyarakat yang ditujukan kepada pihak perusahaan?

“Masyarakat menuntut kepada RAPP untuk melepaskan lahan 2000 hektar untuk 1000 kepala keluarga, dan sudah jelas kalau RAPP tidak memiliki wewenang untuk melepaskan lahan tersebut (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012)”.

- d. Apa peran pemerintah dalam menanggapi tuntutan masyarakat dalam konflik yang dihadapi oleh RAPP?

Dalam konflik ini pemerintah membantu RAPP dalam menanggapi tuntutan-tuntutan masyarakat yang ditujukan pada RAPP. Kemudian dengan adanya kerjasama yang baik antara perusahaan dan pemerintah, pemerintah melakukan peran yang aktif dalam setiap pertemuan dan dialog yang terjadi pada tanggal 1 Maret 2012, sampai perundingan kembali terjadi pada 12 Maret 2012 untuk kesepakatan damai pada masyarakat. Dalam konflik ini pemerintah bersama upika Kecamatan Gunung Sahilan yang dihadiri juga oleh Kapolsek Kampar kiri, Perwakilan Camat, Dan ramil Kampar kiri, Kades Gunung Sahilan dan Sahilan Darrusallan menjadi perantara atau pihak ketiga sebagai mediasi dalam penyelesaian konflik ini (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012)”.

- e. Pemerintah yang berperan sebagai perantara atau pihak ketiga sebagai mediator dalam penyelesain konflik untuk mencapai satu kesepakatan damai 12 Maret 2012.

Apa saja isi kesepakatan damai antara pihak perusahaan dengan masyarakat?

Pemerintah dengan perannya sebagai pihak ketiga membawa konflik ini pada sebuah perundingan untuk kesepakatan damai. Isi kesepakatan damai tersebut:

- 1) Perusahaan bersedia menanggung seluruh ganti rugi dengan cara menanggung seluruh biaya pengobatan untuk masyarakat yang mengalami luka-luka ringan maupun berat sampai sembuh, dan mengganti biaya perbaikan motor-motor warga yang rusak akibat terlindas alat berat *spider* yang ikut terlibat dalam bentrok

- 2) Perusahaan berjanji akan mensinergikan lembaga swadaya tani dengan membentuk Balai pelatihan Tani yang bekerjasama antara perusahaan dan masyarakat tempatan
- 3) Perusahaan akan mempekerjakan masyarakat tempatan sebagai karyawan perusahaan (dalam jumlah yang ditentukan oleh perusahaan)
- 4) Program haji gratis yang diberikan perusahaan akan ditambah dari 3 orang tiap tahun menjadi 5 orang tiap tahunnya untuk masing-masing desa.

Kesepakatan damai ini diterima dan disetujui oleh kedua belah pihak dengan pemerintah bersama upika Kecamatan Gunung Sahilan yang dihadiri juga oleh Kapolsek Kampar kiri, Perwakilan Camat, Dan ramil Kampar kiri, Kades Gunung Sahilan dan Sahilan Darrusallan sebagai saksi untuk kesepakatan damai ini(wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012)”.

Pada intinya hubungan yang baik dengan pemerintah harus tetap dijaga dengan sebaik mungkin agar pemerintah tidak sebegitu gampangnya mencabut izin usaha. Selain itu hubungan yang harmonis dijaga untuk mendapat dukungan penuh dari pemerintah dengan cara,mengetahui peraturan pemerintah, mengundang pemerintah dalam kegiatan perusahaan (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012). .

Tidak hanya itu pemerintah juga memiliki hak dan wewenang penuh dalam setiap keputusan yang diambil. Dengan adanya hubungan yang baik itu akan terbentuk sebuah kerjasama, pemerintah berserta lembaga lainnya menjadi pihak ketiga sebagai mediator dalam penyelesaian konflik ini.(wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012).

Pemerintah tidak hanya menjadi pihak ketiga sebagai mediator dalam penyelesaian suatu konflik yang terjadi pada suatu perusahaan, pemerintah juga berperan sebagai penjamin keamanan dan penegak hukum serta menciptakan iklim bisnis yang kondusif dan sangat menentukan dalam keberlanjutan hidup perusahaan (Uchjana, 1993:152).

2. Pendekatan Terhadap Stakeholder.

Stakeholder perusahaan PT.RAPP yaitu Masyarakat tempatan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam. Pendekatan terhadap stakeholder dilakukan untuk mencegah perubahan sikap yang dapat menimbulkan masalah bagi suatu perusahaan sebagai contoh konflik sengketa lahan antara PT,RAPP dan masyarakat di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.

Mengenai pendekatan stakeholder terhadap konflik yang terjadi, akan dijelaskan melalui proses wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan jawaban sebagai berikut:

- a. Bagai mana langkah dan tindakan RAPP dalam melakukan pendekatan terhadap stakeholdernya dalam penyelesaian konflik yang terjadi?

