

**STRATEGI HUMAS PT CHAROEN POKPHAND
INDONESIA TBK DALAM MENANGANI
KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI
UDARA DI KELURAHAN MABAR KECAMATAN
MEDAN DELI**

SKRIPSI

Oleh :
DEVI PUTRI KIRANA
NPM 1403110179

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relation**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

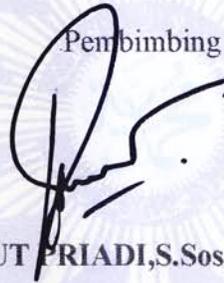
Bismillahirrohmanirrohim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah selesai memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **DEVI PUTRI KIRANA**
NPM : 1403110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **STRATEGI HUMAS PT CHAROEN POKPHAND
INDONESIA TBK DALAM MENANGANI KELUHAN
MASYARAKAT MENGENAI POLUSI UDARA DI
KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI**

Medan, Oktober 2018

Pembimbing



RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI



NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom

Dekan,



Dr. ARIEN SALEH, S.Sos., MSP.

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Tim Pengujij Ujian Skripsi Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : **DEVI PUTRI KIRANA**
NPM : 1403110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018
Waktu : Pukul 08.00 WIB s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. ARIFIN SALEH,S.Sos.,MSP** (.....)
PENGUJI II : **AKHYAR ANSHORI,S.Sos,M.I.Kom**(.....)
PENGUJI III : **RIBUT PRIADI,S.Sos,M.I.Kom** (.....)

PANTIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH,S.Sos.,MSP

Sekretaris,


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan ini saya, Devi Putri Kirana NPM 1403110179, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undnag yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Oktober 2018

Yang Menyatakan,



**STRATEGI HUMAS PT CHAROEN POKPHAND INDONESIA TBK DALAM
MENANGANI KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI UDARA DI
KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI**

Oleh:

DEVI PUTRI KIRANA

1403110179

ABSTRAK

Munculnya permasalahan mengenai polusi udara PT Charoen PokhPand Indonesia Tbk menarik minat peneliti untuk meneliti strategi humas PT Charoen PhokPand Indonesia Tbk dalam menangani kasus tersebut. alasan bagi peneliti untuk meneliti bagaimana strategi humas PT Cahroen PokhPhand Indonesia Tbk dalam menangani penanggulangan efek polusi udara di lingkungan masyarakat Kecamatan Medan Deli. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi batasan masalah strategi humas PT Charoen Pokhphand Indonesia Tbk adalah pendekatan kemasyarakatan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana “Strategi Humas PT Charoen PokhPhand Indonesia Tbk Dalam Menangani Keluhan Masyarakat Mengenai Polusi Udara di Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Humas PT Charoen PokhPhand dalam menangani keluhan masyarakat mengenai polusi udara di Kecamatan Medan Deli. Jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Strategi yang dilakukan perusahaan dengan cara pendektan kemasayarakatan yang dikira berjalan dengan efektif, dengan begitu masyarakat dapat menanamkan rasa percaya kepada perusahaan.

Kata Kunci: strategi humas, menangani keluhan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan pada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Humas PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk Dalam Menangani Keluhan Masyarakat Mengenai Polusi Udara di Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli” tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda tercinta Soyetno dan Ibunda tersayang Sri Sugiarti yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia, dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Arifin Saleh, Dr, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
6. Buat Ayah Soyetno dan Ibu Sri sugiarti terimakasihku tak terhingga, terimakasih telah mendukung dan membantuku dalam setiap kegiatan dan cita-citaku, mungkin baru ini yang bisa aku persembahkan untuk kalian.
7. Kepada abang dan adik penulis Fatur Rizky dan Anya Riskirana yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
8. Kepada ibu Wani Sariani yang telah membantu dan mendukung penulis selama menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman seperjuanganku Dhea, Ami, Dinda, Ulan, Bella, Arif, selalu memberi dukungan dan selalu menghibur dalam setiap proses yang telah dilalui.
10. Dan pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari kelemahan dan kekukurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebgai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan terimakasih.

Medan, Oktober 2018

Penulis

Devi Putri Kirana

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Akademis	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi	8
2.1.3 Tujuan Komunikasi	10
2.1.4 Fungsi Komunikasi	10
2.2 Komunikasi Interpersonal	11
2.3 Komunikasi Eksternal	13
2.3.1 Pola Komunikasi Eksternal.....	14
2.4 Hubungan Masyarakat.....	15
2.4.1 Pengertian Hubungan Masyarakat	15
2.4.2 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat.....	16
2.4.3 Tugas Hubungan Masyarakat.....	16
2.4.4 Tujuan Hubungan Masyarakat	18
2.4.5 Peran Humas	18
2.4.6 Ruang Lingkup eksternal Public Relation.....	19
2.4.7 Perencanaan Kehumasan.....	20
2.5 Strategi Humas.....	24
2.5.1 Komponen Pembentukan Strategi.....	25
2.5.2 Strategi Oprasional Humas.....	26
2.6 Strategi Perencanaan Pemecahan Masalah.....	28
2.6.1 Analisis Situasi.....	28
2.6.2 Menentukan Sasaran.....	28
2.6.3 Identifikasi Masyarakat.....	29
2.6.4 Membuat Pesan.....	29
2.6.5 Membiayai Program.....	29
2.6.7 Evaluasi Hasil.....	30

2.6.8	Program Modifikasi.....	30
2.6.9	Kaasus.....	30
2.7	Humas Dalam Menanggulangi Masalah Lingkungan.....	31
2.8	Masyarakat.....	31
2.7.1	Pengertian Limbah Industri.....	26
2.7.2	Dampak Limbah Industri.....	28
2.7.3	Penanggulangan Dampak Limbah Industri.....	29
2.9	Limbah Industri.....	32
2.9.1	Pengertian Limbah Industri.....	32
2.9.2	Dampak Limbah Industri.....	33
2.9.3	Penanggulangan Dampak Limbah Industri.....	34
BAB III	Metode Penelitian	
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Kerangka Konsep.....	37
3.3	Definisi Konsep.....	37
3.4	Kategorisasi.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Informan dan Narasumber.....	41
3.7	Teknik Analisis Data.....	41
3.8	Lokasi dan Waktu.....	42
3.9	Deskripsi Singkat Tentang Objek Penelitian.....	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.2	Pembahasan.....	56
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Informan	47
-----------	----------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan masyarakat atau public relation mempunyai ruang lingkup kegiatan yang menyangkut banyak manusia, baik di dalam dan di luar. Humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu ke luar memberikan informasi kepada khalayak dan ke dalam menyerap reaksi dari khalayak. Organisasi atau instansi mempunyai tujuan dan berkehendak untuk mencapai tujuan itu. Sejauh mana keberhasilan tergantung dari upaya dan usaha serta kemampuan organisasi itu sendiri.

Hubungan masyarakat dalam suatu organisasi melaksanakan fungsi manajemen. Humas merupakan salah satu fungsi sebagai unsur pimpinan. Dengan demikian fungsinya adalah untuk menumbuhkan extern dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Secara kenyataan, dalam kegiatannya perkembangan humas masih merupakan masalah yang menghambat, karena tampaknya masih diperlukan tolok ukur (kriteria) mengenai kehumasan, misalnya mengenai kedudukan (status) humas itu sendiri.

Salah satu tugas dan tujuan humas adalah menjaga dan membina hubungan baik dengan semua pihak baik di dalam maupun luar perusahaan, khususnya dalam menjaga citra perusahaan dan mengembalikan kepercayaan masyarakat. Dalam hal ini, humas dalam tugasnya harus memiliki strategi

guna memperbesar kemungkinan atas keberhasilan atas tugas humas itu sendiri. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan para praktisi. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk didirikan 07 Januari 1972 dalam rangka Penanaman Modal Asing (“PMA”) dan beroperasi secara komersial mulai tahun 1972. Kantor pusat CPIN terletak di Jl. Ancol VIII No. 1, Jakarta dengan kantor cabang di Sidoarjo, Medan, Tangerang, Balaraja, Serang, Lampung, Denpasar, Surabaya, Semarang, Makasar, Salahtiga dan Cirebon. Ruang lingkup kegiatan CPIN terutama meliputi industri makanan ternak, pembibitan dan budidaya ayam ras serta pengolahannya, industri pengolahan makanan, pengawetan daging ayam dan sapi termasuk unit-unit cold storage, menjual makanan ternak, makanan, daging ayam dan sapi, bahan-bahan asal hewan di wilayah Indonesia, maupun ke luar negeri.

Keluhan seputar polusi udara yang paling sering di alami adalah bau menyengat yang di hasikan oleh kotoran ataupun sisa makanan yang mengendap di bawah kandang pemeliharaan ayam. Tentu ini menjadi sebuah permasalahan yang sangat pelik jika tidak segera diselesaikan. Bau yang dihasilkan dari kotoran unggas tersebut biasanya tidak menyerang kesehatan secara langsung, namun berdampak pada gangguan kesehatan secara bertahap

seperti, mual, muntah, dan kurangnya nafsu makan diakibatkan bebauan yang menstimulasi otak untuk merasa jijik terhadap sesuatu.

Dalam hal ini, Salah satu tugas dan tujuan humas adalah menjaga dan membina hubungan baik dengan semua pihak baik di dalam maupun luar perusahaan, khususnya dalam menjaga citra perusahaan dan mengembalikan kepercayaan masyarakat. Efek polusi udara terhadap lingkungan masyarakat akan berpengaruh apabila kasus-kasus yang terjadi menimbulkan pemberitaan negatif yang menyudutkan perusahaan. Pemberitaan tersebut akan menjadi lebih buruk lagi apabila tidak ditangani dengan segera oleh humas karena itu akan berdampak pada pencemaran citra perusahaan. Jika citra perusahaan negatif, maka akan berdampak pada kepercayaan masyarakat. Jika tidak ada penanganan lebih lanjut maka akan mempengaruhi kinerja yang pada akhirnya akan membuat perusahaan kehilangan kepercayaan. Oleh sebab itu, untuk menangani masalah dibutuhkan strategi humas yang berperan menangani kasus polusi udara di lingkungan Kecamatan Medan Deli.

