

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

*Public relations officer* (PRO) di dalam sebuah perusahaan sangatlah penting terutama dalam menghadapi atau meredakan masalah di sebuah perusahaan dengan menggunakan peran praktisi fasilitator proses pemecahan masalah, karena peran praktisi fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Process Facilitator*) ini merupakan peran *Public relations* di dalam sebuah perusahaan. Peran fasilitator proses pemecahan masalah ini juga di dalam sebuah perusahaan bertugas sebagai penasihat, hingga mengambil keputusan untuk menangani sebuah persoalan atau kasus yang dihadapi oleh perusahaan. Fasilitator proses pemecahan masalah dalam praktiknya yaitu membantu pihak manajemen dalam suatu proses permasalahan yang ada di sebuah perusahaan.

Hubungan masyarakat adalah kependekan dari kalimat humas, jadi hubungan masyarakat (Humas) cenderung berfungsi sebagai alat perusahaan untuk berkoordinasi atau berhubungan dengan masyarakat sekitar perusahaan apabila dibutuhkan, humas juga bisa difungsikan sebagai peran fasilitator apabila terjadi permasalahan yang memerlukan fasilitator atau penghubung untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi di perusahaan.

Peran praktisi fasilitator proses pemecahan masalah ini juga bertugas di sebuah perusahaan PT. Kahatex yang terletak di Jl. Raya Rancaekek. Perannya yaitu sebagai

penasihat dan juga sebagai yang berwenang dalam mengambil sebuah keputusan untuk menangani persoalan atau kasus yang terjadi di PT. Kahatex. Kasus yang saat ini sedang dihadapi oleh PT. Kahatex yaitu tuduhan masyarakat kepada perusahaan PT. Kahatex sebagai penyebab banjir Rancaekek.

Permasalahan yang kini sedang terjadi yaitu tuduhan dari masyarakat kepada perusahaan PT. Kahatex yang saat ini ketika musim hujan Jln Raya Rancaekek tepatnya di KM 23 s/d KM 23,7 yang berada di depan PT. Kahatex selalu digenangi oleh banjir, maka banyak yang mengira bahwa banjir Rancaekek ini dilibatkan oleh perusahaan PT. Kahatex. Persoalan banjir di Jln Raya Rancaekek perlu diadakan kajian mendalam dan harus melibatkan tenaga ahli dari DPUPR (*Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat*) yang berkaitan dengan drainase (saluran air) disepanjang Jln Raya Rancaekek dan ahli sungai yang mengerti tentang daya dukung dan daya tampung sungai sehingga debit atau curah hujan di wilayah dapat dihitung apakah sungai yang ada dapat menampung debit air saat hujan turun.

Banjir sebenarnya telah terjadi sejak beberapa tahun yang lalu, hal ini dikarenakan adanya kebijakan pemerintah daerah yang tidak sinkron dalam menentukan zonasi bagi kedua Kabupaten yang ada di jalan nasional Bandung-Garut. Wilayah Sumedang dibuat sebagai zona industry, sementara Kabupaten Bandung menetapkan Rancaekek sebagai zona pertanian ini lah penyebab awalnya. Industry juga memiliki limbah selain mempunyai kewajiban untuk mengolah limbahnya industry pun pasti akan mengeluarkan limbah hasil olahannya sementara itu sungai

yang ada di wilayah rancaekek adalah sungai tadah hujan dengan kondisi yang kurang perhatian dan juga pemeliharaan dari pemerintah daerah kemudian sepanjang jalan raya Bandung-Garut yang merupakan jalan nasional tidak memiliki drainase (saluran air) yang memadai untuk mengalirkan air pada saat curah hujan tinggi.

Maka dari itu *Public Relations Officer* (PRO) wajib berinteraksi dengan masyarakat sekitar dan juga pemerintah daerah oleh karena itu *Public Relations Officer* (PRO) memiliki pintu koordinasi yang baik agar aspirasi masyarakat dan kondisi yang sebenarnya terjadi dapat di sampaikan bersama-sama dengan pemerintah daerah mampu untuk mengatasi persoalan-persoalan yang terjadi di Jln Raya Rancaekek.

PT. Kahatex juga memiliki manfaat yang tidak sedikit bagi masyarakat Kabupaten Sumedang maupun Kabupaten Bandung. Hal ini dikarenakan selain PAD bagi pemerintah kedua Kabupaten juga dapat dirasakan oleh masyarakat pada umumnya seperti :

- PT. Kahatex sebagai pabrik tekstil terpadu terbesar di Asia Tenggara, dapat menyerap lapangan pekerjaan yang sangat banyak bagi masyarakat Kabupaten Sumedang dan Kabupaten Bandung.
- Masyarakat juga mendapatkan lahan usaha baru dengan membuka kontrakan, usaha penitipan kendaraan, warung, ojek dll.