“Pendekatan terhadap stakeholder sudah dilakukan jauh sebelum terjadinya konflik, ada atau tidaknya konflik ini, pendekatan akan terus dilakukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sebagai stakeholder perusahaan. Sebagai bentuk awal. RAPP selalu hadir dalam setiap undangan pertemuan bersama warga. Selain itu RAPP juga kembali mengundang warga dalam beberapa kali pertemuan yang diwakili ninik mamak, dan kepala desa terkait tuntutan yang mereka tujukan pada RAPP (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012).

- b. Sebagai tindakan awal RAPP melakukan pertemuan dengan masyarakat. “Kemudian apa tindak lanjutan RAPP untuk menanggapi tuntutan masyarakat?”,

“tindak lanjutnya masih tetap dalam bentuk pertemuan dan dialog. Pertemuan dan dialog pada 1 Maret 2012 sedikit lebih berbeda karena pertemuan pada waktu itu difasilitasi oleh pemerintah bersama Upika Kecamatan Gunung Sahilan yang dihadiri juga oleh Kapolsek Kampar Kiri, Perwakilan Camat, Danramil Kampar Kiri, Kades Gunung Sahilan dan Sahilan Darrusallan serta perwakilan masyarakat dan perwakilan manajemen RAPP. Untuk mananggapi tuntutan ini saya mengatakan bahwa RAPP tidak memiliki hak dan kewenangan untuk melepaskan lahan dan konsesi hutan tanam industri seperti yang diminta oleh masyarakat. “ sebab, lahan konsesi tersebut adalah tanah milik Negara yang dikelola oleh RAPP (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012).

- c. Pendekatan terus berlanjut dengan pertemuan dan dialog-dialog terkait dengan tuntutan masyarakat. “Tapi mengapa sudah diadakan pertemuan dan dialog-dialog konflik tetap terjadi di kedua belah pihak, dan kapan konflik itu terjadi?”

Pandekatan terus dilakukan tapi apakah mereka mengerti dan paham kita tidak pernah tahu. Dari laporan yang saya dapat dilapangan bahwa masyarakat tetap mengklaim bahwa lahan yg dikelola oleh RAPP adalah tanah milik warga yang telah diwariskan secara turun menurun. Konflik ini pastinya terjadi pada 6 Maret 2012(wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 juli 2012)”.

- d. Setelah bentrok terjadi tindakan apa yang RAPP lakukan untuk menanggapi bentrok fisik?.

“Langkah awal yang kami pilih yaitu mengumpulkan pihak manajemen untuk memilih beberapa kebijakan dan keputusan yang tepat untuk konflik ini. Kemudian menghubungi pemerintah tentang konflik yang terjadi untuk meredam kemarahan warga dengan melakukan sosialisasi hukum untuk mencegah terjadinya bentrok lanjutan. Tetap bekerjasama dengan pemerintah agar diadakannya perundingan untuk pencarian solusi terbaik untuk kesepakatan damai dari konflik yang terjadi (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012)”.

Keberadaan stakeholder menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Pada umumnya, komunitas masyarakat menjadi perhatian utama bagi seorang public relation perusahaan. Adanya kemitraan dan kerjasama dengan komunitas masyarakat memiliki tujuan agar terciptanya opini public yang positif terhadap keberadaan perusahaan itu sendiri. Selain itu, perusahaan dituntut selalu memperhatikan apa yang menjadi keinginan masyarakat dalam rangka menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat (Soemirat, 2004:94).

Dari hasil wawancara sudah terlihat jelas, sebelum terjadi konflik pihak dari RAPP sudah melakukan pendekatan terhadap masyarakat desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam. Pendekatan ini dilakukan dengan cara berdialog dan berdiskusi

mengundang ninik mamak sebagai perwakilan dari warga setempat terkait surat tuntutan mereka sebelumnya. Selain itu, RAPP juga mengundang mereka dalam negosiasi untuk mencari solusi terbaik untuk tercapainya kesepakatan damai terkait konflik yang sudah terjadi antara perusahaan dan masyarakat (wawancara: Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012).

3. Pendekatan Terhadap Media.

Konflik yang terjadi berawal dari tuntutan masyarakat terhadap lahan konsesi HTI yang dikelola oleh RAPP. Masyarakat meminta RAPP untuk melepaskan lahan seluas 2000 Ha untuk 1000 kepala keluarga yang ada di desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam. Hingga terjadi bentrok yang dikarenakan masyarakat tetap mengklaim lahan sebagai tanah milik mereka yang diwariskan secara turun temurun. Setelah diadakan pendekatan terhadap stakeholder dan pendekatan terhadap pemerintah hingga terjalin kerjasama yang membawa konflik pada perundingan untuk kesepakatan damai yang terjadi pada tanggal 12 Maret 2012.