Munculnya permasalahan mengenai polusi udara PT Charoen PokhPand Indonesia Tbk menarik minat peneliti untuk meneliti bagaimana strategi humas PT Charoen PhokPand Indonesia Tbk dalam menangani kasus tersebut. Humas memiliki tanggung jawab dalam mengembalikan atau membuat citra baik perusahaan agar tetap mendapatkan kepercayaan dari banyak pihak, khususnya Konsumen. Untuk itu penelitian ini menjadi alasan bagi peneliti untuk meneliti bagaimana strategi humas PT Cahroen PokhPhand Indonesia

Tbk dalam menangani penanggulangan efek polusi udara di lingkungan masyarakat Kecamatan Medan Deli.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi batasan masalah strategi humas PT Charoen Pokhphand Indonesia Tbk adalah pendekatan kemasyarakatan.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana “Strategi Humas PT Charoen PokhPhand Indonesia Tbk Dalam Menangani Keluhan Masyarakat Mengenai Polusi Udara di Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merupakan arah pelaksanaan penelitian yang akan menguraikan apa yang akan dicapai, disesuaikan dengan kebutuhan peneliti dan pihak lain yang berhubungan dengan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Humas PT Charoen PokhPhand dalam menangani keluhan masyarakat mengenai polusi udara di Kecamatan Medan Deli.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terhadap penelitian yang bersifat menambah wawasan

1.5.2 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian peneliti tentang komunikasi khususnya Strategi Humas PT Charoen PokhPhand dalam menangani keluhan masyarakat mengenai polusi udara di Kecamatan Medan Deli.

1.6 Sistematika Penulisan

- | | |
|-----------------------------------|--|
| BAB I : PENDAHULUAN | Pada bab ini berisi latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. |
| BAB II: URAIAN TEORITIS | Pada bab ini dimuat teori-teori dan konsep-konsep yang berhubungan dengan masalah penulisan dalam uraian teoritis. |
| BAB III: METODE PENELITIAN | Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi kategorisasi dan narasumber. |

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan secara garis besar kerangka skripsi yang merupakan jawaban atau solusi dari permasalahan di dalam obyek penulisan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi garis besar kesimpulan yang di ambil dari inti penulisan dan hasil penulisan serta berisi saran yang diharapkan dijadikan masukan yang berguna bagi perusahaan.

LAMPIRAN

BAB II

Uraian Teoritis

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Pada umumnya pengertian komunikasi adalah suatu proses penyampainan pesan dari komunikator ke pada komunikan. Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bahagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah suatu tanda komunikasi (Widjaja, 2010:1)

Istilah komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris yaitu "*communication*". Istilah ini berasal dari bahasa Latin "*communicare*" yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap bertukar pikiran, berhubungan berteman, dan lain sebagainya (Edi, 2014:1)

Komunikasi adalah sebuah proses sistemis di mana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna. Fitur penting pertama dari definisi komunikasi adalah proses yang artinya sedang berlangsung dan selalu bergerak, bergerak semakin maju dan berubah secara terus menerus. Sulit mengatakan kapan komunikasi dimulai dan berhenti karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang bisa memengaruhi interaksi dan apa yang muncul di dalam sebuah

pertemuan tertentu bisa berkelanjutan di masa depan. Kita tidak dapat membekukan komunikasi kapan pun (Wood,2013:3)

Carl I Hovland (Effendy,2006:26) komunikasi adalah berkenaan dengan perilaku orang lain. Tujuan untuk mempelajari komunikasi adalah untuk mengetahui bagaimana efek komunikasi kepada seseorang. Seseorang akan dapat mengubah sikap, perilaku, pendapat orang lain, apabila komunikasinya itu komunikatif. Komunikasi bukan saja penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap public (*public attitude*).

Everet M. Rogers (Effendy,2006) seorang pakar sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan bersumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Menurut Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan pengaruhnya”. Berdasarkan paradigma Lasswell, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek (cangara,2010:19)

Menurut Carl. I Hovland (Widjaja, 2000:26), komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain. Jadi dengan

demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu, sebelum orang lain berpendapat, bersikap dan bertingkah laku yang sama dengan kita.

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa "komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*Communication is the process to modify the behavior of the other individuals*)". Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikasi seperti yang uraikan diatas.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dari beberapa pengertian yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa komunikasi hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Namun untuk lebih menyempurnakan unsur-unsur dari komunikasi ini para ahli menambahkan unsur umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap untuk membangun komunikasi yang sempurna. Serta munculnya pandangan dari Joseph de Vito K. Sereno dan Erika Vora yang menilai bahwa faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah

pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi (Cangara, 2010:22). Adapun unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

- a. Sumber, yaitu semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikatir, *source*, *sender*, atau *encoder*.
- b. Pesan, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media.
- c. komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi nasehat atau propaganda. Pesan sering disebut *message*, *content*, atau informasi.
- d. Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media, termasuk juga surat kabar, televisi, telepon dan media massa lainnya.
- e. Penerima, penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran dari

komunikasi. Penerima biasa disebut khalayak, sasaran, komunikan, *audience*, atau *receiver*

- f. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain (widjaja, 2010:10)

- a. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti.
- b. Memahami orang lain
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

2.1.4 Fungsi komunikasi

Pentingnya komunikasi dalam hidup manusia maka Harold D. Lasswell dalam Cangara (2014:67) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain:

- a. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
- b. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
- c. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang lain dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula (Harjana, 2003:85).

Menurut Devito (1989), komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Onong U. Effendy, 2003: 30). Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa diantaranya adalah :

A. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara penyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya.

B. Menemukan dunia luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.

C. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

D. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Komunikasi interpersonal ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media).

E. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekedar mencari kesenangan atau hiburan berbicara dengan teman mengenai acara perayaan hari ulang tahun, berdiskusi mengenai olahraga adalah merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan waktu.

F. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*mis communication*) dan salah interpretasi (*mis interpretation*) yang terjadi antara sumber dan penerimaan pesan.

G. Memberikan bantuan (konseling)

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Dalam kegiatan sehari-hari, di kalangan masyarakat pun juga dapat dengan mudah diperoleh contoh yang menunjukkan fakta bahwa komunikasi

interpersonal dapat dipakai sebagai pemberian bantuan (konseling) bagi orang lain yang memerlukan.

2.3 Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi (Effendy, 2006: 128-130).

A. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informative yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan suatu masalah jika terjadi tanpa diduga.

B. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Jika informasi yang disebarkan kepada khalayak itu menimbulkan efek yang sifatnya kontroversial (menyebabkan adanya pro dan kontra di kalangan khalayak). Maka ini disebut opini public. Opini public ini sering sekali merugikan organisasi. Karenanya harus diusahakan agar segera dapat diatasi dalam arti kata tidak menimbulkan permasalahan.

2.3.1 Pola komunikasi eksternal

Pola Komunikasi Eksternal Di dalam bukunya, Suranto AW menjelaskan bahwa polapola komunikasi eksternal ini bisa terwujud dalam berbagai bentuk, diantaranya adalah:

- a. Komunikasi antara kantor (manajemen) dengan konsumen (customer), pelanggan atau pengguna jasa, bertujuan untuk:
 - b. Mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas layanan dari organisasi
 - c. Mengetahui harapan konsumen atau pengguna jasa terhadap produk atau jasa
 - d. Pemberitahuan adanya produk baru
 - e. Pemberitahuan adanya perubahan tarif
 - f. Mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen
 - g. Menampung kritik atau harapan dari pelanggan
1. Komunikasi antara kantor dengan pemegang saham, bertujuan untuk:
 - a. Menggali informasi dan saran-saran dari pemegang saham
 - b. Mengirimkan laporan (neraca keuangan)
 - c. Mendapatkan umpan balik untuk kemajuan kantor
 - d. Pemberitahuan pelaksanaan rapat pemegang saham
 2. Komunikasi antara kantor dengan masyarakat umum
bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat (khususnya masyarakat sekitar) sehingga dengan komunikasi ini diharapkan dapat menekan kemungkinan timbulnya konflik dengan lingkungan

masyarakat. Proses komunikasi dengan masyarakat umum (terutama masyarakat sekitar kantor/ organisasi/perusahaan) dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

- a. Mengadakan anjungsana
- b. Mengundang masyarakat dalam acara tertentu
- c. Ikut berpartisipasi atau memberikan bantuan dalam kegiatan masyarakat
- d. Menyelenggarakan pasar murah untuk masyarakat sekitar
- e. Menyelenggarakan pameran
- f. Menyelenggarakan acara kesenian atau panggung terbuka
- g. Menyalurkan beasiswa
- h. Memberikan sponsorship

2.4 Hubungan masyarakat

2.4.1 Pengertian humas

Hubungan masyarakat atau humas adalah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. Kesuksesan atau kegagalan dari sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh kegiatan humas.

Hubungan masyarakat disebut juga *public relation*, dengan ruang lingkup kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi (Widjaja,2010:53).Sedangkan menurut Scott (2007:6) public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara

organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

2.4.2 Ruang lingkup Humas

Humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya mempunyai ruang lingkup, dimana ruang lingkup tersebut menjadi acuan penting dalam setiap kegiatan humas. Ruang lingkup humas meliputi (widjaja, 2010:57):

- A.** Pengumpulan dan pengolahan data, mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah data untuk keperluan informasi bagi masyarakat dan lembaga serta informasi umpan balik dari masyarakat.
- B.** Penerangan, mempunyai tugas mempersiapkan pemberian penerangan kepada masyarakat tentang kebijakan dan pelaksanaan kegiatan lembaga melalui media massa.
- C.** Publikasi, mempunyai tugas mengurus publikasi tentang kebijakan dan pelaksanaan kegiatan lembaga.

2.4.3 Tugas humas

Inti tugas humas public relations adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan public sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti, dan muncul suasana akrab, saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik. Penyesuaian yang menciptakan hubungan yang harmonis dimana satu sama lain saling member dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak (Suhandang, 2004:73).