Rosalia Dwi Putri Loven, Maylanny Christin, Ayub Ifandy dalam jurnalnya *Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT KAI Commuter JABODETABEK*

Pada Penanganan Kasus Kecelakaan KRL Lintas Jakarta-Bogor September 2015 (Vol,3 No.2 Agustus 2016), menjelaskan bahwa didalam situasi krisis pada perusahaan masih sering terjadi hampir semua perusahaan dalam berbagai bidang pelayanan. Di dalam situasi krisis seperti ini peran *Public relations* sangatlah penting atau sangat dibutuhkan dan juga memiliki peran penting dalam membantu sebuah perusahaan. Tugas penting *Public relations* dalam membantu sebuah perusahaan dalam menghadapi krisis yaitu untuk menyampaikan informasi-informasi atau pesan-pesan komunikasi kepada khalayak bahwa perusahaan dapat atau mampu untuk menyelesaikan sebuah permasalahan atau krisis yang kini sedang terjadi di dalam sebuah perusahaan serta dapat meminimalisir kerugian akibat krisis atau persoalan yang dihadapi oleh perusahaan baik dari perusahaan maupun korban krisis yang umumnya adalah masyarakat.

Keberhasilan dalam menyelesaikan suatu krisis yang terjadi dapat dilihat dari kemampuan praktisi *Public relations* dalam membedah suatu persoalan yang terjadi. Dalam menangani persoalan yang sedang terjadi disebuah perusahaan praktisi *Public relations* harus mampu menyediakan informasi yang akurat, informasi yang benar-benar nyata / real pada saat memberikan penjelasan ketika mengatasi krisis yang sedang terjadi.

Persoalan yang terjadi di setiap perusahaan memang masih sering terjadi dan selalu ada di setiap perusahaan kecil maupun perusahaan besar di Indonesia, maka untuk meredakan sebuah persoalan itu peran *fasilitator proses pemecahan masalah*

harus maju untuk menyelesaikan persoalan tersebut. Seperti peran *Public relations* PT. Kahatex yang menghadapi persoalan yang terjadi didalam sebuah perusahaan terkait tuduhan dari masyarakat sebagai penyebab banjir yang berada di wilayah Rancaekek, untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat di sekitar perusahaan, PT. Kahatex meyakinkan masyarakat bahwa citra yang baik menimbulkan kepercayaan dimana hal tersebut adalah sesuatu yang penting bagi eksistensi suatu perusahaan, tentunya di era informasi seperti saat ini, public relations harus berperan aktif dalam pembangunan citra yang positif, apabila tidak bisa membangun kepercayaan dan citra perusahaan maka nama perusahaan dimata masyarakat akan rusak, dan maka dari itu perusahaan harus menyiapkan strategi untuk menghadapi krisis kepercayaan, dimana perusahaan tersebut mengalami krisis kepercayaan yang akan menyebabkan tumbuhnya stigma atau pandangan negatif dari stalkholder yang berkepanjangan, serta menurunnya kepercayaan dan citra perusahaan di mata masyarakat, maka dari itu perusahaan harus menjaga kredibilitas dengan stalkholder, perusahaan harus tanggap dan breaksi untuk merespon dengan cepat informasi di kelola dengan cara yang efektif serta tunjukan hasil pada saat yang sama kepada para pihak yang terdampak.

Berdasarkan dari hasil data pra penelitian yang diambil melalui observasi dan juga wawancara langsung, bahwa peran fasilitator proses pemecahan masalah di dalam sebuah perusahaan sangatlah penting untuk menyelesaikan suatu permasalahan di perusahaan dan juga membangun kepercayaan publik kepada perusahaan. *Public relations* dalam praktiknya sering mendapatkan permasalahan atau tuduhan-tuduhan

mengenai banjir yang berada di wilayah Rancaekek sehingga terjadinya kemacetan panjang jalur lalulintas arah Bandung-Garut, maupun Garut-Bandung itu adalah ulah dari perusahaan PT Kahatex. Berita-berita yang masuk ke perusahaan PT. Kahatex merupakan berita hoax yang merupakan tantangan bagi perusahaan PT. Kahatex untuk membangun kepercayaan publik terhadap perusahaan, maka dari itu PT. Kahatex tidak akan membiarkan masyarakatnya termakan berita hoax atau berita yang belum jelas kepastiannya. Dalam menghadapi kasus permasalahan atau tuduhan-tuduhan yang diarahkan kepada perusahaan PT. Kahatex terkait banjir Rancaekek yaitu peran *Public relations* ini menjelaskan dan juga memberikan informasi serta bukti-bukti dan dokumentasi kepada pemerintah, buyer (pelanggan), maupun masyarakat sekitar lingkungan perusahaan bahwa permasalahan banjir berasal dari apa dan dari mana.

