

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Citra sebuah perusahaan di masyarakat adalah hal yang penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan dan orang-orang di dalamnya karena dengan citra yang baik akan membantu sebuah perusahaan untuk berkembang, citra yang baik akan membentuk kepercayaan konsumen terhadap perusahaan terkait kualitas jasa atau produk yang ditawarkan juga akan memberikan daya saing yang tinggi bagi perusahaan dan dapat membangun hubungan baik dengan suatu komunitas, pemerintah, tokoh masyarakat atau *opinion leaders*.

Citra menjadi penting terutama bagi perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang sumber daya alam (SDA) yang lekat dengan permasalahan lingkungan dan jika tidak diatasi dapat menjadi krisis dan berdampak negatif pada perusahaan seperti dijelaskan dalam (Kriyantono,2015:34) organisasi tutup, diakuisisi organisasi lain atau bangkrut dan perusahaan masih eksis tetapi mengalami kerugian finansial, kehilangan kepercayaan publik dan *market share* sehingga membutuhkan waktu untuk kembali.

Keberadaan perusahaan selama ini dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, namun dibalik semua itu keberadaan perusahaan ternyata juga banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan seperti polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kesewenang-wenangan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* (Hadi, 2011:1). Disebutkan dalam Kartini (2009:130) perseroan yang menjalankan usahanya di bidang SDA salah satunya adalah industri tambang.

Dalam Jurnal Ilmiah Kegiatan Usaha Pertambangan Vs Kerusakan Lingkungan Hidup, Abdul Rokhim (2012:2) disebutkan industri tambang dari aspek ekologi (lingkungan) terutama sangat berpotensi menimbulkan kerusakan dan/atau pencemaran lingkungan di sekitar kawasan pertambangan. Karena itu dapat dikatakan bahwa kegiatan pertambangan dan lingkungan hidup adalah dua hal yang kontradiktif tetapi tidak dapat dipisahkan. Masalah lingkungan yang dapat timbul akibat usaha pertambangan beraneka ragam sifat dan bentuknya.

Pertama, usaha pertambangan dalam waktu yang relatif singkat dapat mengubah bentuk topografi dan keadaan muka tanah (*land impact*), sehingga dapat mengubah keseimbangan sistem ekologi bagi daerah sekitarnya. Kedua, usaha pertambangan dapat menimbulkan berbagai macam gangguan, antara lain pencemaran akibat debu dan asap yang mengotori udara dan air, limbah cair, tailing, serta buangan tambang yang mengandung zat-zat beracun. Gangguan juga berupa suara bising dari berbagai alat berat, suara ledakan dan gangguan lainnya. Ketiga, pertambangan yang dilakukan tanpa mengindahkan keselamatan kerja dan kondisi geologi lapangan dapat menimbulkan tanah longsor, ledakan tambang, keruntuhan tambang, dan gempa.

Salah satu industri yang dalam kegiatan produksi melakukan kegiatan penambangan sumber daya alam, adalah industri semen yang juga lekat dengan isu negatif mengenai lingkungan. Di Indonesia, industri semen memiliki beberapa kasus besar mengenai dampaknya terhadap lingkungan yang menjadi sorotan, salah satunya adalah kasus pendirian pabrik PT. Semen Indonesia di Kendeng Jawa Tengah dan kasus tersebut masih terjadi hingga saat ini.

Industri semen lekat dengan isu negatif lingkungan karena dalam

produksi perusahaan memerlukan bahan baku utama kapur dan tanah liat yang merupakan bahan alam yang tidak dapat diperbarui dan akan meninggalkan sisa bekas galian yang kering dan tandus, juga berpotensi pada hilangnya sumber mata air yang ada, belum lagi dalam proses tersebut ada polusi suara, getaran dan emisi debu buangan yang dihasilkan dan berpotensi mencemari lingkungan dan berdampak pada masyarakat sekitar perusahaan.