Ada tiga tugas humas dalam organisasi atau lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas (Frida, 2002:250). Tiga tugas humas tersebut adalah:

- A. Mengintrepretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi atau lembaga. Kecenderungan perilaku publik diklasifikasikan dengan baik oleh Frank Jeffkins menjadi empat situasi atau kondisi kecenderungan publik yang dihadapi oleh humas, yakni tidak tahu apatis, prasangka dan memusuhi. Mengacu pada klasifikasi public menurut Jeffkins tersebut, maka tugas humas adalah merubah publik yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang berprasangka menjadi menerima, dan yang memusuhi menjadi simpati.
- B. Mempertemukan kepentingan organisasi atau lembaga dengan kepentingan publik. Kepentingan organisasi atau lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun dapat juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan. Bila kepentingannya berbeda, maka humas dapat berugas untuk menghubungkannya.
- C. Mengevaluasi program-program organisasi atau lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik. Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang humas yang tinggi dan luas.

Karena tugas ini dapat berarti humas memiliki wewenang untuk member nasihat apakah suatu program sebaiknya diteruskan atautkah ditunda atautkah dihentikan disini humas bertugas untuk senantiasa memonitor semua program.

2.4.4 Tujuan humas

Mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni *public* (umum, masyarakat). Tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik (Widjaja,2010:55).

2.4.5 Peran humas

Peran humas mencakup internal public relations dan external public relations (Rudy, 2005:86-88). Ruang lingkup yang terdapat pada external public relations adalah:

- A. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*), dimana hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti member informas kepada pelanggan atau nasabah menjelaskan prosedur, tata cara, waktu penyelenggaraan acara.
- B. Hubungan dengan penduduk atau dengan masyarakat (*community relations*), hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat sekurang-kurangnya meliputi penduduk disekitar organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

- C. Hubungan dengan pers/media massa (*press relations*), hal ini mencakup kegiatan membuat kliping serta menganalisa opini public atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu.
- D. Hubungan dengan instansi-instansi pemerintah (*government relations*), merupakan salah satu peran humas yang mencakup penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah provinsi/kabupaten/kota/kepolisian/perusahaan dan lembaga).

2.4.6 Ruang Lingkup External Public Relations

Peran humas mencakup *internal public relations* dan *external public relations* (Rudy, 2005:86-88). Ruang lingkup yang terdapat pada *external public relations* adalah:

- A. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*), dimana hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti member informasi kepada pelanggan atau nasabah menjelaskan prosedur, tata cara, waktu penyelenggaraan acara.
- B. Hubungan dengan penduduk atau dengan masyarakat (*community relations*), hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat sekurang-kurangnya meliputi penduduk disekitar organisasi atau lembaga yang bersangkutan.
- C. Hubungan dengan pers/media massa (*press relations*), hal ini mencakup kegiatan membuat kliping serta menganalisa opini public atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu.

D. Hubungan dengan instansi-instansi pemerintah (*government relations*), merupakan salah satu peran humas yang mencakup penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah provinsi/kabupaten/kota/kepolisian/perusahaan dan lembaga).

2.4.7 Perencanaan Kehumasan

Pada dasarnya perencanaan (*planning*) adalah menentukan kegiatan yang hendak dilakukan, agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan. Tanpa adanya perencanaan tidak dapat diketahui usaha yang dilakukan mencapai hasil atau tidak. Rencana strategis merupakan rencana yang mencakup tujuan jangka panjang dan bersifat umum yang ingin dicapai perusahaan (Morissan, 2008:5):

A. Alasan mengapa Humas harus membuat perencanaan dalam melakukan kegiatannya antara lain:

1. Alasan dalam kegiatan perencanaan (*action plan*), yaitu dapat bersifat proaktif, reaktif defensif, preventif, protektif dan hingga profitabel. Misalnya, seorang humas bertindak sedia payung sebelum hujan (proaktif) atau mencari payung ketika hujan (reaktif).
2. Alasan mengapa (*why*)
 - 1) Untuk mengantisipasi perubahan lingkungan lebih luas, seperti perubahan teknologi, ekonomi, politik, hukum dan teknologi.
 - 2) Menghadapi perubahan lebih sempit (operasional), seperti menghadapi persaingan, perubahan selera pelanggan, *life*

cycle product, system komunikasi, media massa, tenaga kerja dan relasi bisnis.

B. Manfaat perencanaan kerja humas adalah:

1. Membantu pihak manajemen organisasi untuk mampu beradaptasi terhadap lingkungan yang sering berubah-ubah.
2. Mengefektifkan dan mengefisienkan koordinasi atau kerja sama antar departemen dan pihak terkait lainnya.
3. Mengefisienkan waktu, tenaga, upaya dan biaya.
4. Menghindari risiko kegagalan dengan tidak melakukan perkiraan atau perencanaan tanpa arah yang jelas dan konkret.
5. Mampu melihat secara keseluruhan kemampuan operasional, pelaksanaan, komunikasi, target dan sasaran yang hendak dicapai di masa mendatang.
6. Menetapkan klasifikasi rencana kerja humas, yaitu rencana strategis (sesuai dengan kebijakan tujuan jangka panjang), rencana tetap (regular, yang dapat dilakuka berulang-ulang) dan rencana tertentu (rencana jangka pendek, khusus, dan terbatas).

C. Rencana program *Public Relations* sama pentingnya dengan menciptakan suatu fondasi yang kuat untuk sebuah bangunan. Menurut Frank Jefkins (2002:56) ada empat alasan yang paling penting bagi perlunya suatu perencanaan *public relations*. Keempat alasan tersebut adalah:

1. Untuk menetapkan target-target operasi *public relations* yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
 2. Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
 3. Untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah program dan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan segenap program *public relations* yang telah diprioritaskan.
 4. Untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan:
 - a. Staf pendukung atau personil yang mencukupi
 - b. Dukungan dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor
 - c. Anggaran dana yang tersedia.
- D. Dan yang terakhir adalah proses perencanaan, menurut George dalam Morissan (2008:153-154) proses perencanaan dan penetapan program humas mencakup langkah-langkah sebagai berikut:
1. Menetapkan peran dan misi, yaitu menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
 2. Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan di mana praktisi humas harus mencurahkan waktu, tenaga, dan keahlian yang dimiliki.
 3. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektifitas (*indicators of effectiveness*) dari setiap pekerjaan yang dilakukan. Menentukan

faktor-faktor terukur yang akan mempengaruhi tujuan atau sasaran yang akan ditetapkan.

4. Memilihkan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
5. Mempersiapkan rencana tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. *Programming*, menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.
 - b. Pepenjadwalan (*scheduling*), menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan
 - c. Anggaran (*Budgeting*), menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
 - d. Pertanggungjawaban, menetapkan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan, yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum
 - e. Menguji dan merevisi rencana sementara (*Tentative Plan*) sebelum rencana tersebut dilaksanakan.
 - f. Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi
 - g. Komunikasi, menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen pada enam langkah sebelumnya.
 - h. Pelaksanaan, memastikan persetujuan diantara semua pihak yang terlibat mengenai komitmen yang dibutuhkan untuk

menjalankan upaya yang sudah ditemukan, pendekatan apa yang paling baik, siapa saja yang perlu dilibatkan.

2.5 Strategi humas

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klsk yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksud adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategi yang artinya pemimpin tentara tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*the art of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”. (cangara,2013:64)

Dalam mengenai masalah komunikasi, para perencanaan dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal” (cangara,2013:64).

Stephen robbins (1990), mendefinisikan strategi sebagai penentu tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Berpikir strategi

meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan (Morisson,2010:152).

menurut Cultip-Center-Broom, perencanaan strategi humas meliputi kegiatan:

- a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program
- b. Melakukan identifikasi khalayak penentu
- c. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan

Dalam hal ini, harus terdapat hubungan yang erat atas seluruh tujuan program yang sudah ditetapkan, khalayak yang ingin dituju dan juga strategi apa yang akan dipilih. Hal terpenting adalah sebagaimana dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang sudah diterapkan.

2.5.1 Komponen pembentukan strategi

Setelah melalui tahapan penyelesaian dan penyusunan program taktikal dan strategi humas perlu di ketahui komponen-komponen “pembentukan strategi perusahaan”. Dalam pembentukan strategi korporat, suatu strategi di pengaruhi oleh unsure-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan yaitu (Ruslan,2016:140):

- a. Secara makro, lingkungan perusahaan/lembaga tersebut akan dipengaruhi oleh unsure-unsur: kebijakan umum (*public policy*),

budaya (*cultur*) yang dianut, system perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh organisasi bersangkutan.

- b. Secara mikro, tergantung dari misi perusahaan, sumber-sumber dimiliki (sumber daya manusia dan sumber daya guna lainnya yang dikuasai), system pengorganisasian, dan rencana atau program dalam jangka pendek atau jangka panjang, serta tujuan dan sasarannya yang hendak dicapai.

2.5.2 Strategi Operasional Humas

Strategi pokok humas diarahkan untuk meningkatkan mekanisme komunikasi dua arah antara lembaga dengan sasaran humas agar hasil-hasil yang dicapai oleh lembaga dapat dikenal oleh sasaran humas, sehingga sasaran humas akan ikut berpartisipasi aktif dalam mewujudkan tujuan lembaga khususnya dan tujuan pembangunan nasional umumnya (Ruslan, 2016:142-143). Strategi operasional yang digunakan oleh Humas adalah sebagai berikut :

- a. Pendekatan kemasyarakatan
- b. Pelaksanaan program Humas dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosio-kultural ini berarti bahwa opini publik (pendapat umum) yang tersurat dalam berbagai media massa merupakan pencerminan dari pendapat dan kehendak masyarakat.

Artinya pihak humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*), dan bukan sekedar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di

dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang diantut.