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini penulis akan melakukan penelitian mengenai **“Peran *Public Relations Officer* Dalam Memberikan Kontribusi Dalam Menangani Banjir Di Lingkungan PT. Kahatex”** berdasarkan fokus penelitian tersebut dapat di identifikasikan beberapa masalah pada penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas PT. Kahatex dalam menjelaskan permasalahan tuduhan masyarakat kepada perusahaan PT. Kahatex sebagai penyebab banjir Rancaekek?

2. Bagaimana cara humas PT. Kahatex berkoodinasi dengan pihak-pihak yang berkaitan dalam memberikan klarifikasi kepada masyarakat mengenai banjir Rancaekek?
3. Bagaimana cara humas PT. Kahatex dalam memberikan bantuan langsung kepada masyarakat sekitar perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1 Untuk mengetahui cara yang dilakukan oleh humas PT. Kahatex menjelaskan permasalahan masyarakat kepada perusahaan PT. Kahatex sebagai penyebab banjir Rancaekek.
2. Untuk mengetahui cara humas PT. Kahatex berkoodinasi dengan pihak-pihak yang berkaitan dalam memberikan klarifikasi kepada masyarakat mengenai banjir Rancaekek.
3. Untuk mengetahui cara humas PT. Kahatex dalam memberikan bantuan langsung kepada masyarakat sekitar perusahaan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu :

#### **1.4.1 Kegunaan Secara Akademisi**

Penelitian diharapkan bisa membantu dan menjadi salah satu referensi informasi yang baru bagi ilmu komunikasi khususnya ilmu kehumasan yang berkaitan dengan Peran PRO (*Public Relations Officer*) Memberikan Kontribusi Dalam Menangani Banjir Di Lingkungan PT. Kahatex.

#### 1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Kegunaan bagi peneliti yaitu penelitian ini bisa menambahkan wawasan dan juga ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai upaya upaya yang di lakukan oleh praktisi *Public Relations* dalam peranya sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah dalam penanggulangan banjir Kahatex Rancaekek Kabupaten Sumedang Jawa Barat.

### 1.5 Landasan Pemikiran

Peneliti mengawali, menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterikatan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai, sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

#### 1.5.1 Penelitian Terdahulu

**Pertama**, Penelitian ini di susun oleh Endah Sriwahyuningsih fakultas ilmu social dan ilmu politik, jurusan ilmu komunikasi yang berjudul “Peran Petugas (PRO) Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Pada PT. Sinar Mas Malang). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran humas PT. Sinar Mas Malang dalam meningkatkan citra perusahaan, untuk mengetahui faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan citra perusahaan, untuk mengetahui upaya-upaya dalam mengatasi kendala tersebut. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan wawancara mendalam dan juga dokumentasi, pengumpulan data yang didapat juga berupa kata-kata atau



informasi-informasi yang diperoleh dari proses observasi wawancara dan juga dokumentasi. Dari hasil penelitian ini peneliti ini menjelaskan bahwa peran humas PT. Sinar Mas Malang ini meningkatkan citra prusahaanya ini menggunakan 4 peran humas yaitu meliputi, penasehat ahli yaitu peran humas ini memberikan jawaban yang detail tentang persoalan atau permasalahan yang sedang terjadi atau yang dihadapi oleh karyawan apabila karyawan kurang memahami terhadap suatu permasalahan tersebut, fasilitator komunikasi berperan sebagai orang yang menjembatani komunikasi dengan berbagai belah pihak baik internal ataupun eksternal, fasilitator proses pemecahan masalah dimana peran ini sangat penting bagi perusahaan dikarenakan disuatu persusahaan pasti akan ditemui berbagai persoalan, teknisi komunikasi yaitu adanya teknik tertentu dalam berkomunikasi yang berhubungan dengan perusahaan.

**Kedua,** Penelitian ini dilakukan oleh Ade Nurlaili, Ilmu Komunikasi Humas Universitas Mercu Buana, 2009 dalam skripsi nya yang berjudul “Peran Humas PT. Bank Bukopin Tbk Dalam Menangani Krisis Internal Perusahaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan strategi studi kasus, untuk analisa datanya, penlis menggunakan teknik wawancara mendalam dan juga tekik analisa kualitatif. Hasil dari penelitian ini penulis menganalisa data primer dan data sekunder, bahwa dapat diketahui bahwa empat peran humas menurut Scott M, Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom bahwa empat peran ini telah di jalankan oleh PT. Bank Bukopin Tbk dalam menangani krisis internal perusahaan, tetapi tidak semua empat peran dijelaskan oleh penulis, penulis hanya menjelaskan tentang peran fasilitator

proses pemecahan masalah, yang dimana manajer beserta humas bekerja sama untuk menyelesaikan masalah krisis yang terjadi pada pertengahan tahun 2007 untuk mencari solusi yang terbaik bagi pihak perusahaan, manajemen dan juga karyawannya.