Jadi, untuk memberikan informasi kepada public, peran media dianggap menjadi sangat penting sebagai tempat penyebaran informasi. Menjaga hubungan yang baik dengan awak media menjadi strategi yang tepat untuk membentuk kembali opini public terhadap perusahaan. Untuk melihat pendekatan media yang dilakukan oleh PT. RAPP, akan dijelaskan melalui proses wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan jawaban sebagai berikut:

- a. Langkah-langkah pendekatan media seperti apa yang dilakukan untuk mengantisipasi opini publik yang berpengaruh terhadap citra perusahaan?

“Yang kita ketahui media sebagai pusat penyebaran informasi kepada publik. Pendekatan melalui media sangat penting dilakukan untuk membentuk kembali kepercayaan dan dukungan masyarakat. Salah satu cara dilakukan melalui control media dengan mengontrol berita negative dan mengirimkan Pers Realeas untuk menindak lanjuti berita berita negative terhadap perusahaan. Selain itu, Kami jugamengadakan workshop ke-5 media terbesar dipekanbaru seperti, Tribun Pekanbaru, Riau pos, Metro Riau, Haluan Riau, dan media online RiauTerkini.com.Workshop ini bertujuan untuk memberitahukan kegiatan yang telah dilakukan RAPP sepanjang terjadinya konflik, dan informasi adanya kesepakatan damai antara RAPP dan warga Gunung Sahilan dan Sahilan Darrusallam di Kabupaten Kampar (wawancara: Head Maneger Media Relation Pamungkas Trishadiatmoko, 25 Juli 2012)”.

- b. Pendekatan yang dilakukan dengan melakukan kontrol terhadap pemberitaan di media, dan mengadakan workshop ke-5 media terbesar dipekanbaru. Selain itu apakah ada program khusus dari perusahaan untuk pendekatan terhadap media ini?

“Program khusus tidak ada, tetapi ada program endgetment yang sudah lama kami lakukan. Program ini merupakan program yang mengundang wartawan untuk berdialog dan penyampain informasi terkait pemberitaan tertentu yang nanti akan dimuat di media (wawancara: Maneger Media Salomo Sitohang, 25 Juli 2012)”.

Jadi, media sebagai strategi Public Relations memberikan peran penting dalam proses penyebaran informasi baik itu media cetak maupun media elektronik. Selain itu pendekatan media juga dibutuhkan untuk membentuk kembali opini publik yang positif terhadap perusahaan. Membina hubungan yang baik dengan media sangat dibutuhkan untuk mempublikasikan kegiatan perusahaan. Selain itu pemeliharaan hubungan dengan media akan mempermudah Public Relations perusahaan dalam penyampain informasi melalui media massa (Soemirat, 2004:122)

Dengan Adanya berbagai kegiatan media seperti Pers Release, workshop, dan program endgetment sangat membantu perusahaan untuk menindak lanjuti berita-berita negative yang lebih dulu ke public melalui media, untuk menciptakan sekaligus

memperbaiki image perusahaan dan untuk mendapatkan respon positif dari masyarakat (wawancara: Head Maneger Media Relation Pamungkas Trishadiatmoko, 25 Juli 2012) dan (wawancara: Salomo Sitohang 25 Juli 2012).

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Strategi PT.RAPP dalam Menangani Konflik Sengketa Lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.

Pada bab ini peneliti akan mencoba melakukan analisis data tentang “Bagaimana Strategi PT.RAPP dalam Menangani Konflik Sengketa Lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam”.

Teknik analisis data diperoleh dari penyajian data melalui wawancara (interview) yaitu dengan mengajukan sejumlah pertanyaan lisan yang berkaitan dengan kajian yang akan diteliti tentang strategi PT. Riau Andalan Pulp & Paper Pangkalan Kerinci dalam menangani kasus sengketa lahan di Gunung Sahilan dan Sahilan Darrussalam, guna memperkuat hasil penelitian ini.

1. Pendekatan Terhadap Stakeholder

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Sebuah organisasi atau perusahaan mempunyai hubungan dengan publiknya bilamana perilaku perusahaan tersebut mempunyai pengaruh terhadap stakeholdernya atau sebaliknya (Soemirat, 2004:94)

Selain itu, stakeholder juga merupakan Publik eksternal perusahaan sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau masyarakat di luar perusahaan yang diharapkan atau diduga ada kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan. Untuk

efektifnya komunikasi diklasifikasikan pada kelompok-kelompok tertentu yang menjadi public eksternal perusahaan meliputi, *hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan komunitas, hubungan pemerintah, dan hubungan dengan media* (Uchjana, 1993:150).

Hubungan yang harmonis harus ditunjukkan oleh perusahaan terhadap stakeholdernya. Pendekatan hubungan perusahaan terhadap stakeholdernya bertujuan untuk mngusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif dari publiknya terhadap kehadiran perusahaan itu sendiri(Uchjana, 1993:150).

