

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relations atau biasa disebut *PR* memiliki posisi yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama bila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas. *Public Relations* merupakan suatu usaha yang sengaja dilakukan secara berkesinambungan untuk menciptakan serta mengembangkan dan mempertahankan sikap saling pengertian antara sebuah organisasi atau perusahaan dengan masyarakat. Keberadaan *Public Relations* dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dan publiknya.

Public Relations merupakan perantara yang dilakukan oleh perusahaan dengan publik, Diakui atau tidak *Public Relations* saat ini sangat kian banyak dikenal dikalangan masyarakat terutama dalam berbagai perusahaan yang berkepentingan langsung dengan masalah *Public Relations*, bahkan saat ini divisi *Public Relations* dianggap sebagai suatu kebutuhan dalam suatu perusahaan guna membangun hubungan baik dengan masyarakat, baik publik *internal* maupun publik *eksternal* mengenai kebijakan dan usaha-usaha sebuah perusahaan dari *public relations*.

Public Relations terbagi menjadi dua yaitu *Public Relations Eksternal* dan *Internal*, *Public Relations Internal* merupakan kegiatan yang ditujukan untuk *internal* public suatu organisasi/perusahaan sedangkan *Public Relations Eksternal* merupakan kegiatan *Public Relations* dengan sekumpulan orang diluar perusahaan dengan orang-orang ataupun dengan anggota-anggota masyarakat di luar organisasi/perusahaan, baik yang ada kaitannya dengan organisasi/perusahaan maupun yang diharapkan/diduga ada kaitannya dengan organisasi/perusahaan. *Public Relations Eksternal* memiliki beberapa fungsi yaitu, menjalin hubungan baik dengan publik *eksternal*, sebagai pihak penyambung antara pihak luar dengan perusahaan, dan menyeleksi komunikasi *eksternal*. *Public Relations Eksternal* disini juga harus memiliki keterampilan dalam menjalankan strategi negosiasi dengan berbagai pihak baik internal maupun eksternal perusahaan. Seringkali di dalam kegiatan tidak jarang muncul hal-hal yang dapat menghambat tercapainya sebuah tujuan bersama, Untuk itu diperlukan strategi negosiasi yang baik agar tercipta solusi yang benar.

Negosiasi merupakan proses dimana dua pihak atau lebih yang mempunyai kepentingan yang sama atau bertentangan, bertemu dan berbicara untuk mencapai suatu kesepakatan. Dalam melakukan negosiasi dapat berupa barang, jasa, ataupun ide antara dua pihak atau lebih, tidak hanya itu negosiasi juga dapat digunakan dalam kegiatan pembebasan lahan dimana pihak dari *Public Relations* sebuah perusahaan berupaya untuk menyepakati ketentuan yang sesuai untuk proses kesepakatan dengan pemilik lahan. Salah satunya ialah pada kegiatan Pertambangan Pembebasan Lahan dalam Eksploitasi batu dan Pasir tepatnya di Ds.kalikatir Kec.Gondang Kab.Mojokerto.

Pembebasan lahan merupakan kegiatan pertambangan dimana dalam kegiatan tersebut dibutuhkan *Public Relations* untuk melakukan negosiasi terhadap pemilik lahan agar kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar. kegiatan yang dilaksanakan di Mojokerto ini dikarenakan, Kota Mojokerto merupakan salah satu daerah yang memiliki tempat strategis dalam sumber daya mineral batu dan pasir, sehingga banyak perusahaan dalam bidang pertambangan batu dan pasir yang membuka perusahaan di Mojokerto.

Salah satunya adalah PT.Calvary Abadi yang terletak di Karangtulen, Gondang, Mojokerto, Jawa Timur 61372. PT. Calvary Abadi merupakan perusahaan dalam bidang Pemecah Batu yang berdiri pada tahun 1990, yang berupa badan Usaha Perseroan terbatas bernama PT Calvary Abadi berdasarkan Akta Pendirian dari Kantor Notaris Ny Iswi Artati SH dengan no akte C-1116, perubahan terakhir kalinya dengan akte tahun 2001 nomor akte 4.

Perusahaan ini berkecimpung dalam bidang sumber daya mineral maka daripada itu dibutuhkanlah bahan baku yang berasal dari sumber daya alam mineral Mojokerto yang cukup berlimpah yaitu, batu dan pasir. perusahaan tersebut mencari lahan yang akan digunakan untuk kegiatan pertambangan untuk diambil batu dan pasirnya. Disinilah *Public Relations* memiliki tugas menjadi seorang informan dan negosiator dengan pemilik lahan yang lahannya akan dijadikan tempat kegiatan pertambangan, sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar, dapat disimpulkan bahwa disini seorang *Public Relations* akan menjadi perantara untuk mensukseskan kegiatan tersebut antara pemilik lahan dan PT. Calvary Abadi.

Penjelasan di atas membuat peneliti tertarik untuk meneliti kegiatan tersebut bagaimana seorang *Public Relations* melakukan strateginya dalam suatu kegiatan pembebasan lahan terhadap pemilik lahan untuk melancarkan kegiatan eksploitasi batu dan pasir yang terletak ds.kalikatir kec.Gondang Mojokerto oleh PT.Calvary Abadi. Hal ini yang ingin penulis kaji tentang bagaimana “Strategi *Public Relations* dalam pembebasan lahan dalam eksploitasi Batu dan Pasir di Ds.kalikatir Kec.Gondang Kab.Mojokerto oleh PT.Calvary Abadi.

1.2 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan kepada bagaimanakah Strategi *Public Relations* PT. Calvary Abadi dalam Pembebasan lahan eksploitasi batu dan pasir yang meliputi Tujuan, proses Strategi *public relations* yang digunakan, faktor penghambat dan pendukung.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi yang digunakan *Public Relations* PT.Calvary Abadi dalam pembebasan lahan dalam eksploitasi Batu dan Pasir di Ds.kalikatir Kec.Gondang Kab.Mojokerto oleh PT.Calvary Abadi ?”

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* PT Calvary Abadi dalam pembebasan Lahan eksploitasi batu dan pasir yang menjadi lokasi kegiatan pertambangan di Ds.Kalikatir KecGondang Kab.Mojokerto.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberi andil dalam upaya memperkaya sumber ilmu pengetahuan pada umumnya dan pada khususnya profesi *Public Relations* dalam bidang pertambangan . Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan pada perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi terutama dalam bidang *Public Relations* dan lebih memahami Strategi *Public Relations* yang digunakan dalam sebuah kegiatan perusahaan, selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan masukan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian serupa dimasa mendatang.

1.5.2 Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan baru khususnya bagi peneliti maupun mahasiswa juga masyarakat tentang bagaimana Strategi *Public Relations* dalam melancarkan kegiatan perusahaan khususnya dalam bidang pertambangan. Sebagai masukan dan evaluasi terhadap pihak Perusahaan bagaimana Strategi *Public Relations* yang dapat digunakan dalam kegiatan tersebut .

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran tentang penyusunan skripsi ini, berikut disajikan sistematikanya yang terdiri dari lima bab:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini dapat diuraikan secara singkat membahas tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka berisi teori/konsep, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang sesuai dengan permasalahan/variable penelitian dan tujuan penelitian yang dirumuskan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan, yang berisi tipe penelitian, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan umum.

BAB IV : DISKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA, DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang obyek yang diteiliti, penyajian data hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang keimpulan dari penelitian dan rekomendasi yang di usulkan peneliti.