**Ketiga,** Penelitian ini di susun oleh Ayu Putri Wulansari, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik jurusan ilmu komunikasi yang berjudul “Peran Humas Pemerintah dalam Manajemen Isu (Study kasus pada itu suap penerimaan CPNS Pemerintah Kabupaten Probolinggo)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan peran humas pemerintah Probolongo dalam isu kasus penyuapan CPNS yang berkembang di masyarakat saat ini. Pendekatan tersebut menggunakan pendekatan studi kasus. Prosedur studi kasus meliputi penetapan studi kasus yaitu menggunakan tipe studi kasus intrinsik. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan dokumentasi dan juga wawancara. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa isu suap pemerintah CPNS pemerintah kabupaten Probolinggo ini dapat diredamkan dengan cara humas pemerintah menjalankan empat peran humasnya.

**Keempat,** Penelitian ini di susun oleh Ismyuli Tri Retno Kusuma Wardani fakultas ilmu sosial dan ilmu politik jurusan ilmu komunikasi yang berjudul “Peran Humas PT Grand Textile Industri Bandung dalam Membentuk Citra Perusahaan”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk meningkatkan citra perusahaan. Pendekatan tersebut menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi non-partisipan, serta studi pustaka. Hasil dari penelitian ini yaitu

peran humas yang dilakukan oleh PT. Grand Textile Industri Bandung di Kelurahan Karang Pamulang Bandung dalam menaikkan citra perusahaannya PT. Grand Textile ini menggunakan program CSR (*Corporate Social Responcibility*) dengan melibatkan 4 peran humas yaitu meliputi Penasehat ahli, Fasiltator Komunikasi, Fasilitator Proses Pemecahan Masalah dan juga Teknisi Komunikasi

**Kelima**, Penelitian ini disusun oleh Agnita Yolanda dan Nurislimida program studi Administrasi Publik yang berjudul “Peran Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Perusahaan pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan”. Tujuan penelitian ini untuk membangun citra perusahaan pada PT. Pegadaian (persero). Pendekatan tersebut menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan yang beralamat di Jl. Pegadaian No. 112 Medan. Hasil dari penelitian ini yaitu PT. Pegadaian (persero) ini membangun imej perusahaan dengan rata-rata nilai yang dapat diurutkan dari nilai data yang tertinggi dengan menggunakan empat peran humasnya.

**Enam**, Penelitian ini disusun oleh Annisarizki fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Serang Raya dalam jurnal nya yaitu “Peran Humas PT. PLN (persero) APJ Banten Utara Sebagai Proses Pemecahan Masalah (Studi Kasus Mengenai Pemadaman Penerangan Jalan Umum Kota Serang)”. Tujuan penelitian ini untuk menyelesaikan sebuah permasalahan disebuah perusahaan. Pendekatan tersebut menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Penelitian ini menggunakan

konsep Dozier dan Glen M. Broom sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu purposive sampling, pengambilan sampel data dengan pertimbangan total yang digunakan melalui proses penelitian. Hasil penelitiannya Peran PR PT. PLN (persero) APJ Banten Utara Sebagai pemecah masalah hubungan masyarakat proses yaitu mendefinisikan masalah, menyelesaikan masalah, dan juga perencanaan strategis untuk menyelesaikan masalah yang terjadi di perusahaan PT. PLN (persero).



### 1.5.2 Tabel Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

NO	NAMA PENELITI	JUDUL	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
1	Endah Sriwahyuningsih (2011) Universitas Muhammadiyah Malang	Peran Petugas (PRO) Humas dalam meningkatkan citra perusahaan. (Studi kasus pada PT. Sinar Mas Malang)	Metode yang digunakan yaitu metode Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini maka peran humas PT. Sinar Mas Malang untuk meningkatkan citra perusahaannya dengan menggunakan 4 peran humas	Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini ingin meningkatkan citra perusahaan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menjelaskan mengenai proses pemecahan masalah yang terjadi pada saat

					ini di perusahaan PT. Kahatex.
2	Ade Nurlaili	Peran Humas PT. Bank Bukopin Tbk Dalam Menangani Krisis Internal Perusahaan	Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode Kualitatif	Hasil dari penelitian ini bahwa Humas PT. Bank Bukopin Tbk beserta manajer lainnya bekerja sama untuk menyelesaikan krisis yang terjadi pada tahun 2007, dengan melakukan riset hingga evaluasi untuk mencari solusi yang terbaik bagi pihak manajemen perusahaan maupun karyawannya.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu peneliti menjelaskan mengenai peran proses pemecahan masalah dalam menangani krisis internal perusahaannya, sedangkan peneliti yang akan di laksanakan menjelaskan mengenai proses pemecahan masalah terkait