Stakeholder perusahaan PT.RAPP yaitu Masyarakat tempatan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam. Berdasarkan hasil wawancara bersama direktur PT. RAPP Mulia Nauli mengatakan pendekatan terhadap stakeholder sudah dilakukan jauh sebelum terjadinya konflik. Ada atau tidaknya konflik ini pendekatan akan terus dilakukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sebagai stakeholder perusahaan. Pendekatan terhadap stakeholder perusahaan dilakukan dengan cara:

- a. Selalu menghadiri setiap undangan pertemuan yang diadakan oleh masyarakat
- b. Mengundang masyarakat pada kegiatan pertemuan dan dialog-dialog terkait tuntutan masyarakat pada pertemuan sebelumnya
- c. Mengadakan perundingan untuk sebuah kesepakatan damai terhadap masyarakat dengan dimediasi oleh pemerintah bersama upika Kecamatan Gunung Sahilan yang dihadiri juga oleh Kapolsek Kampar kiri, Perwakilan Camat, Danramil Kampar kiri, Kades Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam.

Setelah dilakukannya pendekatan terhadap stakeholder tidak menutup kemungkinan akan terjadi konflik antara perusahaan dan stakeholder.Dari hasil

wawancara bersama direktur PT. RAPP Mulia Nauli mengatakan “dari laporan yang saya dapatkan bahwa masyarakat tetap mengklaim bahwa lahan yang dikelola oleh RAPP adalah tanah milik warga yang telah diwariskan secara turun temurun”.

Konflik yang muncul merupakan suatu konsekuensi dari adanya suatu kepentingan dan tuntutan yang tidak terpenuhi. Berdasarkan hasil wawancara bersama direktur PT. RAPP Mulia Nauli mengatakan, untuk menanggapi konflik ini dilakukan dengan tindakan:

- a. Mengumpulkan pihak manajemen untuk memilih beberapa kebijakan dan keputusan
- b. Memberitahukan kepada pemerintah tentang konflik yang terjadi
- c. Bekerjasama dengan pemerintah melalui mediasi agar diadakannya perundingan untuk kesepakatan damai.

Untuk penyelesaian suatu konflik Grunig & Hunt dalam (Rosady, 2003:105) mengemukakan sebuah teori *Two Ways Asymmetrical*. Teori tersebut dapat memecahkan suatu konflik yang terjadi dan mampu memperbaiki pemahaman publik yang dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan dan informasi melalui teknik komunikasi yang membujuk untuk saling pengertian, mendukung, mempercayai dan saling menguntungkan kedua belah pihak.

Grunig dalam (Rosady, 2003:105) mengidentifikasi suatu teori normatif mengenai Public Relations yang menganut Two Way Asymmetrical memiliki karakter:

- a. Adanya saling tergantung dan pembinaan hubungan
- b. Ketergantungan dan pembinaan hubungan tersebut memunculkan kurangnya konflik, perjuangan, dan saling berbagi misi

- c. Adanya keterbukaan, saling percaya dan saling memahami
- d. Adanya Konsep kunci mengenai negosiasi, kolaborasi dan mediasi
- e. Perlunya dikembangkan suatu aturan bagi proses dan strategi (Grunig dalam Rosady, 2003:105).

2. Pendekatan Terhadap Pemerintah

Bukan suatu hal yang baru lagi ketika konflik sengketa lahan kembali memicu adanya bentrok fisik di Riau. Konflik sengketa lahan merupakan suatu permasalahan yang substansial yang berakibat pada bentrok fisik yang akhirnya merugikan semua pihak. Salah satunya adalah konflik sengketa lahan yang terjadi antara PT. RAPP dan masyarakat di Desa Gunung Sahilan dan sahilan Darussalam.

Permasalahan yang mendasar penyebab terjadi konflik dipicu oleh perusahaan tidak menjalankan Kepmenhut Nomor 246 tahun 1996 *junto* Permenhut 21 tahun 2006 tentang tanaman kehidupan yang mengharuskan perusahaan menyediakan lahan kehidupan bagi masyarakat di tempat konsesi.

Dalam konflik sengketa lahan ini pemerintah memiliki peran yang penting untuk menangani konflik yang terjadi. Pemerintah memiliki kewenangan dan otoritas tertinggi dalam setiap kebijakan dan keputusan. Sehingga beberapa dari perusahaan yang terlibat konflik sengketa lahan ini melakukan pengelolaan konflik yang berkerjasama dengan pemerintah (Yagoswara dkk, 2005:75)

Berdasarkan hasil wawancara bersama direktur PT. RAPP Mulia Nauli mengatakan pendekatan terhadap pemerintah harus dimiliki dengan adanya hubungan yang baik dengan pemerintah itu sendiri. Hubungan yang baik ini dilakukan untuk

mendapatkan dukungan dari pemerintah dalam penyelesaian kasus sengketa lahan ini.

Pendekatan terhadap pemerintah dapat dilakukan dengan cara:

- a. Tindakan dan keputusan harus berdasarkan instruksi yang diberikan oleh pemerintah
- b. Selalu mematuhi peraturan-peraturan pemerintah.
- c. Selalu mengundang pemerintah dalam setiap pertemuan dan dialog terkait tuntutan masyarakat yang ditujukan kepada RAPP.