Gambar I.1  
Kasus Pabrik Semen Indonesia Rem bang, CNN  
Sumber : Youtube, CNN

Contoh lain permasalahan lingkungan yang pernah dihadapi perusahaan industri semen adalah masalah pencemaran di desa Karanglo, Tuban pada awal tahun 2016 yang diberitakan akibat perusahaan PT. Semen Gresik (Persero) Tbk, yaitu BUMN anak perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk perusahaan produsen semen terbesar di Indonesia yang berdiri sejak 7 agustus 1957, kegiatan perusahaan menyebabkan 28 warga meninggal dalam kurun waktu januari hingga maret, akibat aktivitas pabrik yang ada di Tuban tersebut udara menjadi tercemar dan berdampak pada kesehatan masyarakat yang berada di sekitar pabrik.



Gambar 1.2

Berita kematian warga Karanglo yang diberitakan Kompas TV  
 Sumber : Youtube, KOMPASTV

Meski pada akhirnya permasalahan tersebut terselesaikan karena tidak ada bukti yang menunjukkan bahwa ada kaitan antara kematian warga dengan debu hasil kegiatan perusahaan perusahaan PT. Semen Gresik (Persero) Tbk, berdasarkan pengukuran polusi yang dilakukan dari hasil penghijauan perusahaan dengan *Green Belt*, citra perusahaan yang semula diklaim sebagai perusahaan ramah lingkungan berdasarkan penghargaan yang diraih pada tahun 2015, yaitu penghargaan “utama” untuk pengelolaan lingkungan izin usaha dari Direktorat Jendral Mineral dan Batubara Kementerian ESDM dan merupakan satu-satunya perusahaan yang membidangi industri semen yang mendapatkan penghargaan ini di Indonesia terdampak negatif.

Dampak yang dirasakan pada saat kasus tersebut, yaitu hilangnya kepercayaan publik dan pemerintah dengan datangnya Walhi Jatim dan Komnas HAM karena banyaknya demo masyarakat di halaman perusahaan dan media yang saat itu memberitakan sehingga menjadi perhatian publik dan membuat citra perusahaan yang diklaim ramah lingkungan terdampak negatif terutama karena saat itu sedang terjadi kasus pembuatan pabrik baru di Rembang yang juga mengenai masalah lingkungan dan hingga saat ini pabrik tersebut belum dapat beroperasi karena kasus Karanglo membuat resistensi

masyarakat Kendeng semakin besar.

Mengingat industri semen lekat dengan permasalahan lingkungan, diperlukan integrasi tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi (lingkungan) secara utuh (Hakim, 2015:105) dan perlu menciptakan harmonisasi hubungan antara masyarakat melalui konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut dengan *corporate social responsibility* (Rokhim, 2012:2). Pelaksanaan CSR juga telah diatur oleh undang-undang dijelaskan dalam Solihin (2009:161), undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas Pasal 74 dan pada ayat 1 disebutkan perusahaan yang melaksanakan kegiatan di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Program CSR juga harus dibangun di atas tiga pilar penting seperti dijelaskan Suharto (2010:4-5) :

sebagai konsep *Tripple Bottom Lines* yang meliputi *profit*, *planet*, dan *people*, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Dijelaskan oleh Untung (2008:6) bahwa salah satu manfaat pelaksanaan CSR adalah mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan karena CSR juga dapat mereduksi risiko bisnis perusahaan (Untung,2008:6).

PT Semen Gresik (Persero) Tbk, sebagai perusahaan industri Semen yang besar di Indonesia aktif melakukan program *corporate social responsibility* untuk menangani dampak lingkungan yang ditimbulkan sebagai risiko bisnis perusahaan dan berdasarkan hasil observasi penulis, PT Semen Gresik (Persero) Tbk mengelompokkan CSR yang dilaksanakan ke dalam empat jenis yaitu Indonesia Cerdas, Semen Indonesia Prima, Semen Indonesia Peduli dan Semen Indonesia Lestari.

Semen Indonesia Cerdas adalah program yang bertujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) di Indonesia, Semen Indonesia Prima bertujuan untuk memberikan kemudahan akses sarana umum bagi masyarakat sekitar perusahaan, Semen Indonesia Peduli program yang berorientasi pada siaga bencana dan pengentasan kemiskinan, diwujudkan melalui pendekatan terhadap masyarakat lalu Semen Indonesia Lestari adalah program yang berorientasi pada kelestarian alam dan keanekaragaman hayati salah satu implementasinya adalah *Green Belt* di Tuban.