					tuduhan-tuduhan yg diarahkan kepada perusahaan seperti masalah banjir rancaekek.
3	Ayu Putri Wulansari (2011) Universitas Mmuhammadiyah Malang	Peran Humas Pemerintah Dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Pada Isu Suap Pemerintah CPNS Pemerintah Kabupaten Probolinggo)	Metode yang digunakan yaitu metode studi kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa isu suap pemerintah CPNS pemerintah kabupaten probolinggo ini dapat diredamkan dengan cara humas pemerintah menjalankan empat peran humasnya.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu menjelaskan semua peran PR menurut Dozier & Broom, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menjelaskan mengenai peran fasilitator proses

					pemecahan masalah
4	<p>Ismiyuli Tri Retno Kusuma Wardani (2017) Universitas Komputer Indonesia</p>	<p>Peran Humas PT. Grand Textile Industry Bandung dalam Membentuk Citra Perusahaan</p>	<p>Metode yang digunakan kualitatif dengan studi deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas PT. Grand Textile industry Bandung dalam membentuk citra perusahaannya itu melalui program CSR di Kelurahan Karang Pamulang Bandung meliputi 4 peran umas yaitu penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini yaitu peneliti membahas mengenai peran humas dalam membentuk citra perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menjelaskan peran humas tetapi hanya membahas peran fasilitator proses</p>



					pemecahan masalahnya saja.
5	Agnita Yolanda dan Nurislimida (2017) Politeknik LP3I Medan	Peran Humas (hubungan masyarakat) dalam membangun citra perusahaan pada PT. Pegadaian (persero) Kanwil I Medan	Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif	Hasil dari penelitian ini yaitu PT. Pegadaian (persero) Kanwil I ini mempunyai tanggung jawab yang sangat penting yaitu dalam membangun imej perusahaan dengan rata-rata nilai yang diurutkan dari nilai data tertinggi dengan menggunakan 4 peran humas.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan menjelaskan mengenai membangun sebuah citra dalam perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan

					metode kualitatif dan membahas mengenai proses pemecahan masalah didalam sebuah perusahaan
6	Annisarizki (2016) Universitas Serang Raya  Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 4 No.2	Peran humas PT. PLN (persero) APJ Banten Utara Sebagai Proses Pemecahan Masalah (Studi kasus mengenai penerangan jalan umum kota serang)	Metode yang digunakan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus	Hasil penelitiannya yaitu PT. PLN (persero) APJ ingin mengimplementasikan fungsinya untuk menyediakan fasilitas public yaitu penerangan jalan yang manfaatnya ini bisa dirasakan oleh masyarakat semua. Tetapi PT. PLN	Perbedaan penelitian ini yaitu peneliti ini akan meneliti mendefinisikan masalah, menyelesaikan masalah dan perencanaan untuk menyelesaikan masalah,

				<p>(persero) akan mendapatkan umpan negative seperti dalam kasus pemadaman PJU serang padam sementara maka dari itu PT PLN (persero) APJ Banten Utara sebagai pemecah masalah hubungan masyarakat proses adalah mendefinisika masalah, menyelesaikan masalah dan perencanaan strategis untuk menyelesaikan masalah.</p>	<p>sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan membahas mengenai fasilitator proses pemecahan masalahnya saja.</p>
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### **1.5.3 Landasan Teori**

#### **a. Manajemen Citra**

Manajemen citra ini merupakan suatu proses kegiatan untuk mengendalikan saling kerja sama antara dengan menggunakan sumberdaya yang ada untuk bisa mencapai tujuan suatu organisasi yang sudah ditetapkan, seperti pesan, perasaan, gambaran dari masyarakat terhadap perusahaan dari suatu objek yang sudah ditetapkan. Jadi menurut penjelasan diatas bahwa manajemen citra ini yaitu kegiatan yang dimana setiap perusahaan ingin mencapai tujuan suatu organisasi dengan adanya saling kerja sama dari masyarakat terhadap perusahaan.

#### **b. Komunikasi Lingkungan**

Komunikasi lingkungan yaitu komunikasi antara manusia dengan lingkungannya, merupakan salah satu cabang dari ilmu komunikasi. Komunikasi lingkungan yaitu yang dimana proses dalam penyampaian pesannya itu bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang ada dilingkungan serta untuk membuat masyarakat ikut serta dalam berpartisipasi dalam mengikuti komunikasi ini dalam melestarikan lingkungan. Komunikasi lingkungan juga mempunyai tujuan membantu untuk menyadarkan masyarakat untuk selalu menjaga lingkungannya dengan menggunakan komunikasi agar selalu terjaga lingkungannya. Komunikasi lingkungan ini juga merupakan peranan ilmu komunikasi dalam melestarikan lingkungan.