Dari pendekatan-pendekatan yang sudah dilakukan akan terbentuk sebuah kerjasama yang baik antara pemerintah dan perusahaan. Kemudian, dari kerjasama yang sudah terbentuk akan berlanjut pada bentuk peran aktif pemerintah membantu RAPP dalam menangani konflik yang terjadi. Peran aktif pemerintah terlihat dalam setiap pertemuan-pertemuan yang dilakukan pemerintah dalam menanggapi tuntutan yang diberikan masyarakat sampai pada tahap terjadi perundingan untuk kesepakatan pada masyarakat yang terjadi pada 12 Maret 2012.

Adapun isi dari hasil kesepakatan damai antara pihak perusahaan dan masyarakat yang dimediasi oleh pemerintah sebagai berikut:

- a. Perusahaan bersedia menanggung seluruh ganti rugi dengan cara menanggung seluruh biaya pengobatan untuk masyarakat yang mengalami luka-luka ringan maupun berat sampai sembuh, dan mengganti biaya perbaikan motor-motor warga yang rusak akibat terlindas alat berat *spider* yang ikut terlibat dalam bentrok
- b. Perusahaan berjanji akan mensinergikan lembaga swadaya tani dengan membentuk Balai pelatihan Tani yang bekerjasama antara perusahaan dan masyarakat tempatan

- c. Perusahaan akan mempekerjakan masyarakat tempatan sebagai karyawan perusahaan (dalam jumlah yang ditentukan oleh perusahaan)
- d. Program haji gratis yang diberikan perusahaan akan ditambah dari 3 orang tiap tahun menjadi 5 orang tiap tahunnya untuk masing-masing desa (wawancara bersama direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 20012).

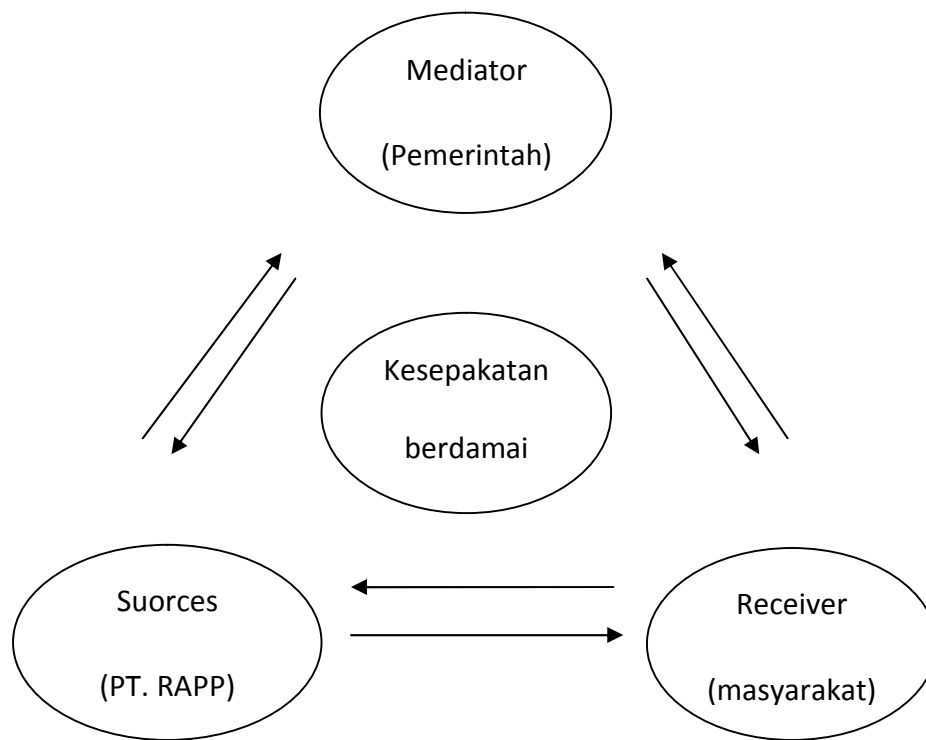
Pendekatan terhadap pemerintah dari hasil wawancara bersama direktur PT. RAPP Mulia Nauli berakhir pada sebuah kerjasama yang baik antara pemerintah dan pihak perusahaan. Kerjasama dalam bentuk peran aktif pemerintah sebagai pihak ketiga atau mediasi dalam penyelesaian konflik yang terjadi antara PT.RAPP dan masyarakat di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam yang telah mencapai suatu kesepakatan damai. Pendekatan terhadap pemerintah yang dilakukan oleh pihak RAPP menjadi suatu strategi mengatasi konflik antarpribadi, dimana strategi yang diterapkan merupakan *lose-lose strategi* (Wijono, 1993:45). Pendekatan yang dilakukan dan strategi yang digunakan dapat dilakukan dengan 3 cara:

- a. Arbitrasi, merupakan prosedur di mana pihak ketiga mendengarkan kedua belah pihak yang berselisih, pihak ketiga bertindak sebagai hakim dan penengah dalam menentukan penyelesaian konflik melalui suatu perjanjian yang mengikat.
- b. Mediasi, dipergunakan oleh Mediator untuk menyelesaikan konflik tidak seperti yang diselesaikan oleh arbriator, karena seorang mediator tidak mempunyai wewenang secara langsung terhadap pihak-pihak yang bertikai dan rekomendasi yang diberikan tidak mengikat
- c. Negosiasi, menggunakan proses yang disepakati bersama dan menghasilkan kesepakatan.