Melihat permasalahan lingkungan yang lekat dengan industri semen baik kasus Rembang dan Karanglo berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Arif Ruly selaku staf *Community Development* Tuban, CSR yang dijalankan adalah *Green Belt*, penanaman tanaman keras dan tanaman berbuah yang diselingi tanaman sisipan untuk pertanian, digunakan untuk melindungi warga dari polusi debu, suara maupun getaran, serta perlindungan keanekaragaman hayati (KEHATI) yang memadukan pemberdayaan petani sekitar yang dapat mengelola hasil tanaman berbuah sekaligus untuk penghijauan lingkungan.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari proposal yang diberikan Arif Rully staf *Community development*, program ini pertama kali dibuat ditujukan untuk penghijauan karena tahap operasional akan berlangsung selama 40 tahun sejak tahun 1994 maka dibutuhkan tindakan berdasarkan kaidah pengelolaan lingkungan dan pada saat itu program terdahulu Reboisasi tidak berhasil dilakukan karena pohon yang ditujukan untuk penghijauan, di tebang oleh masyarakat sekitar untuk keperluan sehari-hari mereka dan tidak adanya rasa memiliki pada program penghijauan tersebut. Kondisi ini dapat dijelaskan dengan konsep *Sustainability development* yang

memiliki dua ide utama untuk sebuah program yang salah satunya menjelaskan

“untuk melindungi lingkungan, dibutuhkan pembangunan ekonomi. Kemiskinan merupakan suatu penyebab penurunan kualitas lingkungan. Masyarakat yang kekurangan pangan, perumahan, dan kebutuhan dasar untuk hidup cenderung menyalahgunakan sumber daya alam hanya untuk tujuan bertahan hidup. (Solihin, 2009:27)

Tahun ini *Green Belt* diharapkan dapat menjadi bukti nyata terkait permasalahan lingkungan yang terjadi beberapa tahun sebelumnya terutama pendirian pabrik baru di Kendeng mengenai dampak negatif lingkungan tempat pabrik beroperasi, dimana permasalahan yang terjadi adalah kekhawatiran petani jika pabrik Semen Indonesia beroperasi maka akan merusak lingkungan dan hilangnya sumber air yang ada di wilayah tersebut.

Berdasarkan *banner* yang penulis temukan di depan perusahaan yang bertuliskan, “Tuban bisa sejahtera Rembang juga, kini petani di sekitar pabrik Semen Gresik di Tuban dapat menikmati hasil panen hingga tiga kali per tahun”. (Wawancara dengan Arif Rullyantoro, staf Comdev Lestari) Semen Gresik Tuban ingin memberikan bukti dan menyampaikan kepada masyarakat luas khususnya Kendeng bahwa tidak semua aktivitas penambangan itu berdampak negatif pada lingkungan dan terbukti dengan petani di Tuban yang juga petani seperti di Kendeng dapat sejahtera dan menikmati hasil dari program *Green Belt* sekaligus lingkungan tetap terjaga kelestariannya.



Gambar I.3  
Banner di depan Perusahaan Semen Gresik Tuban  
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pelaksanaan *Green Belt* diharapkan dapat meminimalisir atau bahkan mencegah isu-isu lingkungan dengan memberikan bukti nyata di lapangan, berupa penghijauan dengan tanaman hijau dan pihak yang menanam yaitu petani *Green Belt* yang mendapat manfaat kontribusi pendapatan dan solusi bagi petani yang memiliki kekhawatiran setelah lahannya dibeli tidak dapat bertani lagi, dan masyarakat sekitar dengan pelestarian lingkungan yang dilakukan. (Wawancara dengan Arif Rully, staf *Community Development* Tuban)

*Green Belt* menjadi representasi bagaimana perusahaan ekstraktif dapat hidup berdampingan dengan masyarakat dengan memberikan bukti nyata seperti yang disebutkan sebelumnya dan dapat dibuktikan dari pengukuran polusi, hasil dari pelaksanaan *Green Belt*. (Wawancara dengan Yeni Indah Lestari, staf Beraue of PR & Community Development, 16 Oktober 2017)