Memanej hubungan dengan kelompok-kelompok masyarakat yang berbagai macam merupakan seni tersendiri. Humas harus mengenal keunikan dari masing-masing kelompok yang diajak berkomunikasi, juga harus mampu memuaskan kebutuhan mereka dan memanaj semua kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, sehingga tercapai sasaran-sasaran dari humas. Semakin kita mengenal masyarakat yang kita ajak berkomunikasi,, semakin berhasil hubungan masyarakat yang kita jalin. Sebab, keakraban antar pribadi sangat penting dibina. Karena itu setiap pendekatan harus mencerminkan kepribadian dan gaya dari orang-orang yang kita ajak berkomunikasi.pendekatan yang biasa di lakukan oleh humas adalah pendekatan sistematis yang terdapat dalam rumus RACE. Keempat pendekatan ini adalah sebagai berikut (Colin-Thomas,2005:45-46) :

- a. *Research* (riset). Apa yang harus perusahaan ketahui? Informasi apa yang dibutuhkan?apakah riset pasar sudah ada atau diperluan? Jika demikian, bentuk apa yang akan diambil? Apakah informasi itu akan dirahasiakan atau diubah bentuk?
- b. *Action* (tindakan). Apakah suatu perubahan perilaku dibutuhkan? Jika iya, bagaimana mengubahnya? Masalah apa saja yang akan muncul? Siapa yang akan mengubahnya dengan dan siapa pula yang akan melakukan perlawanan? Siapa yang akan mencegahnya?

- c. *Communication* (komunikasi). Apa yang akan dikomunikasikan, kapan dan dengan siapa? Mengapa perlu berkomunikasi dengan masing-masing kelompok masyarakat?
- d. *Evaluation* (evaluasi). Bagaimana keberhasilan itu dapat diukur? Apakah evaluasi akan digunakan untuk merasionalisasikan apa yang telah dilakukan, memperkirakan prestasi atau mendukung modifikasi program?

2.6 Strategi perencanaan pemecahan masalah

2.6.1 Analisis situasi

Untuk mengetahui apa yang sedang terjadi, bukanlah pekerjaan yang mudah. Sebab suatu kejadian seolah-olah diselimuti oleh awan. Beberapa pendapat mungkin bisa diperoleh dengan melakukan wawancara, karena laporan-laporan itu dapat menyesatkan. beberapa orang yang melaporkan mungkin sangat erat hubungannya dengan situasi, sehingga dapat objektif.

2.6.2 Menentukan sasaran

Sasaran perusahaan mungkin diterapkan pada masalah yang khusus. Kalau tidak, beberapa perkembangan mungkin akan menuntut sasaran-sasaran tersendiri atau bahkan menghadirkan masalah yang lebih luas, sehubungan dengan sasaran perusahaan.

2.6.3 Identifikasi masyarakat

Analisis situasi akan membawa perusahaan kepada sejumlah kelompok yang telah dipengaruhi oleh beraneka ragam sesuatu yang tengah terjadi. Namun, ada pula yang hanya memiliki minat umum dalam organisasi, yang

hanya tertarik pada pokok-pokok yang penting saja. Terkadang terdapat pula reaksi-reaksi yang muncul spontan dari sumber yang tidak terduga.

2.6.4 Membuat pesan

Pesan yang akan perusahaan berikan itu hendaknya berasal dari masalah perusahaan dan berkaitan dengan sasaran. Pesan dapat bersifat tunggal atau berbeda-beda, tergantung dari kebutuhan masyarakat yang kperusahaan hadapi. Pesan dapat bersifat strategis dan taktis.

2.6.5 Menyeleksi saluran

Efektivitas dari saluran sangat berbeda-beda dalam mencapai masyarakat khusus. Sebab, audiens senantiasa berubah. Begitu pula dengan halnya dengan tingkat biaya selalu berubah. Suatu program akan menggabungkan proyek jangka pendek dan jangka panjang serta perencanaan yang dapat melancarkan pekerjaan.

2.6.6 Membiayai program

Humas merupakan salah satu bidang yang senantiasa berupaya melakukan pekerjaan dengan sumber daya ekstra tertentu. Sebuah perusahaan yang mampu memberitahu anggotanya tentang maanfaat yang akan mereka raih dengan seluruh peralatan perusahaan, mungkin akan memperoleh keuntungan ekstra

2.6.7 Evaluasi hasil

Kebanyakan organisasi hanya menyediakan perkiraan kasar mengenai kegiatan humas. Dengan hanya dikenal dari sudut kuantitas dari pada kualitas. Perkiraan demikian, tidak mempunyai arti lagi, jika tidak dikaitkan dengan

sasaran awalnya. Semakin sasaran awal ditentukan secara ketat, semakin mudah untuk mengukur sampai di mana sasaran telah dicapai.

2.6.8 Program modifikasi

Sumber daya yang digunakan untuk pengukuran efektivitas humas, hasil yang diperoleh tidak terbang percuma jika digunakan. Bila suatu program yang sudah lengkap dengan pelajaran-pelajaran yang dapat dipelajari, maka dapat diterapkan lagi pada program yang sama. Di masa yang akan datang, program berikutnya dapat diubah untuk menyesuaikan sumber pada bidang di mana keberhasilan yang besar akan diperoleh atau hilang, setelah sasaran program tercapai.

2.6.9 Kasus

Program humas harus selalu diakhiri dengan tindakan yang mendukungnya. Bila terdapat peristiwa yang menekan, maka perlu memberikan indikasinya pada hari terakhir ketika keputusan tertentu akan diambil.

2.7 Humas dalam menangani masalah lingkungan

Petugas humas berkewajiban untuk memberikan informasi dan publikasi lembaga/instansi agar dapat diterima dan didukung khalayak, sehingga terjadi jalinan hubungan yang serasi antara lembaga dan masyarakat. Dengan adanya komunikasi yang harmonis dan serasi ini, maka pekerjaan dan fungsi humas akan berjalan dengan lancar sesuai apa yang hendak dicapai. Pelaksanaan tugas dan fungsi humas seperti ini memerlukan kemampuan, keterampilan dan kejelian antara lain (Widjaja,2010:98):

- a. Mengetahui dengan baik masyarakat dan lingkungan
- b. Mengetahui “pintu masuk” ke dalam hati sasaran
- c. Menjadi mediator kehendak masyarakat kepada lembaga dan instansi.

2.8 MASYARAKAT

Masyarakat adalah sekelompok individu yang tinggal dalam suatu tempat tertentu, saling berinteraksi dalam waktu yang relative lama, mempunyai adat-istiadat dan aturan-aturan tertentu dan lambat laun membentuk sebuah kebudayaan. Masyarakat juga merupakan system sosial yang terdiri dari sejumlah komponen struktur sosial yaitu keluarga, ekonomi, pemerintah, agama, pendidikan, dan lapisan sosial yang terikat satu sama lainnya, bekerja secara bersama-sama, saling berinteraksi, berelasi, dan saling ketergantungan (Jabrohim, 2004:167).

Menurut Mac Iver dan Page masyarakat adalah suatu system dari kebiasaan dan tata cara, dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok dan penggolongan dan pengawasan tingkah laku serta kebebasan-kebebasan manusia. Keseluruhan yang selalu berubah ini kita namakan masyarakat. Masyarakat merupakan jalinan hubungan sosial, dan masyarakat selalu berubah (Soekanto, 2007:22).

Menurut Mac Iver dan Charles unsur-unsur perasaan masyarakat antara lain adalah seperasaan, sepenanggungan dan saling memerlukan, sedangkan tipe-tipe masyarakat menurut Kingley Davis dalam Soekanto (2007: 134-145) ada empat yaitu:

- a. Jumlah penduduk

- b. Luas, kekayaan dan kepadatan penduduk daerah pedalaman
- c. Fungsi-fungsi khusus masyarakat setempat terhadap seluruh masyarakat
- d. Organisasi masyarakat yang bersangkutan.

2.9 LIMBAH INDUSTRI

2.9.1 Pengertian Limbah Industri

“limbah adalah buangan yang kehadirannya pada suatu saat dan tempat tertentu tidak dikehendaki lingkungan karena tidak memiliki nilai ekonomi” (Kristanto, 2004:169). Bila ditinjau secara kimiawi, limbah ini terdiri dari bahan kimia organik dan anorganik. Limbah yang mengandung bahan polutan yang memiliki sifat racun dan berbahaya dikenal dengan limbah B3, yang dinyatakan sebagai bahan yang dalam jumlah relatif sedikit tetapi berpotensi untuk merusak lingkungan hidup dan sumber daya. Tingkat bahaya keracunan yang disebabkan oleh limbah tergantung pada jenis dan karakteristik limbah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Kualitas limbah menunjukkan spesifikasi limbah yang diukur dari jumlah kandungan bahan pencemar dalam limbah. Kandungan pencemar di dalam limbah terdiri dari berbagai parameter. Semakin kecil jumlah parameter dan semakin kecil konsentrasinya, hal itu menunjukkan semakin kecilnya peluang untuk terjadinya pencemaran lingkungan.

Ada beberapa kemungkinan yang akan terjadi akibat masuknya limbah ke dalam lingkungan, yaitu:

- A. Lingkungan tidak mendapat pengaruh yang berarti. Hal ini disebabkan karena volume limbah kecil, parameter pencemar yang terdapat dalam limbah sedikit dengan konsentrasi yang kecil.
- B. Ada pengaruh perubahan, tetapi tidak mengakibatkan pencemaran.
- C. Memberikan perubahan dan menimbulkan pencemaran (Kristanto, 2004:170).

2.9.2 Dampak Limbah Industri

Akibat dari adanya pengelolaan limbah yang tidak sempurna akan mengakibatkan dampak langsung. Adapun dampak langsung (yang bersifat negative) akibat kegiatan industri dan teknologi, dapat dilihat dari terjadinya masalah-masalah berikut ini: pencemaran udara, pencemaran air, pencemaran daratan (Wardhana, 2004:24).