Dari hasil wawancara lapangan sudah terlihat jelas bahwa beberapa perundingan untuk kesepakatan damai yang dimediasi oleh pemerintah merupakan strategi dari *lose-lose strategi* (Wijono, 1993: 45). Dimana pendekatan terhadap pemerintah yang dilakukan oleh perusahaan berakhir pada tahap negosiasi dengan kesepakatan damai antara kedua belah pihak yang terlibat dalam konflik.

Penyelesaian konflik melalui pendekatan terhadap pemerintah menjadi sangat efektif untuk dilakukan ketika pemerintah telah menjalankan perannya menjadi perantara atau pihak ketiga sebagai mediator yang berakhir pada satu kesepakatan damai. Jalan damai yang dipilih oleh pemerintah dan perusahaan dalam penyelesaian konflik ini merupakan strategi *lose-lose strategi* (Wijono, 1993:45).

Penyelesaian konflik yang berakhir pada suatu kesepakatan damai secara keseluruhan dapat dilihat melalui skema dibawah ini,



Skema Penyelesaian Konflik

(Yagoswara dkk dalam Manajemen Konflik)

Dari skema penyelesaian konflik di atas terlihat jelas pemerintah sebagai *Mediator* adalah pihak ketiga yang kedudukannya lebih tinggi dari *Source (PT.RAPP)* dan *receiver (masyarakat)*. Pemerintah sebagai perantara kedua belah pihak untuk penyelesaian konflik yang terjadi. Kemudian, *Source (PT.RAPP)* melakukan komunikasi dua arah timbal balik terkait tuntutan *Receiver (masyarakat)* yang menjadi penyebab konflik. *Mediator* melalui masing-masing pihak yang terlibat dalam konflik melalui proses negosiasi diharapkan tercapainya kesepakatan untuk berdamai. Hasil kesepakatan digunakan untuk menyelesaikan konflik yang terjadi antara kedua belah pihak. Kesepakatan berdamai disetujui untuk mengurangi kepentingan-kepentingan tertentu agar terciptanya satu kepentingan bersama.

3. Pendekatan Terhadap Media

Dengan kondisi yang sangat kompetitif saat ini, bidang PR berupaya merebut dukungan publik melalui program yang telah ditetapkan agar perusahaan tetap mampu bersaing dan terus berkembang. Upaya untuk mendapatkan dukungan publik itu dilakukan dengan cara mencari dan memberi informasi kepada masyarakat.

Salah satu kegiatan Public Relations dalam memberikan informasi kepada masyarakat adalah kegiatan hubungan pers (*Pers Relations/Media Relations*) yakni

membina hubungan baik dengan kalangan Pers yang mengelola media cetak dan media elektronik (Soemirat 2004:123).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Head Maneger Media Relation Pamungkas Trishadiatmoko, 25 Juli 2012 mengatakan bahwa media adalah sebagai tempat penyebar informasi. Dalam kasus sengketa lahan ini pendekatan melalui ini sangat penting dilakukan untuk membentuk kembali dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Pendekatan itu dapat dilakukan dengan cara:

- a. Mengontrol berita negative dengan mengirimkan Pers Realeas untuk menindak lanjuti berita negative terhadap perusahaan
- b. Mengadakan workshop ke-5 media cetak terbesar dipekanbaru yang bertujuan untuk memberitahukan kegiatan yang dilakukan oleh pihak perusahaan sepanjang terjadinya konflik

Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan Salomo Sitohang, 25 Juli 2012 mengatakan bahwa pilihan yang sudah kami lama lakukan untuk kegiatan kontrol terhadap media yaitu, dengan melakukan program Endgetment yang mengundang wartawan untuk berdialog dan penyampaian informasi terkait pemberitaan tertentu yang akan dimuat oleh media.

Dari hasil wawancara tersebut terlihat jelas bahwa perusahaan RAPP sangat membutuhkan peran media sebagai wadah penyebaran informasi terkait konflik yang sudah terjadi. Dan yang terpenting adalah informasi yang disampaikan dapat memberitakan kepada masyarakat tentang apa yang sudah terjadi untuk mendapatkan kembali pengertian dan kepercayaan dari publiknya.