### c. Citra

Citra perusahaan merupakan citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Jadi citra perusahaan ini merupakan bukan citra produk atau citra pelayanannya saja tetapi citra perusahaan ini juga memiliki beberapa hal positif untuk meningkatkan citra perusahaannya yaitu dengan meningkatkan reputasi perusahaan (nama baik perusahaan), kesediaanya dalam menjaga perusahaan dengan tanggung jawab yang besar melalui kegiatan-kegiatan manajemen dan sebagainya.

#### 1.5.4 Kerangka Konseptual

##### a. *Public Realition*

*Public relation* atau biasa di sebut hubungan masyarakat yang bisa berarti hubungan, lembaga ataupun organisasi dengan publiknya, public biasa di definisikan sebagai sekelompok orang yang mempunyai keinginan atau minat yang sama terhadap suatu hal, sedangkan relation berbentuk jamak yang berarti hubungan hubungan.

*Public relations* yakni sebuah organisasi di dalam sebuah perusahaan yang dimana sangat penting keberadaannya karena *public relations* ini yang selalu berupaya menciptakan citra positif bagi perusahaan dimata publik, seperti yang telah didefinisikan oleh Frank Jefkins (2003:9) yaitu *public relations* yakni bentuk komunikasi terencana yang terdapat di dalam ataupun yang keluar diantara organisasi yang mencakup khalayak banyak untuk mencapai tujuan yang spesifik berlandaskan untuk saling pengertian . Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *public relations*

merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dengan publiknya agar menciptakan hal positif bagi perusahaan dimata masyarakat.

*Public relations* membantu sebuah perusahaan, organisasi atau instansi agar mau membantu public nya untuk mau bekerja sama dengan baik dengan perusahaannya. Hal ini menunjukkan bahwa tujuannya harus lebih terperinci tidak hanya sebatas saling pengertian melainkan bermacam-macam tujuan khusus yang saling berkaitan yakni saling pengertian. *Public relations* memiliki arti komunikasi timbal balik yang terjadi pada publik yang sifatnya dua arah. Cutlip dan Center (Effendy:2009) *Public relations* merupakan fungsi manajemen dalam mengukur perilaku khalayak, mengatur kebijakan dan mengatur kepentingan untuk publiknya, serta melakukan program kegiatannya dengan memiliki tujuan untuk mendapatkan dukungan publik juga pengertian publik. Jadi dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Public relations* ini juga merupakan fungsi manajemen dengan mempunyai tujuan supaya terjalinnya saling pengertian antara publik dan perusahaan.

*Public relations* memiliki peran tersendiri menurut Cutlip (2009), peran humas dibagi menjadi empat, yaitu :

1. Penasehat Ahli ( *Expert Prescriber* )

*Public relations* yang mempunyai pengalaman juga memiliki kemampuan tinggi untuk dapat membantu mencari solusi dalam menyelesaikan sebuah permasalahan yang terjadi disebuah perusahaan.

## 2. Fasilitator Komunikasi ( *Communcation Facilitator* )

*Public relations* dalam praktiknya berperan sebagai fasilitator komunikasi yang dimana harus berperan sebagai mediator dan juga sebagai komunikator untuk dapat mendengarkan dan juga segala sesuatu yang diharapkan, diinginkan dari pihak public perusahaan kepada pihak manajemen. Peran ini juga harus bisa menyampaikan dan merangkan harapan juga keinginan serta kebijakan perusahaan kepada publiknya. Supaya terjalin hubungan yang baik diantara pihak manajemen dan juga publik maka harus tejalin komunikasi dua arah yaitu saling toleransi, saling pengertian, saling dukung, saling percaya, dan juga saling menghargai.

## 3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah ( *Problem Solving Process Facilitator* )

*Public relations* dalam praktiknya yaitu membantu pihak manajemen dalam suatu proses permasalahan yang ada disebuah perusahaan, dan disini juga *Public relations* bertindak untuk dilibatkan menjadi bagian dari pihak manajemen untuk mengambil tindakan keputusan dalam mengatasi sebuah permasalahan atau krisis yang sedang dihadapi di dalam sebuah perusahaan tersebut.

## 4. Teknisi Komunikasi ( *Communication Techician* )

Teknisi komunikasi dalam praktiknya harus mempunyai bakat untuk membuat, menulis dan juga mengedit news letter, release, dll, juga mengembangkan isi web, dan juga menangani kontak media. Dalam perusahaan teknisi komunikasi tidak ikut andil dalam mengambil keputusan dan suatu perencanaan tetapi pada peran ini *Public*

*relations* hanya menjelaskan dan menjelaskan suatu keputusan kepada publik perusahaan.

