

KEGIATAN PR PT DONGGI SENORO LNG KABUPATEN BANGGAI DALAM MENYELESAIKAN KONFLIK SOSIAL PADA MASYARAKAT SEKITAR

Siska Mahmud, Hafied Cangara, Dwia Aries Tina Pulubuhu

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Hasanuddin

ABSTRAK

Konflik Sosial merupakan suatu kegiatan yang berlangsung dengan melibatkan orang atau kelompok yang saling menentang. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui dan menganalisis (1) bentuk dan penyelesaian konflik sosial. (2) bentuk kebijakan. (3) Aktivitas komunikasi yang digunakan public relations PT Donggi Senoro *Liquefied Natural Gas* (DSLNG) dalam menyelesaikan konflik sosial pada masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan di Kabupaten Luwuk Banggai Propinsi Sulawesi Tengah. Data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan sebanyak 20 orang yang mengetahui dan terkait dengan masalah kegiatan Public Relations dalam penyelesaian konflik Sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelesaian konflik sosial di kabupaten luwuk banggai di lakukan langkah-langkah *Community Relations* dalam melaksanakan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) misalnya, melalui rumah pendampingan dalam bentuk pemberian bantuan sumbangan pendidikan kepada anak berprestasi, bimbingan *enterpreneuship* (kewirausahaan) pada masyarakat sekitar sehingga di nilai belum optimal dan belum merata. Untuk itu penelitian ini menyarankan perlunya ditingkatkan peran PT DSLNG dalam mengatasi kesenjangan sosial pada masyarakat sekitar yang menjadi salah satu pemicu konflik, serta pemberdayaan potensi tenaga kerja lokal.

Kata kunci: *Public Relations, Konflik Sosial*

ABSTRACT

Social conflict is an activity that takes place with the involvement of the people or groups against each other. This study aims to Know and analyze (1) the form of social conflict resolution. (2) the form of policy. (3) Activities of communication used by public relations PT Donggi Senoro Liquefied Natural Gas (DSLNG) in resolving social conflicts in society. The method used in this research is descriptive qualitative in Luwuk Banggai regency, Central Sulawesi. Data collected by observation, interview, and documentation with the informants were 20 people who know the problems associated with the activities of Public Relations in Social conflict resolution. The results showed that the resolution of social conflict in the county Luwuk Banggai undertaken measures Community Relations in implementing CSR (Corporate Social Responsibility), for example, through home assistance in the form of provision of education contributions to children's achievement, guidance enterpreneuship (entrepreneurship) in the surrounding communities so in value is not optimal and uneven. For this study suggest the importance of improved PT DSLNG role in addressing social disparities in the surrounding community that one of the triggers of conflict, as well as the development potential of the local workforce.

Keywords : *Social conflicts, public relations*

PENDAHULUAN

Secara umum, Public Relations sebagai bidang profesi hubungan masyarakat yang merupakan salah satu aspek manajemen yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren. Kehadirannya dibutuhkan karena PR merupakan elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Public Relations (PR) dalam Anggoro (2008), didefinisikan sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara satu organisasi dengan segenap khalayaknya. Selanjutnya menurut Jelaking dalam Rosady (2006), mengatakan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan yang berperan *laison*, *interpreter*, dan *mediator* yang diperlukan oleh setiap organisasi atau perusahaan.

Di dalam perencanaan komunikasi Publik Relation, Krisis adalah suatu masalah (konflik) yang bisa terjadi pada sebuah organisasi baik yang bersifat komersil maupun non komersil (Cangara, 2014). Hal ini berdampak pada cara publik relations berhubungan dengan tiap publiknya untuk mencari solusi dari masalah komunikasi yang terjadi seperti masalah konflik sosial. Greener dalam Toni (2002), mengemukakan bahwa Publik Relations (PR) tidak saja arah arus informasi, ia memiliki dua fungsi peran juga dapat sebagai contoh membantu membentuk organisasi dengan informasi manajemen yang diharapkan, pendapat-pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat, serta memungkinkan nasehat kembali tentang suatu tindakan yang sejalan. Organisasi membentuk melindungi dan memperkenalkannya.

Dalam konteks ini, PR memainkan kegiatan krusial dalam membangun, mengembangkan, dan memelihara hubungan dan komunikasi antara perusahaan dengan publik. Disini PR berfungsi sebagai *laison*, *interpreter*, dan

mediator, yang diharapkan PR perusahaan tidak bisa mengabaikan fakta dalam upaya membangun hubungan dengan lingkungan perusahaan yang membutuhkan peran dan fungsi PR. Hal ini dapat berdampak pada cara dan kegiatan perusahaan berhubungan dengan tiap publiknya untuk mencari solusi dari masalah komunikasi yang terjadi seperti masalah konflik sosial yang terjadi di Proyek kilang Gas Alam pada PT Donggi Senoro *Liquefied Natural Gas* (DSLNG) Kabupaten Luwuk Banggai.