- A. Pencemaran udara diartikan sebagai adanya bahan-bahan atau zat-zat asing di dalam udara yang menyebabkan perubahan susunan (komposisi) udara dari keadaan normalnya. Kehadiran bahan atau zat asing didalam udara dalam jumlah tertentu serta berada di udara dalam waktu yang cukup lama akan dapat mengganggu kehidupan manusia, hewan, dan binatang (Wardhana, 2004: 27).
- B. Pencemaran air, pencemaran air terjadi apabila air tersebut telah menyimpang dari keadaan normalnya. Keadaan normal air masih tergantung pada faktor penentu, yaitu kegunaan air itu sendiri dan asal sumber air. Ukuran air disebut bersih dan tidak tercemar tidak ditentukan oleh kemurnian air. Apabila air yang diperlukan dalam

kegiatan industri dan teknologi itu dalam jumlah yang cukup besar, maka perlu dipikirkan dari mana air tersebut diperoleh. Pengambilan air dari sumber air tidak boleh mengganggu keseimbangan air lingkungan (Wardhana, 2004: 73).

- C. Pencemaran daratan, daratan mengalami pencemaran apabila ada bahan-bahan asing, baik yang bersifat organik maupun an-organik, berada di permukaan tanah yang menyebabkan daratan menjadi rusak, tidak dapat memberikan daya dukung bagi kehidupan manusia.

2.9.3 Penanggulangan Dampak Limbah Industri

Oleh karena adanya dampak limbah industri yang mencemari lingkungan maka perlu diusahakan pengurangan pencemaran lingkungan atau bila mungkin meniadakannya sama sekali. Usaha untuk mengurangi dan menanggulangi dampak limbah tersebut ada dua macam, yaitu:

- A. Penanggulangan Secara Non-teknis, yaitu usaha untuk mengurangi dan menanggulangi pencemaran lingkungan dengan cara menciptakan peraturan perundangan yang dapat merencanakan, mengatur dan mengawasi segala macam bentuk kegiatan industri dan teknologi sedemikian rupa sehingga tidak terjadi pencemaran lingkungan. Peraturan perundangan yang dimaksudkan hendaknya dapat memberikan gambaran secara jelas tentang kegiatan industry dan teknologi yang akan dilaksanakan di suatu tempat antara lain (Wardhana, 2004: 160-161):

1. Penyajian Informasi Lingkungan (PIL),
2. Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL),

3. Perencanaan Kawasan Kegiatan Industri dan Teknologi,
 4. Menanamkan Kawasan Kegiatan Industri dan Teknologi,
 5. Menanamkan perilaku disiplin.
- B. Penanggulangan Secara Teknis, banyak macam dan cara yang dapat ditempuh dalam penanggulangan secara teknis. Adapun criteria yang digunakan dalam memilih dan menentukan cara yang akan digunakan dalam penanggulangan secara teknis terantung pada faktor: mengutamakan keselamatan lingkungan, teknologinya telah dikuasai dengan baik, dan secara teknis dan ekonomis dapat dipertanggung-jawabkan. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh beberapa cara dalam hal penanggulangan secara teknis. Antara lain adalah sebagai berikut:
1. Mengubah proses
 2. Mengganti sumber energi
 3. Mengelola limbah
 4. Menambah alat bantu

BAB III

Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, penelitian membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dan pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998 :15).

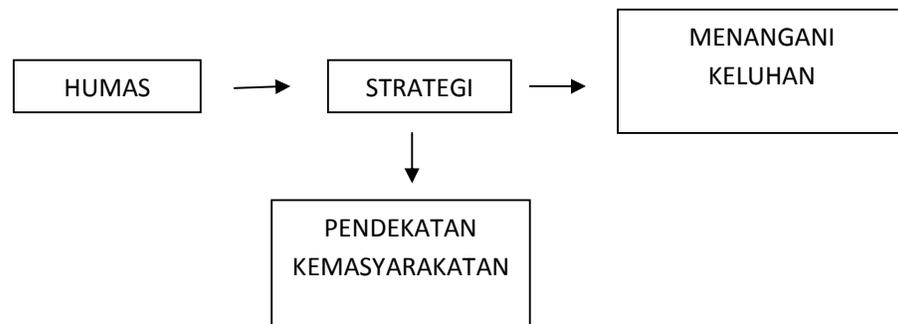
Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah cara yang lebih menekankan pada aspek paham secara mendalam terhadap suatu permasalahan. Penelitian kualitatif ialah penelitian-penelitian riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta lebih menonjolkan proses dan makna. Tujuan dari metodologi ini ialah pemahaman secara lebih mendalam terhadap suatu masalah yang dikaji dan data yang dikumpulkan lebih banyak kata ataupun gambar-gambar dari pada angka.

Berdasarkan sifat penelitian, akan didapatkan penelitian yang mengarah kepada penelitian komunikasi empiris, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data premier. Data bersifat yang diambil dari riset atau studi lapangan.

3.2 Kerangka Konsep

Untuk memudahkan pendeskripsian terhadap masalah yang akan diteliti, peneliti akan menggambarkan masalah tersebut melalui kerangka konsep. Kerangka konsep penelitian adalah hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati melalui penelitian yang dilakukan.

Maka masalah tersebut digambarkan melalui kerangka konsep sebagai berikut:



3.3 Defenisi Konsep

Defenisi konsep adalah penjabaran lebih lanjut mengenai kerangka konsep. Untuk memahami dan memudahkan dalam menafsirkan banyak teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

Konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

- a. Hubungan masyarakat adalah ruang lingkup kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi

- b. Strategi adalah sebuah cara atau pendekatan yang sangat menyeluruh dan sangat berkaitan dengan adanya pelaksanaan gagasan atau suatu perencanaan serta eksekusi dalam suatu aktivitas yang berada dalam kurun waktu tertentu.
- c. Menangani keluhan adalah sebuah upaya untuk menanggulangi masukan dan balikan dari masyarakat
- d. Pendekatan kemasyarakatan adalah suatu usaha perusahaan untuk lebih mendekatkan diri dalam lingkungan masyarakat.

3.4 Kategorisasi

Konsep teoritis	Konsep oprasional
Strategi humas PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk menangani keluhan polusi udara	1. Pendekatan kemasyarakatan : <ul style="list-style-type: none"> a. Riset b. Tindakan c. Komunikasi d. Evaluasi

- 1. Pendekatan kemasyarakatan adalah pelaksanaan program Humas dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosiokultural
 - a. Riset adalah suatu proses investigasi yang dilakukan dengan aktif, tekun, dan sistematis, yang bertujuan untuk menemukan, menginterpretasikan, dan merevisi fakta-fakta.

- b. Tindakan adalah adalah suatu sikap yang belum otomatis dalam suatu tindakan, untuk mewujudkan sikap menjadi suatu perbuatan yang nyata, maka diperlukan faktor pendukung lain. Tindakan merupakan aturan yang mengadakan adanya hubungan erat antara sikap dan tindakan yang didukung oleh sikap yang mengatakan bahwa sikap merupakan pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak.
- c. Komunikasi adalah hubungan kontak antara ,manusia baik individu maupun kelompok.
- d. evaluasi adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih di antara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan-harapan yang ingin diperoleh.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat dijadikan bahan penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data melalui:

A. Wawancara :

Wawancara adalah percakapan tatap muka antara pewawancara dengan nara sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti. Menurut Moelong (2014:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancarara

(interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

B. Peneliti Kepustakaan :

Dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data melalui literature dan sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian. Dalam hal ini peneliti kepustakaan dilakukan dengan membaca buku-buku, website serta artikel yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

C. Dokumentasi :

Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental yang semuanya memberikan informasi bagi proses penelitian (Gunawan, 2013:178).

3.6 Informan dan Narasumber

Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah

1. Humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk
2. Lurah Mabur
3. Masyarakat

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen (Moelong, 2014:248), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting

dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Di pihak lain, analisis data kualitatif seiddel (Moelong, 2014:248), prosesnya berjalan sebagai berikut:

- a. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
- b. mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
- c. Berfikir, dengan membuat jalan agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat indeksinya.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

- a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk dan kecamatan medan deli.

- b. Waktu penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 25 agustus sampai dengan 28 agustus 2018.

3.9 Deskripsi ringkas tentang objek penelitian

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (“Perseroan”) didirikan di Indonesia dengan nama PT Charoen Pokphand Indonesia Animal Feedmill Co. Limited, berdasarkan akta pendirian yang dimuat dalam Akta No. 6 tanggal 7 Januari 1972, yang dibuat dihadapan Drs. Gde Ngurah Rai, SH, Notaris di Jakarta, sebagaimana telah diubah dengan Akta No. 5 tanggal 7 Mei 1973 yang dibuat dihadapan

Notaris yang sama. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. YA-5/197/21 tanggal 8 Juni 1973 dan telah didaftarkan pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat di bawah No. 2289 tanggal 26 Juni 1973, serta telah diumumkan dalam Berita Negara No. 65 tanggal 14 Agustus 1973, Tambahan No. 573.

PT. Charoen Pokphand Indonesia didirikan pada tahun 1921 oleh dua bersaudara Chia Ek dan Chia Seow Whooy yang meninggalkan negeri China untuk mendapatkan kesempatan berusaha di Thailand. Awalnya mereka bersama-sama mendirikan sebuah toko yang bergerak dibidang penjualan bibit tumbuhan, pupuk dan obat pembasmi serangga di Bangkok. Usaha keluarga ini berkembang pesat dengan mulai berdagang ternak dan telur disamping bibit dan pupuk. Usaha terus berkembang dan pada tahun 1951 perusahaan ini resmi terdaftar dengan nama Charoen Pokphand yang berarti tangan berlimpah dalam bahasa Thailand. PT. Charoen Pokphand Indonesia Medan merupakan salah satu cabang dari PT. Charoen Pokphand Indonesia yang berlokasi di Jakarta. PT. Charoen Pokphand Indonesia disahkan oleh menteri kehakiman Republik Indonesia dalam surat keputusan No. Y.A5/197/21 tanggal 8 Juni 1973. Pada tahun 1980 didirikan PT. Charoen Pokphand Indonesia Medan berlokasi di Jl. Pula Sumbawa No.5 (KIM II-Medan) yang didirikan diatas lahan seluas 4,6 Ha. Dimana pada lokasi didirikan pabrik, gudang, kantor dan sebagainya. Perusahaan ini pertama kali berproduksi pada tahun 1980 dengan hasil produksi 1500 ton makanan ternak. Usaha ternak ayam ras mulai berkembang di Indonesia sekitar tahun 1970 karena produksi daging dan telur ayam kampung belum dapat memenuhi konsumsi

masyarakat. Usaha peternakan ayam ras yang semakin berkembang berkaitan dengan perkembangan teknologi. Hal ini dibuktikan dengan penemuan alat yang mampu menetas telur ayam dalam waktu yang relatif singkat. Penerapan teknologi ini didukung oleh program pemerintah untuk meningkatkan nilai gizi masyarakat dalam hal ini kebutuhan protein hewani. Indonesia merupakan negara potensial bagi industri pakan ternak, melihat itu maka salah satu perusahaan asing yaitu PT. Charoen Pokphand yang berpusat di Thailand mewujudkan minatnya untuk menanamkan modalnya dalam jumlah yang besar secara patungan dengan pengusaha Indonesia. Sebagai akibat dari peningkatan konsumsi dan pertambahan jumlah penduduk Indonesia yang demikian pesat, maka kebutuhan pakan ternak juga meningkat. Menanggapi perkembangan tersebut PT. Charoen Pokphand Indonesia memperluas usaha dan juga pasarnya dengan mendirikan pabrik baru yang berlokasi di Surabaya dan Medan.