***b. Public Relations Officer (PRO)***

*Public relations officer* (PRO) atau dalam artian petugas hubungan masyarakat (Humas). Peran petugas humas atau PRO (*Public Relations Officer*) ini memiliki posisi yang strategis dalam menciptakan dan juga memperoleh good image dari masyarakat (publik internal maupun eksternal). Dalam hal ini perugas hubungan masyarakat didalam sebuah perusahaan harus mampu berkomunikasi dengan baik, dalam artian bisa berkomunikasi dan menjelaskan sesuatu dengan jelas baik itu secara lisan maupun tulisan. Seorang praktisi atau petugas hubungan masyarakat harus bisa atau memiliki informasi yang luas serta mampu mencari dan menemukan cara untuk memecahkan permasalahan.

***c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Facilitator)***

Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Process Facilitator*) yaitu peran humas dalam praktiknya itu membantu pihak manajemen dalam suatu proses permasalahan yang terjadi di sebuah perusahaan, dan peran ini juga membantu untuk bertindak untuk mengambil sebuah keputusan dan dilibatkan dalam mengatasi permasalahan yang sedang terjadi didalam perusahaan tersebut.



Peran *Public relations* sebagai proses pemecahan masalah, salah satu peran *public relations* di dalam sebuah perusahaan atau suatu organisasi yaitu dimana seorang praktisi PR (*Public Relations*) atau PRO (*Public Relations Officer*) untuk membantu suatu organisasi sebagai praktisi yang berperan sebagai penasehat, hingga mengambil sebuah keputusan dalam menghadapi krisis atau persoalan yang dihadapi perusahaan secara rasional dan profesional (Dozier dan Broom). Dari penjelasan tersebut bahwa empat peran humas itu sangatlah penting di dalam sebuah perusahaan, terutama peran fasilitator pemecahan masalah sangatlah penting karena peran ini memiliki wewenang dalam menyelesaikan persoalan atau krisis yang terjadi didalam perusahaan, karena praktisi ini memiliki wewenang dalam mengambil sebuah keputusan dan juga sebagai penasihat untuk meluruskan dan meredakan permasalahan atau persoalan yang dihadapi perusahaan secara rasional dan juga professional.

## 1.6 Langkah-langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Kahaex Rancaekek, Jl. Raya Rancaekek KM. 23 No. 25. Fokus penelitian ini yaitu *Problem Solving Process Fasilitator* PT. Kahatex Rancaekek sebagai lokasi penelitian. Penelitian ini didasarkan rasa keingintahuan peneliti terhadap peran praktisi hubungan masyarakat (humas) dalam menghadapi banjir PT. Kahatex.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Harmon (dalam Moleong, 2004:49) mengatakan bahwa paradigma adalah cara mendasar untuk memahami, berfikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu yang khusus tentang realitas. Jadi paradigma ini kerangka berfikir untuk bisa menjawab pertanyaan serta memahami hasil penelitian.

Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigm konstruktivisme merupakan paradigam yang dimana kebenarannya suatu realitas yang terjadi didalam suatu kegiatan tertentu dilakukan dengan diri sendiri, dikarenakan setiap orang itu memiliki sifat, dan juga bisa menilai sehingga setiap orang itu bisa belajar dan bisa menilai dari setiap kegiatan tersebut dan membentuk sebuah paradigam.

Dari penjelasan diatas bahwa penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigam konstruktivisme, karena penulis terjun langsung kelapangan dan melakukan proses wawancara secara langsung dengan pihak perusahaan.

### 1.6.3 Metode Penelitian

Arikunto (2002:136) dalam bukunya yang berjudul *Metodelogi penelitian* yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya, jadi berdasarkan penjelasan tersebut bahwa metode penelitian adalah dimana cara peneliti untuk mengumpulkan data penelitiannya untuk

data yang diperlukan dalam data penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran dalam melakukan peran fasilitator pemecahan masalah yang sedang terjadi pada perusahaan PT. Kahatex, selain itu juga untuk mengetahui langkah-langkah yang diterapkan dalam menghadapi berita-berita hoax atau berita negative tentang perusahaan PT. Kahatex. Dari gambaran dan juga penjelasan tersebut diharapkan mampu memberikan analisis tentang peran *public relations officer* (PRO) memberikan kontribusi dalam menangani banjir di lingkungan PT. Kahatex

#### 1.6.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut sugiyono, (2003:14) menjelaskan bahwa jenis data ini memiliki dua (2) jenis data menurut sifatnya yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif ini yaitu data-data yang diambil dalam sebuah dokumen organisasi berupalatar belakang sejarah organisasi, struktur organisasi dll, yang berbentuk kalimat, kata atau gambar. Sedangkan data kuantitatif yaitu memiliki dua data yaitu data *diskrit* dan data *kontinum*. Data *diskrit* merupakan data yang diperoleh dari hasil menghitung, sedangkan data *kontinum* merupakan data yang diperoleh dari hasil pengukuran yang berbentuk angka.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti memutuskan untuk menggunakan data kualitatif karena melakukan sesi wawancara secara langsung. Selain itu juga pada data

kualitatif ini diyakini mampu mengupas dengan mendeskripsikan langkah-langkah yang diterapkan oleh PT. Kahatex.