CSR *Green Belt* yang dilakukan di Pabrik Tuban menjadi menarik karena konsep penghijauan program *Green Belt* memadukan pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat dan perlindungan keanekaragaman



hayati (KEHATI), lalu program CSR ini baru dikelola oleh unit kerja Bureau of PR & Community Development pada tahun 2016 yang sebelumnya hanya dikelola oleh biro tambang dari tahun 2004 hingga 2015 akhir dimana tidak adanya fungsi publikasi yang dijalankan biro tambang karena memang tidak termasuk dalam *jobdesk*. Lalu pada bulan agustus 2017 penulis menemukan program *Green Belt* diluncurkan sebagai salah satu program tanggung jawab sosial unggulan 2017 dan sampai saat ini telah sampai pada tahap pelaksanaan.

Penelitian terdahulu yang menggunakan objek strategi *public relations* adalah penelitian yang dilakukan oleh Vanessa Chris Patricia, dari universitas Widya Mandala Surabaya pada tahun 2016 dengan judul strategi *public relations* PT Pertamina (persero) *marketing operation* region v Surabaya dalam mempertahankan citra positif perusahaan melalui program CSR kampoeng kepiting-ekowisata wanasari Bali, pada hasil penelitian disebutkan *public relations* PT Pertamina (Persero) *marketing operation* region V Surabaya telah melakukan serangkaian strategi *public relations* yang meliputi *social mapping, planning, communication, evaluation* secara maksimal dan berkesiambungan untuk mempertahankan citra positif perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah pada teori yang digunakan, pada penelitian yang dilakukan Vanessa teori yang digunakan melibatkan analisis SWOT dan tidak ada teori yang menjelaskan jenis CSR yang diteliti, lalu permasalahan yang diangkat adalah terjadinya ketimpangan sosial dan kerusakan alam akan tetapi tidak sampai menjadi pemberitaan media seperti kasus yang penulis lakukan mengenai pencemaran lingkungan yang berakibat pada meninggalnya warga sekitar pabrik dan pada akhirnya menjadi perhatian banyak pihak yang salah satunya adalah Komnas HAM dan Walhi Jatim.

Penelitian lain yang menggunakan objek strategi *public relations* adalah penelitian yang dilakukan Ida Nordiana dari universitas Widya Mandala Surabaya pada tahun 2016 dengan judul strategi *public relations* PT. PELINDO III dalam mengelola *corporate image* melalui *corporate social responsibility* (CSR) (Studi Kasus Program PELINDO III Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Warga Kampung Binaan Lawas Maspati Surabaya), pada hasil penelitian disebutkan strategi *public relations* meliputi pengumpulan fakta (*fact finding*), perencanaan program, aksi dan komunikasi dan evaluasi. Perbedaan penelitian ini adalah pada teori dimana tidak terdapat teori untuk jenis CSR yang diteliti, permasalahan yang diangkat adalah kurang di kenalnya PT. PELINDO III dengan baik oleh masyarakat, khususnya masyarakat Surabaya akan tetapi tidak sampai menjadi pemberitaan negatif yang menjadi perhatian banyak pihak dan jika dilihat dari konsep 3P, *profit, planet*, dan *people* CSR yang diangkat berfokus pada *people* karena bertujuan untuk meningkatkan perekonomian warga kampung binaan Lawas Merpati Surabaya.

Penelitian yang menggunakan subjek PT. Semen Gresik (Persero) Tbk pernah dilakukan oleh Ulin Ni'mah, Universitas Airlangga pada tahun 2015, Pada hasil penelitian disebutkan bahwa pengetahuan petani tentang program *green belt* masih sekedar pengetahuan adanya program sebagai penghijauan saja dan partisipasi petani binaan dalam perencanaan program *green belt* masih rendah dan pelaksanaan *green belt* selama ini belum dapat dikatakan berhasil dalam pengembangan masyarakat karena petani belum dapat mandiri dan terlibat penuh dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah pada teori yang digunakan karena pada penelitian yang dilakukan Ulin Ni'mah hanya menjelaskan tahap implementasi berbeda dengan yang penulis