Berdasarkan teori Two Ways Asymmetrical oleh Grunig & Hunt (Rosady, 2003:104) mengatakan komunikasi dua arah menggambarkan bahwa propaganda dengan komunikasi dua arah timbal balik dan berimbang. Dalam konflik yang terjadi dan mampu memperbaiki pemahaman publik yang dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan dan informasi yang membujuk untuk saling pengertian, mendukung, mempercayai dan saling menguntungkan kedua belah pihak.

Jadi, hasil pendekatan media yang dilakukan oleh perusahaan RAPP terdapat kesamaan dengan penjelasan teori Two Ways Asymmetrical oleh Grunig & Hunt (dalam Rosady, 2003:104). Pada intinya penyampaian pesan dan informasi melalui media oleh perusahaan bertujuan untuk mendapatkan kembali kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap perusahaan.

A. **Rumusan Kajian**

Pada subbab ini berisi kesimpulan secara menyeluruh tentang “*bagaimana Strategi PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam*” yang ada di sub bab sebelumnya. Kesimpulan yang dibuat juga berdasarkan dari data-data hasil wawancara yang dimulai dari Pendekatan Terhadap Stakeholder, Pendekatan Terhadap Pemerintah, dan Pendekatan Terhadap Media

Pada dasarnya penelitian ini menggunakan teori Two Ways Asymmetrical oleh Grunig & Hunt (dalam Rosady, 2003:104). Teori yang mengatakan bahwa seorang PR/Humas melakukan komunikasi dua arah, dan menggambarkan bahwa propaganda dilakukan melalui komunikasi dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini dapat memecahkan suatu konflik yang terjadi dan mampu memperbaiki pemahaman publik yang dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan dan informasi

melalui teknik komunikasi yang membujuk untuk saling pengertian, mendukung, mempercayai dan saling menguntungkan kedua belah pihak (Rosady, 2003:104).

Pendekatan Terhadap Stakeholder, berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012 yang mengatakan tentang pendekatan terhadap stakeholder dilakukan dengan melakukan pertemuan bersama Ninik Mamak sebagai perwakilan dari masyarakat setempat untuk berdiskusi dan berdialog terkait tuntutan yang mereka tujukan kepada perusahaan. Pertemuan dengan berdialog dan berdiskusi menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang dilakukan oleh RAPP dari teori Two Ways Asymmetrical oleh Grunig & Hunt. Selain itu, dengan adanya pertemuan-pertemuan yang dilakukan PT.RAPP bersama masyarakat merupakan Feedback dan Feedforward terkait tuntutan masyarakat sebelumnya yang menjadi penyebab terjadinya konflik.

Pendekatan Terhadap Pemerintah, berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur PT. RAPP Mulia Nauli, 23 Juli 2012, dimana kegiatan dilakukan dengan cara bekerja sama dengan pemerintah yang menjadi pihak ketiga sebagai mediasi hingga diadakannya perundingan untuk sebuah kesepakatan berdamai. Perundingan dan mediasi yang dilakukan pemerintah terhadap konflik sengketa lahan ini merupakan karakter identifikasi teori Public relations yang menganut teori *Two Ways Asymmetrical* oleh Grunig & Hunt (dalam Rosady, 2003:104). Karakter tersebut menyebutkan bahwa adanya konsep kunci mengenai negosiasi, kolaborasi, dan mediasi. Selain itu, mediasi dan negosiasi yang terjadi atas kerjasama yang dilakukan pihak RAPP dan pemerintah merupakan strategi *lose-lose strategi* (Wijono, 1993:45).

Pendekatan Terhadap Media, berdasarkan hasil wawancara dengan Head Manager Pamungkas Trishadiatmoko, 25 Juli 2012 yang mengatakan bahwa pendekatan

terhadap media dilakukan dengan cara penyampaian dan penyebaran informasi dilakukan melalui pers release, workshop ke 5 Media Massa, dan Program Endgetment (wawancara dengan Manager Salomo Sitohang, 25 juli 2012). hasil pendekatan media yang dilakukan oleh perusahaan RAPP terdapat kesamaan dengan penjelasan teori *Two Ways Asymmetrical oleh Grunig & Hunt*(dalam Rosady, 2003:104). Pada intinya penyampaian pesan dan informasi melalui media oleh perusahaan bertujuan untuk mendapatkan kembali dukungan serta kepercayaan masyarakat dan menjaga citra perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dijabarkan pada BAB 4. Kesimpulan ini berisitentang bagaimana strategi Public Relation PT. Riau Andalan Pulp and Paper dalam menangani konflik sengketa lahan di Desa Gunung Sahilan dan Sahilan Darussalam Kabupaten Kampar. Dan dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh PT.RAPP dalam menangani konflik sengketa lahan tersebut adalah strategi *Pendekatan Terhadap Stakeholder, Pendekatan Terhadap Pemerintah, dan Strategi Pendekatan Terhadap Media* melalui komunikasi interpersonal. Pada hakekatnya komunikasi ini dianggap sangat efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang karena sifatnya dialogis berupa percakapan dengan adanya arus umpan balik secara langsung.