Upaya untuk melibatkan semua publik dalam menyelesaikan konflik sosial bisa jadi memakan waktu yang lama. Meskipun demikian, untuk jangka panjang cara penyelesaian dengan melibatkan pihak manajemen lebih baik, karena mereka akan memiliki komitmen dengan program yang telah ditetapkan. Kegiatan manajemen Publik Relation ini sangat penting dalam organisasi atau perusahaan. Dimana praktisi publik relations (*Corporate Communication*) menjembatani kepentingan perusahaan dengan beragam publiknya dengan membentuk departemen *internal relations*, *eksternal relations* dan *media support* (Prayudi, 2011). PR dituntut untuk dapat menyelesaikan masalahnya agar terwujud hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya dalam hal mengatasi konfliknya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti *Kegiatan PR PT Donggi Senoro LNG Kabupaten Luwuk Banggai Dalam Menyelesaikan Konflik Sosial Pada Masyarakat Sekitar*, dengan tujuan umum penelitian ini adalah untuk menganalisis kegiatan PR bentuk penyelesaian konflik, kebijakan PR, dan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh PR PT Donggi Senoro LNG pada Kabupaten Luwuk Banggai

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan komunikasi persuasif dimana peneliti berusaha mendeskripsikan hasil wawancara pada objek penelitian

dengan mengamati langsung dari lapangan penelitian, untuk mendapatkan gambaran mengenai kegiatan Public Relations PT Donggi Senoro *Liquefied Natural Gas* (DSLNG) Kabupaten Luwu Banggai dalam menyelesaikan konflik sosialnya pada masyarakat sekitar.

Menurut Miles & Huberman dalam Bungin (2007), mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu tehnik analisis kualitatif secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya menjadi jenuh. Sedangkan komunikasi persuasif merupakan suatu teori pendekatan dalam usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan pada karakteristik komunikator dan pendengar (Arifin, 2008). De Vito dalam Djaja (2000) menjelaskan Komunikasi Persuasif merupakan Pembicaraan persuasif yang menengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak yang tujuannya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, fakta, pendapat, dan himbauan motivasional yang dapat memperkuat tujuan persuasifnya”.

Lokasi dan Rancangan Penelitian

Proses penelitian atau pengumpulan data dan informasi terhadap informan dilakukan melalui wawancara mendalam (*depth interview*), bertemu langsung secara tatap muka (*face to Face*) kepada informan yang dilakukan pada wilayah Kabupaten Luwu Banggai Kecamatan Batui, Propinsi Sulawesi Tengah khususnya pada masyarakat tempat perusahaan beroperasi yang berjumlah 20 orang.

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terbagi atas dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer yaitu hasil wawancara mendalam dengan 20 informan yang sudah ditentukan oleh penulis untuk mendukung isi penelitian tesis dengan judul “*Analisis Kegiatan Public Relations PT Donggi Senoro Liquefied Natural Gas Kabupaten Luwu Banggai Dalam*

Menyelesaikan Konflik Sosial Pada Masyarakat Sekitar” Hasil wawancara tersebut berupa jawaban informan yang kemudian dianalisis menggunakan teori-teori Public Relations. Data sekunder yaitu hasil kajian pustaka berupa penelusuran buku, jurnal ilmiah, majalah, skripsi, tesis, disertasi, internet ataupun sumber informasi lainnya yang dapat membantu melengkapi serta menunjang penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan menggunakan Tehnik Bagdan & Biglen dalam Cutlip et al (2006), mengatakan bahwa tujuan untuk mengumpulkan data yang komprehensif, sehingga didapatkan hasil yang diinginkan. Sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi. Oleh karena itu, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara, yaitu: bertemu langsung dengan informan, dan mengumpulkan data melalui hasil dokumentasi di lapangan penelitian.