gunakan di mana melihat program CSR dari tahap awal pembatasan masalah hingga evaluasi.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana strategi *public relations* PT. Semen Gresik (Persero) Tbk dalam mempertahankan *corporate image* atau citra perusahaan melalui program CSR *Green Belt*, mengingat besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan baik pada lingkungan maupun pada masyarakat sekitar yang jika tidak ditangani dengan baik maka dapat berdampak negatif pada relasi perusahaan dan masyarakat sekitar lalu jika dibiarkan terus menerus dapat meluas hingga menjadi krisis yang dijelaskan Steven Fink dalam Butterick (2013:72-73, krisis terjadi ketika intensitas peristiwa mengalami peningkatan, menjadi perhatian berita, media atau pemerintah, berpengaruh pada kesempatan bisnis, mengurangi nilai citra publik yang positif, dan memberi pengaruh buruk terhadap laba-rugi sebuah bisnis (*bussiness's bottom line*).

Bagaimana strategi *public relations* dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* yang dilakukan PT. Semen Gresik (Persero) Tbk didasarkan pada teori pendukung dalam penelitian, jenis-jenis *corporate social responsibility*, dan hasil yang dapat dijelaskan terkait permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

Subjek *Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Tbk dipilih karena Semen Gresik adalah salah satu perusahaan produsen semen besar di Indonesia dan telah memiliki banyak pencapaian dalam CSR yang dilakukan seperti "*The Best Indonesia Green Awards 2016*" di ajang Indonesia Green Awards 2016, penghargaan tata kelola pelestarian lingkungan dari Direktorat Jenderal Mineral dan Batubara Kementerian ESDM kategori utama Pengelolaan Lingkungan Pertambangan Mineral dan Batubara, dan penghargaan pada tahun 2015, yaitu penghargaan "utama" untuk pengelolaan

lingkungan izin usaha dari Direktorat Jendral Mineral dan Batubara Kementerian ESDM dimana perusahaan menjadi satu-satunya perusahaan industri semen yang mendapatkan penghargaan tersebut di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena dapat menjelaskan secara lebih mendalam mengenai topik yang diangkat dalam penelitian dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan observasi secara mendalam di lapangan untuk mendapatkan hasil yang dapat dijelaskan secara lebih mendalam mengingat penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif.

Peneliti berharap penelitian ini nantinya dapat memberikan masukan kepada pihak Semen Gresik mengenai kinerja *public relations* dalam *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dan hasil dari program yang telah dilakukan agar dapat digunakan sebagai acuan untuk program *corporate social responsibility* lain kedepannya.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi *public relations* PT. Semen Gresik (persero) dalam divisi *beraue of Public Relations & Community Development* dalam mempertahankan *corporate image* melalui program *corporate social responsibility Green Belt* yang termasuk ?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui dan memahami bagaimana strategi *public relations* PT. Semen Gresik (persero) tbk dalam divisi *beraue of Public Relations &*

*Community Development* dalam mempertahankan *corporate image* melalui program *corporate social responsibility Green Belt* ?

#### **I.4. Batasan Masalah**

Sebagai cara untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas, maka penulis membuat batasan yang lebih spesifik dan jelas. Batasan masalah ini dibuat dengan harapan penulisan mejadi lebih fokus dan dapat menjawab permasalahan yang diteliti dengan lebih efektif. Batasan masalah masalah dalam penulisan ini adalah:

- a. Penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan jenis penulisan deskriptif.
- b. Objek yang akan diteliti adalah strategi *public relations* PT. Semen Gresik (persero) tbk dalam mempertahankan *corporate image* melalui program *corporate social responsibility Green Belt*.
- c. Subjek penelitian adalah divisi *beraue of PR & Comdev*, tepatnya bagian *public relations* PT. Semen Gresik (persero) tbk sebagai komunikator CSR dan bagian *Community Development* selaku pelaksana CSR.
- d. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah strategi *public relations* dan *Corporate Social Responsibility*.

#### **I.5. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis penelitian ini berguna untuk menambah referensi penelitian ilmu komunikasi yang bermanfaat khususnya di bidang *public relations*.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi nyata kepada pihak PT. Semen Gresik (persero) tbk untuk tambahan informasi kinerja yang telah dijalankan.