Anggaran Dasar Perseroan tersebut telah diubah, terakhir dengan Akta Notaris Fathiah Helmi, SH No. 94 tanggal 19 Juni 2015. Akta tersebut telah diterima dan dicatat oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat No. AHU-AH.01.03-0949604 tanggal 8 Juli 2015.

Berdasarkan Anggaran Dasar terakhir, kegiatan usaha Perseroan adalah:

1. Kegiatan usaha utama adalah:
 - a. industri makanan ternak, pembibitan dan budidaya ayam ras serta pengolahannya, industri pengolahan makanan, pengawetan daging ayam dan sapi, termasuk unit-unit cold storage.

b. menjual makanan ternak, makanan, daging ayam dan sapi, bahan-bahan asal hewan di wilayah Republik Indonesia, maupun ke luar negeri dengan sejauh diizinkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Kegiatan penunjang adalah:

- a. mengimpor dan menjual bahan-bahan baku dan bahan-bahan farmasi.
- b. memproduksi dan menjual karung atau kemasan plastik, peralatan industri dari plastik, alat-alat peternakan dan alat-alat rumah tangga dari plastik sesuai dengan perizinan yang dimiliki dan tidak bertentangan dengan peraturan di bidang penanaman modal.
- c. melakukan perdagangan besar pada umumnya, termasuk ekspor impor, perdagangan interinsular atau antar pulau atau antar daerah.
- d. melakukan kegiatan pengangkutan barang-barang pada umumnya, baik pengangkutan darat, perairan, laut dan udara.
- e. menjalankan usaha pergudangan dan pusat distribusi.

Visi dan Misi PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk

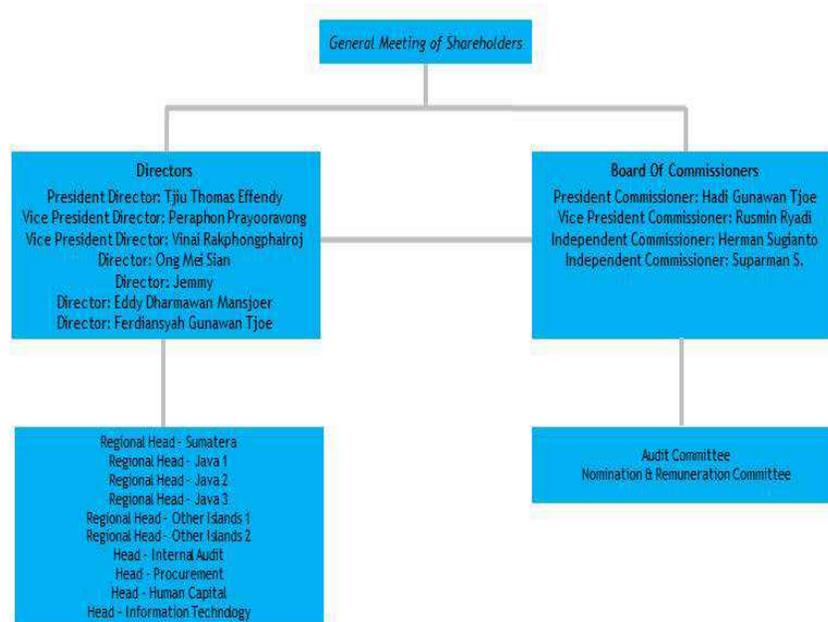
Visi:

Menyediakan pangan bagi dunia yang berkembang.

Misi:

Memproduksi dan menjual pakan, anak ayam usia sehari dan makanan olahan yang memiliki kualitas tinggi dan berinovasi

Struktur Organisasi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Narasumber

Nama	Usia	Alamat	Pekerjaan
Ibu Mulyani	37 Tahun	Jalan Marelan Pasar 1, Gang Sejahtera	Kepala Staff Humas, PT. Pokphand Indonesia Tbk
Muhammad Abdullah	41 Tahun	Perumnas Helvetia	Staff Humas, PT. Pokphand Indonesia Tbk
Bapak M Idris	45 Tahun	Jl. Rumah Potong Hewan, Gg Serbu	Lurah Mabar
Yuda Pratama	23 Tahun	Jl. Mangan I, Gg Pribadi	Warga Kelurahan Mabar
Wani Sariani	47 Tahun	Jl. Mangan I, Gg Pribadi	Warga Kelurahan Mabar

4.1 Hasil Penelitian

1. Informan I

Informan pertama bernama lengkap Ibu Yani, berusia 37 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff Personalia di PT. Pokphand Indonesia Tbk. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Agustus 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Bagaimana Humas Berkomunikasi Dengan Masyarakat?

Menurut Ibu Yani, komunikasi yang biasanya dilakukan antara Staff Humas dengan masyarakat setempat adalah dengan komunikasi berupa tatap muka. Dibeberapa kesempatan, Humas PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk melakukan bakti sosial di bidang kemasyarakatan, pendidikan, dan rumah ibadah. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat sekitar, sekaligus mengenalkan kepada masyarakat tentang PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk.

Seberapa Penting Komunikasi Dilakukan?

Beliau mengatakan, hal serupa diatas penting dilakukan sebagai proses pendekatan terhadap masyarakat. Turut andil dalam kegiatan sosial yang dilakukan masyarakat akan menimbulkan rasa simpati di hati masyarakat. Tentu ini akan berdampak positif terhadap keberlangsungan hubungan diantara keduanya.

Tidak hanya sampai disitu, staff humas PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk turut mengenalkan kepada masyarakat bagaimana perusahaan ini berjalan. Ibu Yani

mengatakan, dengan masyarakat mengetahui tentang bagaimana perusahaan yang berada di sekeliling mereka berjalan, tentu akan memberikan mereka pengetahuan lebih.

Bagaimana Proses Mediasi Dilakukan?

Untuk tempat diadakannya mediasi, Ibu Yani menjelaskan bahwa Staff Humas tidak menyediakan ruangan khusus. Biasanya mediasi dilakukan di tengah-tengah masyarakat seperti lapangan, hingga rumah kerumah. Hal itu dirasa lebih efektif bagi kedua belah pihak. Masyarakat tentu lebih memilih untuk menyampaikan sesuatu secara langsung.

Ibu Yani mengaku, jika ada sebuah kesempatan yang bila dirasa memang harus, beliau lebih memilih turun langsung ke tengah-tengah masyarakat untuk turut mendengarkan keluhan masyarakat.

Ibu Yani juga mengatakan, selama beberapa tahun belakangan, belum ada ditemukan masalah yang cukup besar. Hanya beberapa masalah kecil seputar polusi udara. Tentu ini hal yang biasa terjadi di sekitar kawasan industri. Selama masih ada tanggung jawab berupa beberapa hal diatas, keharmonisan antara masyarakat dan perusahaan akan tetap terjalin.

Apakah Perusahaan Memiliki Sistem Keselamatan Lingkungan?

Ibu mulyani mengatakan PT Charoen pokphand memiliki standar keselamatan lingkungan yang sudah terstandarisasi oleh badan lingkungan hidup pengelolaan lingkungan berdasarkan dokumen Upaya Pengelolaan Lingkungan

hidup dan Upaya Pemantauan Lingkungan hidup (UKL-IPL) yang telah mendapatkan rekomendasi Badan Lingkungan Hidup terkait.

Misalnya, beberapa fasilitas produksi telah menjadi Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) dari kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia.

Dari keikutsertaan tersebut, pengelolaan lingkungan hidup Perusahaan telah mengikuti standar PROPER, yaitu pengujian limbah cair dilakukan setiap bulan dan pengelolaan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) yang dilakukan oleh pihak ketiga yang kompeten. Ada juga beberapa fasilitas produksi perseroan, sesuai kebutuhannya, telah memiliki fasilitas instalasi pengolahan limbah cair dan tempat penyimpanan sementara limbah B3.

Perusahaan juga mengedukasi para peternak, yang merupakan konsumen dari Perusahaan, untuk menggunakan kotoran ayam sebagai pupuk organik dalam bercocok tanam sehingga diharapkan dapat mengurangi pemakaian pupuk anorganik. Selain itu, peternak dapat memiliki tambahan penghasilan diluar hasil dari peternakan ayam mereka.

Adakah Program Khusus Untuk Masyarakat Setempat?

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Yani, upaya staff Humas dalam proses pendekatan terhadap masyarakat adalah dengan melakukan riset. Guna mengetahui hal-hal yang menjadi permasalahan di tengah mereka. Lalu melakukan sedikit sentuhan tanggung jawab sosial seperti membantu organisasi

setempat melakukan kegiatan, turut melakukan sumbangsih terhadap pembangunan rumah ibadah dan pendidikan.