HASIL

Bentuk Penyelesaian Konflik Yang Dilakukan Oleh Public Relations PT Donggi Senoro Liquefied Natural Gas Kabupaten Banggai

Upaya dilakukan oleh Manajemen Public Relations PT DSLNG Kabupaten Luwu Banggai dalam menyelesaikan konflik sosial pada masyarakat sekitar perusahaan, yaitu melalui cara antisipasi awal (*Pre-emptive strategy*) melalui proses mediasi dan merapatkan permasalahan yang terjadi dengan melibatkan pemerintah maupun para pemilikan, juga melakukan kebijakan melalui kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Bentuk Strategi kebijakan public relations yang dilakukan oleh *Human Relations Development (HRD)* melalui *Community relations* PT Donggi Senoro LNG dalam mencegah masalah konflik sosial ialah membentuk komunitas - komunitas

perhimpunan perempuan dan pemuda dalam hal untuk membantu para kaum perempuan desa bersama pemuda desa yang meliputi tiga bidang, yakni bidang ekonomi, bidang pertanian dan bidang sosial untuk meningkatkan keterampilan diri masyarakat seperti dalam bidang ekonomi membentuk kumpulan kerajinan tangan *enterpreneurship* (wirausaha), Arifin (2008). Kemudian dalam bidang sosial melalui pemberian sumbangan untuk anak yang berprestasi dari masyarakat eks pemilik lahan, juga dalam bidang pertanian melalui pelatihan dan pengajaran cara pembibitan pada masyarakat petani melalui pola pembibitan untuk memberikan pengetahuan kepada petani desa, meskipun hal ini tentu saja belum bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat pemilik lahan yang ada di sekitar perusahaan. Tetapi hal ini dilakukan untuk mencegah masalah pemicu konflik sosial pada masyarakat sekitar agar tidak terjadi kembali.

Bentuk Aktivitas Komunikasi Public Relations PT Donggi Senoro Liquefied Natural Gas Dalam Menyelesaikan Konflik Sosial

Aktivitas komunikasi PR PT DSLNG Kabupaten Luwuk Banggai adalah membangun dan membentuk komunikasi antara perusahaan dan masyarakat, meskipun dalam pelaksanaan *Public Relations* (PR) PT DSLNG belum optimal dan belum merata dalam kegiatannya, namun dalam aktivitas komunikasi persuasif peran *public relations* terus melakukan kegiatannya yang tujuannya untuk menyelesaikan konflik sosial yang terjadi pada masyarakat sekitar perusahaan. aktivitas komunikasi yang dimaksud adalah sebagai berikut: 1) Pembuatan Perencanaan strategis, 2) Pembentukan Identitas Perusahaan, 3) Penyiapan dan Pengembangan Kemampuan SDM, 4) Membangun relasi, 5) Membangun reputasi dan, 6) Menjaga citra korporasi. Sehingga dari aktivitas komunikasi diharapkan *public relations* dapat meredam konflik sosialnya guna menjaga agar hubungan dengan masyarakat sekitar perusahaan akan harmonis.

Aktivitas komunikasi yang dilakukan manajemen *public relations* tidak lain untuk memberikan solusi dari permasalahannya. Oleh karena itu sangat disayangkan, jika perusahaan yang dianggap dapat membantu masyarakat melalui sebagai tempat penyerapan tenaga kerja, penyediaan lapangan kerja, peningkatan ekonomi justru menimbulkan konflik sosial yang berkepanjangan dalam masyarakatnya. Inilah kebijakan yang harus diperhatikan pemerintah daerah yang akan menjadi pemikiran masyarakat kepada mereka yang telah diambil lahannya. Dimana pemerintah memberikan perusahaan kebijakan untuk mengelolah sumber daya alam tetapi tidak melakukan pengawasan yang intensif untuk kegiatan yang dilakukan, terutama pada masyarakat sekitar perusahaan melalui program CSR misalnya pada peningkatan kegiatan sosial, dan pemberdayaan tenaga kerja lokal yang ada.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa kehidupan masyarakat sekitar perusahaan yang sejahtera sesungguhnya sangat bergantung dengan kebijakan pihak manajemen perusahaan yang ada lingkungan kehidupan masyarakat. Kebijakan pihak manajemen perusahaan PT DSLNG Luwuk Banggai terutama pada manajemen *public relations* dihadapkan pada kenyataan lingkungan yang terus berubah. Pada saat bersamaan, publik atau *stakeholder* organisasi menuntut kinerja perusahaan yang lebih terbuka dan peduli terhadap komunitas dan lingkungan yang ada disekitar perusahaannya. Adanya pengharapan dari publik seiring dengan keberadaan perusahaan kiranya perlu mendapatkan perhatian pihak manajemen *public relations* perusahaan, terlebih publik merasa apa yang disampaikan atau diharapkan dari perusahaan ternyata tidak terpenuhi maka ini menjadi awal dari munculnya isu atau masalah konflik sosial yang bisa menghambat aktivitas organisasi.