- a. *Pendekatan Terhadap Stakeholder*, pendekatan yang akan selalu dilakukan tanpa ada atau tidaknya konflik yang terjadi. Pendekatan terhadap stakeholder perusahaan dilakukan dengan cara:
 1. Selalu menghadiri setiap undangan pertemuan yang diadakan oleh masyarakat
 2. Mengundang masyarakat pada kegiatan pertemuan dan dialog-dialog terkait tuntutan masyarakat pada pertemuan sebelumnya

3. Mengadakan perundingan untuk sebuah kesepakatan damai terhadap masyarakat dengan dimediasi oleh pemerintah bersama upika Kecamatan Gunung Sahilan yang dihadiri juga oleh Kapolsek Kampar kiri, Perwakilan Camat, Danramil Kampar kiri, Kades Gunung Sahilan dan Sahilan Darrusallam.
- b. *Pendekatan Terhadap Pemerintah*, harus dimiliki dengan adanya hubungan yang baik dan harmonis dengan pemerintah itu sendiri dilakukan dengan cara bekerja sama dengan pemerintah yang menjadi pihak ketiga sebagai mediasi hingga diadakannya perundingan untuk sebuah kesepakatan berdamai . Pendekatan terhadap pemerintah dapat dilakukan dengan cara:
1. Tindakan dan keputusan harus berdasarkan instruksi yang diberikan oleh pemerintah
 2. Selalu mematuhi peraturan-peraturan pemerintah
 3. Selalu mengundang pemerintah dalam setiap pertemuan dan dialog terkait tuntutan masyarakat yang ditujukan kepada RAPP.
- c. *Pendekatan Terhadap Media*, pendekatan yang dilakukan dengan cara penyampaian dan penyebaran informasi dilakukan melalui pers release, workshop ke 5 Media Massa, dan Program Endgetment. Pendekatan media sebagai tempat penyebaran informasi ini dilakukan bertujuan untuk melakukan kontrol terhadap media terkait berita berita negative yang tersebar ke publik dan untuk membentuk kembali dukungan dan kepercayaan masyarakat dan menjaga citra perusahaan.

B. Saran

Dalam kesimpulan hasil dari analisa penulis dapat memberikan saran kepada department public relations PT. RAPP agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menetapkan strategi Public Relation PT. Riau Andalan Pulp and Paper dalam menangani konflik sengketa lahan antara lain:

1. Bagi Public Relation PT. Riau Andalan Pulp & Paper diharapkan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik dan harmonis agar tidak terjadinya konflik yang berkelanjutan yang dapat merugikan perusahaan terhadap masyarakat sebagai *Stakeholder* perusahaan, *Pemerintah*, dan *Media* sebagai pusat tempat penyebaran informasi.
2. Diharapkan juga kepada perusahaan untuk dapat mengetahui dan memberikan perhatian yang lebih terhadap kondisi riil masyarakat, tentang apa yang dibutuhkan dan keinginan masyarakat dapat terpenuhi sehingga tidak adanya konflik yang dapat merugikan kedua belah pihak.

Pada penelitian ini penulis telah berusaha dengan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber data yang ada, tetapi penulis yakin masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan yang perlu mendapat perhatian. Untuk itu bagi penulis berikutnya yang mengangkat masalah yang hampir sama, agar melakukan penelitian yang objektif dan sempurna serta lebih professional.

Demikianlah, penelitian yang dibuat agar lebih jelas untuk masa yang akan datang. Akhirnya dengan sumber data yang ada penelitian ini dapat diselesaikan, dengan catatan tertentu masih terdapat aspek-aspek dan kesalahan yang masih memerlukan pembenahan dalam penelitian yang lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. *Teory dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara, 2002.
- Arikunto, Suhaimi. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1998.
- Hamdan, Hafied Canggara. *Prinsip-prinsip hubungan Dengan Masyarakat*, Surabaya, 1996
- Kasali, Rhenal. *Manajemen Public Relation, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*.
Jakarta : PT. Raja Grapindo Persada, 2003
- Onong, Uchjana Effendy. *Human Relation dan Public Relation*. Bandung : Bandar Maju Bandung, 1993.
- _____. *Ilmu Komunikasi Dalam Teory dan Praktek*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1994.
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta : PT. Raja Grapindo Persada, 1999.
- _____. *Metode Penelitian Public Relation dan Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grapindo Persada, 2003.
- Soemirat, Saleh. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Wasesa, Silih Agung. *Strategi Public Relation*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008.
- Wijono. 1993. *Manajemen Konflik, Defenisi, Ciri-Ciri*.
<http://jurnalsdmblogspot.com> ; 16 Juni 2012
- Yagoswara, H. Dkk. 2005. *Manajemen Konflik*. Jakarta : Piramida Publishing.