Tanggung jawab sosial yang diberikan Humas PT Pokphand Indonesia Tbk adalah sebagai berikut:

1. Bidang pendidikan, contohnya Humas PT Pokphand Indonesia Tbk mencari 2 anak untuk diberi bantuan pendidikan seperti beasiswa uang sekolah maupun membeli perlengkapan sekolah, melalui seleksi nilai dan peningkatan nilai di masing-masing mata pelajaran.
2. Bidang keagamaan dan budaya, contohnya Humas PT Pokphand Indonesia Tbk turut menyumbang dana untuk pembangunan masjid Al-Ikhlas yang berada kawasan sekitar perusahaan.
3. Bidang kesejahteraan umum, keagamaan dan olahraga, seperti turut menyumbang dana di beberapa kegiatan masyarakat seperti perayaan 17 Agustus, Maulid Nabi, dan perayaan lainnya yang bersifat olahraga, umum dan keagamaan.
4. Bidang pelestarian alam seperti menanam pohon di sekitaran lingkungan PT Pokphand Indonesia Tbk.

Ibu Mulyani menyampaikan, juga ada kemungkinan untuk penyerapan tenaga kerja yang berkompeten di kawasan tersebut. Tentu ini akan turut membantu proses tumbuh kembangnya perekonomian warga setempat ke taraf yang lebih baik lagi. Pada dasarnya Staff Humas berusaha untuk membuat citra baik

perusahaan di mata masyarakat, tanpa merugikan siapa saja yang terkait di dalamnya.

Bagaimana Humas Meminimalisir Masalah Internal Sampai Keluar?

Ketika ditanya bagaimana Staff Humas meminimalisir agar permasalahan internal kantor tidak sampai mengganggu rutinitas masyarakat. Ibu Yani mengatakan, Staff Humas selalu turut serta mengikuti isu yang berkembang di masyarakat. Agar nantinya isu tersebut dapat langsung diselesaikan ditengah masyarakat tanpa melibatkan internal perusahaan yang lebih luas.

Ibu Yani menambahi, konflik hanya terjadi jika tidak adanya komunikasi yang baik diantara kedua belah pihak. Staff Humas selama ini tetap melakukan mediasi dan komunikasi langsung, maupun melalui Kelurahan setempat. Dan tentu Staff Humas masih melakukan itu sampai sekarang, dapat dilihat bagaimana masyarakat cukup merasa leluasa walaupun berada di sekitaran kawasan perusahaan.

2. Informan II

Informan kedua bernama lengkap bapak Muhammad Abdullah, berusia 41 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff Personalia di PT. Pokphand Indonesia Tbk. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Agustus 2018, pada pukul 12.00 WIB sampai dengan selesai.

Apakah Hubungan Humas Dengan Masyarakat Berjalan Baik?

Hubungan saya dan tim humas dengan masyarakat berjalan baik, masyarakat mampu bekerja sama dengan pihak kehumasan dalam menjalankan sosialisasi. Terutama hubungan dengan para kepala lingkungan, karena pihak humas sering membahas kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan perusahaan serta bertanya apakah masyarakat memiliki keluhan atau membutuhkan bantuan.

Dengan adanya hubungan baik dengan masyarakat, humas PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk berharap agar masyarakat mau memberi dukungan dan kepercayaan dengan kegiatan perusahaan. Dengan adanya dukungan dan kepercayaan dari masyarakat PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk lebih semangat dalam membangun perusahaan dan membangun perusahaan dan meminimalisir masalah yang akan terjadi.

3. Informan III

Informan ketiga bernama lengkap Bapak M Idris berusia 45 tahun. Beliau bekerja sebagai Lurah di Kelurahan Mabar.

Bagaimana Cara Anda Berkomunikasi Dengan Pihak Humas?

Menurut Bapak M Idris ketika ditanya bagaimana cara beliau berkomunikasi dengan Staff Humas PT. Pokphand Indonesia Tbk adalah dengan komunikasi yang bersifat langsung, santai dan tidak formal. Kalau ditanya media apa saja yang dipakai ketika berkomunikasi, tentu saja Beliau menjawab komunikasi

secara langsung, walaupun beliau memiliki beberapa kontak via telepon untuk terhubung langsung dengan Staff Humas PT. Pokphand, tapi beliau tidak pernah sampai harus melakukan komunikasi terlebih dahulu. Hal itu dikarenakan, menurut beliau, para Staff Humas PT Pokphand melakukan tugas mereka dengan baik.

Apakah Anda Selalu Menerima Pengaduan Langsung Dari Masyarakat?

Ketika mendengar adanya pengaduan dari masyarakat. Beliau selalu menempatkan aspirasi masyarakat diatas daftar pengaduan. Hal itu dilakukan jika ada keterlambatan Staff Humas PT Pokphand dalam menanggapi, beliau memiliki alasan untuk kiranya sebagai bahan pengaduan langsung.

Bagaimana Staf Humas Menyelesaikan Masalah?

Sampai sejauh ini, upaya Staff Humas dalam menetralsir ketika ada permasalahan adalah dengan selalu mengevaluasi dan mengawasi setiap hasil kerja mereka.

4. Informan IV

Informan keempat bernama lengkap Yuda Pratama, berusia 23 tahun. Beliau merupakan warga kelurahan mabar yang berada di kawasan PT. Pokphand Indonesia Tbk.

Apakah Humas Pernah Tidak Mendengarkan Keluhan Masyarakat?

Menurut M Yuda Pratama, ketika mereka mengalami sedikit gangguan seperti polusi udara dari PT Pokphand, masyarakat selalu melakukan pengaduan ke kelurahan. Tapi tidak selalu langsung melalui kelurahan, staff humas PT Pokphand biasanya telah mengetahui terlebih dahulu jika ada sesuatu hal yang salah dari perusahaan mereka. Hal yang dapat mengganggu rutinitas masyarakat dalam melakukan aktivitasnya, kemudian menyelesaikannya bersama dengan masyarakat.

Apakah Staff Humas Menjalin Kedekatan dengan Masyarakat?

Staff humas memiliki kedekatan yang terjalin antara mereka dan masyarakat setempat. Menurut Yuda, staff humas selalu memantau lebih dulu apa yang terjadi di lingkungan perusahaan mereka, jika sudah terlanjur meluas, staff humas selalu hadir di tengah masyarakat.

Walaupun tidak selalu hadir tepat waktu, menurut Yuda, staff humas sudah sangat bertanggung jawab dalam hal penyelesaian masalah antara perusahaan mereka dengan masyarakat setempat. Jadi permasalahan tersebut tidak perlu sampai meluas atau bahkan berlarut-larut.

5. Informan V

Informan kelima bernama lengkap Ibu Wani Sariyani, berusia 47 tahun. Beliau merupakan masyarakat kelurahan mabar.

Apakah Anda Memiliki Kendala Sejak Menetap di Lingkungan Industri?

Menurut beliau, tinggal di sekitaran lingkungan perusahaan yang bergerak di bidang peternakan ayam tidak terlalu mengganggu jalannya rutinitasnya sebagai ibu rumah tangga.

Apakah Anda Merasa Humas Melakukan Kewajibannya Dengan Baik?

Ibu Wani mengatakan, hadirnya perwakilan perusahaan yang kadang menampilkan diri di tengah masyarakat membuat mereka merasa terayomi. Selama ini masyarakat hanya merasakan sedikit bebauan dari peternakan tersebut, itu bukanlah suatu hal yang besar. Namun sesuai dengan beberapa bantuan yang Staff Humas berikan di setiap ada kegiatan sosial di kawasan tersebut

4.2 Pembahasan Data

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Agustus 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai. Dengan lima orang narasumber yakni dua orang Staff/pegawai PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk, satu orang yakni Lurah Mabar, dan dua orang lainnya yakni masyarakat setempat. Juga beberapa pertanyaan tambahan dari penulis sendiri secara langsung guna menambah informasi terkait penelitian penulis, maka dapat dirangkum hasil keseluruhan jawaban dari para narasumber adalah sebagai berikut :

Penelitian ini menunjukkan seperti apa humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk dalam berupaya menangani penanggulangan efek polusi udara

terhadap lingkungan masyarakat dengan mempersiapkan rencana dalam menghadapi masalah dan memberikan tanggungjawab serta bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Selain itu, humas juga terus melakukan pendekatan sosial di tengah masyarakat untuk menunjukkan sikap baik dan bertanggung jawab, agar tetap terjalinnya komunikasi antara kedua belah pihak, masyarakat dan perusahaan. Hal itu penting di wujudkan mengingat bagaimana letak geografis perusahaan yang sangat berdekatan dengan lingkungan masyarakat. Dan melihat adanya resiko kecelekaan kerja yang dapat berdampak langsung terhadap masyarakat sekitar. Walaupun kemungkinan itu sangat kecil untuk terjadi, komunikasi antara kedua belah pihak tetap harus diwujudkan bersama.

Humas PT. Pokphand Indonesia Tbk terus melakukan perbaruan strategi pendekatan terhadap masyarakat sekitar. Beberapa riset terus dilakukan guna mengetahui perkembangan dan masalah yang sebenarnya terjadi di lapangan. Diantaranya adalah melihat bagaimana proses tumbuh kembang kegiatan sosial masyarakat di sekitar, antara lain organisasi kemasyarakatan, bidang ke agamaan, dan banyak hal lainnya.

Bidang pendidikan juga tak luput dari perhatian humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk dalam usaha penetrasi strategi pendekatan tersebut. Hal itu di nilai mampu seratus persen mendongkrak hubungan baik antar kedua belah pihak. Dengan memberikan beasiswa bagi beberapa anak berprestasi tiap tahunnya, masyarakat seolah menganggap bahwa adanya respon sosial dari perusahaan untuk membantu kemajuan masyarakat setempat dalam bidang sosial.