Masalah konflik sosial pada prinsipnya bisa dan dapat terjadi pada beragam organisasi atau perusahaan apapun bentuknya karena

masyarakat dipaksakan untuk bersaing meneruskan kehidupannya terlebih bagi masyarakat yang berada dekat dengan lingkungan perusahaan beroperasi. Sehingga untuk mengantisipasi terjadinya konflik sosial ini diperlukan suatu kebijakan strategi antisipasi awal (*Pre-emptive strategy*.)

Public Relations dalam Rachmadi (2003), mengatakan bahwa alasan yang paling mendasar mengapa antisipasi awal konflik sosial perlu dilakukan dan diwaspadai adalah bahwa dengan adanya perusahaan dapat membawa pada perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat baik secara sosial, ekonomi, politik dan budaya. Yang mana masalah konflik sosial ini bisa menjadi isu krisis. Dimana krisis yang terjadi dalam sebuah perusahaan sesungguhnya adalah isu yang tadinya dianggap tidak penting oleh pihak manajemen tetapi dapat berakibat fatal pada citra perusahaan.

Hal ini juga sejalan dengan teori konflik sosial dari Karl Marx yang menyatakan bahwa terjadinya suatu konflik sosial diakibatkan karena masyarakat disatukan dengan paksaan maksudnya keteraturan yang terjadi di masyarakat disatukan dengan adanya paksaan (*Koersif*) yang mana masalah konflik sosial adalah sesuatu yang perlu terjadi karena merupakan sebab terjadinya suatu perubahan sosial dalam masyarakat. Dimana Teori perubahan sosial juga memandang bahwa masalah yang terjadi didalam masyarakat akan berdampak pada perubahan sosial dalam masyarakat, sama halnya dengan adanya suatu perusahaan yang mana kehadiran perusahaan membuat perubahan-perubahan sosial akan terjadi dalam masyarakat komunitas lingkungan dan berakibat terjadinya proses penyesuaian nilai-nilai sosial yang membawa perubahan serta gejala-gejala sosial yang ada pada masyarakat, seperti terjadinya pergeseran nilai, norma, pranata sosial pada semua aspek yang dihasilkan dari interaksi antar manusia (Soekamto, 2006).

Pergeseran nilai ini membuat tingkat kesenjangan yang tinggi dalam perekonomian masyarakat sehingga lapangan pekerjaan dijadikan bentuk persaingan antar masyarakat termasuk di dalamnya faktor kemiskinan,

pengangguran pemuda desa, maupun kecemburuan sosial, dan timbulnya konflik antar masyarakat serta masalah sosial lainnya. Dalam konteks ini yang dimaksud dengan aktivitas komunikasi adalah membangun dan membentuk komunikasi antara perusahaan dan masyarakat, meskipun dalam pelaksanaan *Public Relations* (PR) PT DSLNG belum melakukan kegiatannya secara maksimal dalam penanganan konflik sosialnya, namun dalam aktivitas komunikasi persuasif yang efektif diharapkan peran public relations akan terus melakukan kegiatannya dalam hal menyelesaikan konflik sosial yang terjadi pada masyarakat sekitar perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan baik melalui penelitian dilapangan bahwa Bentuk penyelesaian konflik sosial yang dilakukan oleh PR PT DSLNG, adalah melalui proses mediasi yang melibatkan pemerintah, maupun eks pemilik lahan, dan juga melalui program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan melalui rumah pendampingan yang berada di Kecamatan Batui Kabupaten Banggai Propinsi Sulawesi Tengah. Bentuk aktivitas komunikasi PR PT Donggi Senoro *liquefied Natural Gas* (DSLNG) Kabupaten Luwuk Banggai belum optimal dan belum merata dalam penanganan konflik sosialnya sehingga belum sesuai dengan tugas dan fungsi serta peran *public relations* dalam mewujudkan lingkungan komunitas yang harmonis sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro M.L. (2008). *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arifin A.(2008). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Bungin B. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group

- Bungin. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo
- Cangara H. (2014). *Perencanaan Komunikasi*. edisi revisi cetakan ke dua. Jakarta: Grafindo Persada
- Cutlip *et al.* (2006). *Efectif Public Relations*.Edisi Kesembilan. Pearson Education Inc.
- Djaja D (2000). *Komunikasi Antar Manusia*. Bandung: Remaja Bandung
- Rachmadi. (2003). *Publik Relations dalam Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rachmadi. (1998). *Manajemen Konflik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Rosady R. (2006). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta:Ghalia Indonesia
- Prayudi. (2011). *Pengantar Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada
- Sukamto S. (2006). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Toni. (2002). *Publik Relations dan Pembentukan Citranya*. Cetakan ketiga. Jakarta: Bumi Aksara