Penulis dalam penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu sumber data primer, dan juga sumber data sekunder yang akan dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Sumber data primer yang didapat secara langsung dari pihak perusahaan PT. Kahatex berupa wawancara oleh pihak kepala bagian humas terkait dalam masalah tuduhan-tuduhan masyarakat yang diarahkan kepada pihak perusahaan.

#### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder yang didapat tidak secara langsung dari sumber nya, melainkan sumber yang diperoleh melalui berbagai studi kepustakaan yang diperoleh dari informasi dan keterangan di dalam media perusahaan yang berkaitan.

### **1.6.5 Penentuan Informan**

Pemberi informasi merupakan orang yang sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian tersebut, peneliti harus tepat dalam menentukan pelaku pemberi informasi atau yang biasa disebut informan. Dalam penelitian ii ditentukan eberapa orang dengan beberapa pertimbangan tertentu :

1. Pimpinan kepala bagian Humas PT. Kahatex Rancaekek yang terlibat dalam pelaksanaan Peran *Public Relations Officer* dalam memberikan kontribusi dalam menangani banjir di lingkungan PT. Kahatex.
2. Anggota bagian humas PT. Kahatex Rancaekek yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan Peran *Public Relations Officer* Dalam memberikan kontribusi dalam menangani banjir di lingkungan PT. Kahatex.

### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Teknik wawancara mendalam**

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan melakukan wawancara dengan pihak humas dari PT. Kahatex untuk menggali dan lebih mengetahui banyak informasi yang dibutuhkan oleh penulis.

Tahap pertama dari teknik wawancara yaitu merancang beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk fokus penelitian.

Tahap kedua yaitu terlibat kelapangan secara langsung untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin untuk data yang diperlukan sesuai dengan fokus penelitian.

Tahap ketiga yaitu susun semua data yang sudah di dapatkan, dari hasil wawancara lalu menganalisis dan menginterpretasi data yang sudah di peroleh. Dan hasil akhirnya yaitu menyimpulkan data penelitian.

### 1.6.7 Teknik Analisi Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, pengumpulan yang didapat berupa data-data yang sudah didapat berupa kata-kata, informasi, yang diperoleh dari wawancara mendalam dan juga data-data yang sudah didapat dari dokumen. Sedangkan deskriptif ini merupakan dimana tahapan ini peneliti akan menjelaskan dan menjawab setiap jawaban yang di berikan oleh informan. Penjelasan yang diberikan ini juga merupakan penjelasan yang didasarkan oleh analisa dengan materi dan teori yang sudah ada (Moleong, 2002:105).

Teknik analisis data ini merupakan tahapan dimana dalam tahapan ini penulis mencari dan juga menyusun data secara terperinci dari data-data yang sudah di dapatkan dari bermacam-macam pengumpulan data yang nantinya akan disampaikan kepada yang lainnya.

Penelitian ini memerlukan berbagai tahapan untuk menjalankan penelitian, agar peneliti selalu tetap sesuai dalam mengambil langkah-langkah dalam penelitian.

Langkah-langkah dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pengumpulan Data

Tahapan ini merupakan tahapan yang dimana semua data diperiksa dari segi kelengkapannya, kejelasannya kemudian data ini bisa diambil untuk menjadi bahan laporan penelitian.

## 2. Klasifikasi Data

Tahapan ini merupakan suatu pengelompokan data untuk dikelompokkan sesuai dengan jenisnya. Jadi klasifikasi data ini untuk mengetahui batasan pembahasan dalam menyusun sebuah laporan penelitian secara sistematis agar penjelasan yang didapatkan akan lebih jelas dan juga lebih terperinci.

## 3. Merumuskan Hasil Penelitian

Tahapan ini merupakan tahapan dimana dari semua hasil data yang telah di dapatkan lalu dirumuskan sesuai dengan klasifikasi data sebelumnya. Rumusan hasil penelitian ini menjelaskan hasil yang didapatkan peneliti yang telah didapatkan kemudian akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

## 4. Menganalisis Hasil Penelitian

Yaitu dari hasil rumusan penelitian kemudian peneliti menganalisis hasil dari yang sudah di dapatkan dan kemudian membandingkan hasil lapangan ini dengan konsep, teori, dan juga penelitian yang lainnya.

## 5. Kesimpulan dan Saran,

Tahapan ini merupakan tahapan yang dimana peneliti menarik inti dari pembahasan yang telah didapat dalam proses penelitian.





<b>Analisis dan Pengolahan Data</b>																
<b>Penulisan Laporan</b>																
<b>Bimbingan Laporan</b>																
Tahap Keempat : Sidang Skripsi																
<b>Bimbingan Akhir Skripsi</b>																
<b>Sidang Skripsi</b>																
<b>Revisi Skripsi</b>																