Itu merupakan berita baik bagi pengembangan humas PT. Pokphand Indonesia Tbk terhadap perusahaan. Keberhasilan humas PT. Pokphand Indonesia Tbk dalam membentuk opini baik tentang perusahaan di tengah masyarakat tentu akan berdampak positif terhadap perkembangan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk dalam menangani keluhan seputar polusi udara yang di hasilkan perusahaan adalah dengan melakukan komunikasi tatap muka yang dilakukan langsung ditengah-tengah masyarakat. Hal itu dilakukan bukan serta merta untuk melakukan mediasi seputar masalah polusi udara, melainkan proses pendekatan perusahaan terhadap masyarakat setempat. Dilihat dari pengakuan masyarakat, polusi udara yang dihasilkan perusahaan tidak terlalu mengganggu kegiatan masyarakat.
2. Humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk menjalin hubungan yang sangat baik dengan masyarakat sekitar. Hal itu terlihat dari bagaimana staff humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk melakukan mediasi di beberapa kegiatan masyarakat. Selain itu, tanggung jawab sosial yang dilakukan staff humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk dirasa cukup untuk menunjukkan sikap baik terhadap masyarakat setempat.
3. Selain menjalin hubungan baik dengan masyarakat, staff humas PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk turut membangun hubungan

baik dengan perangkat desa seperti, Kelurahan Mabar, Organisasi Kemasyarakatan dan Keagamaan. Hal itu menunjukkan keseriusan staff humas PT..Charoen Pokphand Indonesia Tbk dalam membangun hubungan baik dengan warga sekitar.

4. Survey peningkatan kepuasan yang dilakukan setiap tahunnya menunjukkan bagaimana langkah diatas sudah sangat tepat. Dengan peningkatan kepuasan di tiap tahunnya, staff humas PT. Ccaroen Pokphand Indonesia Tbk dinilai berhasil dalam melakukan strategi mereka.

5.2 Saran

Adapun saran yang akan ditulis oleh penulis adalah sebagai masukan daripada tempat penelitian dan narasumber serta sebagai kelengkapan penulisan skripsi penulis, yakni sebagai berikut :

1. Saran untuk PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk agar dapat terus berkonsistensi dalam menanggulangi limbah yang dihasilkan oleh perusahaan.
2. PT Charoen Pokphand Indonesia agar dapat mempertahankan citra positif di masyarakat dan terus dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Agus M. Harjana. (2003). *Komunikasi interpersonal & komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Ahmad, Syarwani & Harapan, Edi. 2014. *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- , 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- , 2013. *Perencanaan dan Strategi komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Rosdakarya, Bandung.
- Fridakusumastuti, 2002, *Dasar-dasar Humas*, Jakarta : PT Ghalia Indonesia
- Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara
- Jabrohim. 2004. *Menggapai Desa Sejahtera Menuju Masyarakat Utama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Lembaga Pengembangan Masyarakat UAD.
- Jenkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Philip. 2004. *Ekologi Industri*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Morisson. 2010. *Manajemen Public Relation : Strategi menjadi humas profesional*. Jakarta : Kencana
- Morissan 2008. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J, 2014, *Metologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nurudin. 2007. *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Onong Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya

- Rudy, T.May.2005. *Komunikasi & Hubungan masyarakat Internasional*,
Bandung: Refika Aditama
- Ruslan Rosady.2016. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*,
Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT Rajagrafindo
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relation Perusahaan*. Nuansa. Bandung
- Thomas, Colin Coulson.2005.*Public Relation : pedoman praktis PR*. Jakarta : PT
Bumi Aksara
- Wardhana, Wisnu Arya. 2004. *Dampak Pencemaran Lingkungan Edisi Revisi*.
Yogyakarta: Andi Offset
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Gramedia
Widiasarana Indonesia.
- Widjaja, H.A.,W.2010.*Komunikasi : Komunikasi dan hubungan masyarakat*. PT
Bumi Aksara : Jakarta.
- Wood, Julian T. 2013. *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian*. Jakarta:
Salemba Humanika..

Sumber Lain :

<http://www.pelajaran.co.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Devi Putri Kirana
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 07 September 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jalan brigzeind hamid Gg sari, No 29
HP : 082114832314

Nama Orang Tua

Ayah : Soyetno
Ibu : Sri Sugiarti
Alamat : Jalan brigzeind hamid Gg sari, No 29

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2002-2008 : SDN 060929 Medan
Tahun 2008-2011 : SMPN 36 Medan
Tahun 2011-2014 : SMAN 13 Medan

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya.

Penulis

Devi Putri Kirana



Unggul, Cerdas & Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan
or dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp: (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax: (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 02 NOVEMBER 2017

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DEVI PUTRI KIRANA
NPM : 1403110199
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 133 sks, IP Kumulatif 3.30

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi humas PT. Pokphand dalam menangani keluhan masyarakat mengenai polusi udara di Kelurahan Marar Kecamatan Medan Deli	✓ 2/11-2017
2	Model komunikasi Antar pribadi customer service dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Bank BRI	
3	Strategi pemenang Edy Rahmayadi dan Musa Rajeksha dalam Pilgub 2010	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :

Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

Medan, tgl. 02 NOVEMBER2017

Ketua,

(.....)
NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M. I. Kom

(Di)
DEVI PUTRI KIRANA

PTB: RIBUT PRIADI



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 103 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **02 November 2017** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **DEVI PUTRI KIRANA**
NPM : 1403110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **STRATEGI HUMAS PT. CHAROEN POKPHAND INDONESIA Tbk DALAM MENANGANI KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI UDARA DI KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI .**

Pembimbing : Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

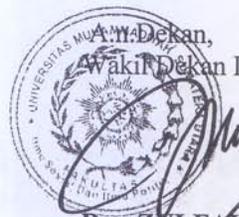
1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal: 02 November 2018.

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 04 Dzulhijjah 1439 H

16 Agustus 2018 M



Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Pertiinggal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Nomor : / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018
Lampiran : -.-
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 28 Muharram 1440 H
08 Oktober 2018 M

Kepada Yth,
Pimpinan PT. Charoen Pokphand
Indonesia Tbk
di-
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu 'alaikum wr. wb.

Teriring salam semoga Bapak/ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **DEVI PUTRI KIRANA**
N P M : 1403110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2018 / 2019
Judul Skripsi : **STRATEGI HUMAS PT. CHAROEN POKPHAND INDONESIA Tbk DALAM MENANGANI KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI UDARA DI KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI.**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dr. Armin Saleh, S.Sos., M.SP.



PT. CHAROEN POKPHAND INDONESIA, Tbk.

Jl. Pulau Sembawa No. 5 Mabar
Sampali, Percut Sei Tuan, Medan Deli - Sumatera Utara
Telp : (061) 6852288
Kode Pos : 20242

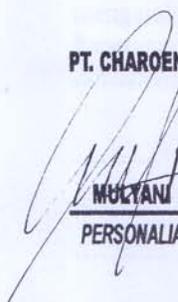
Saya yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Bagian Personalia PT. CHAROEN POKPHAND INDONESIA, Tbk.
Menerangkan bahwa :

Nama : Devi Putri Kirana
NPM : 1403110179
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Judul Tugas Akhir : Strategi Humas PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk dalam menangani keluhan Masyarakat mengenai polusi udara di Kelurahan Mabar Kec. Medan Deli

Benar yang bersangkutan telah selesai mengambil data di PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk.
terhitung mulai tanggal 23 s.d 25 Agustus 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagai mestinya

PT. CHAROEN POKPHAND INDONESIA, Tbk.


MULYANI
PERSONALIA



Jl. Pulau Sembawa No. 5 Mabar
Sampali, Percut Sei Tuan, Medan Deli - Sumatera Utara
Telp : (061) 6852288. Kode Pos : 20242



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 30 Juli 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DEVI PUTRI KIRANA
N P M : 1403110179
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. /SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI HUMAS PT CHAROEN POKHPHAND INDONESIA TBK
DALAM MENANGANI KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI
POLUSI UDARA DI KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Propsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :
Pembimbing

(RIBUT PRADI, S. Sos., M. I. Kom)

Pemohon,

(DEVI PUTRI KIRANA)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 663/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 03 Agustus 2018
 Waktu : 08.00 WIB s/d. Selesai
 Tempat : LAB. FISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
21	PUTRI MARIZA	1203110180	1 Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	1 Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	EFEKTIVITAS PROMOSI MEDIA LUAR RUANG TERHADAP PENAMBAHAN NASABAH DI BANK BRI CABANG ISKANDAR MUDA
22	DEVI PUTRI KIRANA	1403110179	1 M. SAID HRP, S.Sos., M.I.Kom.	1 RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI HUMAS PT. POKPHAND DALAM MENANGANI KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI UDARA DI KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI
23	SAID ADLIN	1403110201	1 RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	1 DEWI KURNIAWATI, M.Si., Ph.D.	STRATEGI KOMUNIKASI UCOK DURIAN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DI MEDAN
24	MAYORA RIZKY PRIANDHANA	1403110174	1 M. SAID HRP, S.Sos., M.I.Kom.	1 NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN PROGRAM HI ALERT DI RADIO KISS FM MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL MELALUI KANAL YOUTUBE
25	DHEA CHINDAR SHARY	1403110112	1 IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.I.Kom.	1 NUR RAHMAH AMINI., S.Ag., M.A.	PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA "SAMYANG" TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KOTA MEDAN

Medan, 18 Zulq'adah 1439 H
31, Juli 2018 M

Dekan,

 DR. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.





Unggul, Cerdas & Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : DEVI PUTRI KIRANA
 NPM : 1403110179
 Jurusan : ILMU Komunikasi
 Judul Skripsi : STRATEGI HUMAS PT CHAROEN POKPHAND INDONESIA TBK
 DALAM MENANGANI KEUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI
 UDARA DI KEURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	03/4/2017	Sistematika Penulisan	
2.	07/04/2017	Bimbingan bab I, II, III	
3.	14/07/2017	Revisi bab I, II, III	
4.	19/07/2018	Acc. Proposal	
5.	02/10/2018	Bimbingan bab, IV, V	
6.	04/10/2018	Revisi bab, IV, V	
7.	06/10/2018	Revisi daftar pustaka	
8.	09/10/2018	Acc skripsi	

Medan, 15 oktober2018

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.S.P

NURHASANAH NST, S.Sos, M.I.kom

Ribut Priadi, S.Sos, M.I.kom