

rakyatnya. Sektor pertanian menjadi salah satu tumpuhan utama untuk mewujudkan program ketahanan pangan nasional. Pupuk merupakan salah satu sarana produksi pertanian yang mempunyai peran penting untuk meningkatkan produktivitas hasil usaha pertanian. Kondisi Indonesia seperti inilah yang mengantarkan PT Petrokimia Gresik menjadi perusahaan pupuk terbesar dan terlengkap se-Asean.

Selain itu Indonesia juga merupakan segmentasi pasar terbesar karena jumlah konsumsi yang besar. Tetapi dengan melihat tingkat persaingan Indonesia dibandingkan dengan negara-negara Asean, Indonesia masih terlihat di kelas bawah. Artinya Indonesia bisa saja diserang oleh produk-produk luar. Tidak hanya produk luar, tetapi juga oleh serbuan Tenaga Kerja (*Skilled Labour*) yang bisa menggeser mata pencaharian Warga Negara Indonesia.

Dalam persaingan yang sangat ketat ini, tentunya setiap perusahaan memiliki strategi tentang bagaimana cara memenangkan persaingan menghadapi MEA. Hal ini merupakan tugas pokok dari seorang *Public Relations* (yang kemudian disebut dengan PR) perusahaan, dimana mereka harus benar-benar mempunyai *skill* di bidang komunikasi, baik itu komunikasi antar pribadi maupun komunikasi organisasi.

Tidak terlepas juga seperti PR perusahaan besar PT Petrokimia Gresik yang telah menggagas sebuah strategi untuk menyiapkan diri dalam menghadapi MEA. Strategi ini dinilai sangat penting untuk menjaga eksistensi perusahaan agar tetap mempertahankan keunggulan dan kelengkapan produk perusahaan.

Media bagi perusahaan saat ini tentunya juga sangat berpengaruh dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan, selain itu *media* juga berperan penting

dalam komunikasi sebuah perusahaan dengan perencanaan strategisnya. Peran media massa sangat penting dalam meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan *brand awareness* perusahaan ataupun publikasi mengenai perkembangan perusahaan.

Sumber Daya Manusia merupakan asset terpenting yang dimiliki oleh perusahaan, karena manusia merupakan modal utama dalam membangun perusahaan, begitupun dengan lingkungan kerja, tempat dimana karyawan berkerja, sejatinya antara kualitas karyawan dengan lingkungan kerja merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Kualitas karyawan dapat baik jika lingkungan kerja tempat dimana karyawan berkerja juga baik. Di tandai dengan lingkungan kerja yang mendukung berkembangnya karyawan, adanya kompetisi yang sehat sehingga mendorong karyawan untuk terus meningkatkan kapabilitas dan kapasitas dirinya, adanya kepemimpinan yang efektif serta budaya kerja yang kuat sehingga membuat karyawan merasa nyaman melakukan pekerjaannya dan masih banyak lagi. Begitupun sebaliknya, semakin berkualitas suatu karyawan, maka lingkungan kerja juga semakin berkualitas.

Berangkat dari Latar belakang diatas, maka penulis termotivasi untuk meneliti lebih dalam tentang bentuk-bentuk strategi komunikasi organisasi apa saja yang dipakai oleh PT Petrokimia Gresik dalam menghadapi persaingan MEA 2015 baik dalam segi PR, penggunaan media dan cara pemberian motivasi kepada publik internal maupun eksternal perusahaan dan sekaligus menjadikannya sebagai sebuah tema yang akan diangkat menjadi Skripsi.

Keterangan:

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) akan dimulai pada tahun 2015. Dalam kegiatan jual beli/pasar bebas ini melibatkan berbagai macam perusahaan-perusahaan yang di Indonesia terutama pada perusahaan pupuk terbesar dan terlengkap di Asean yaitu PT Petrokimia Gresik. Ini merupakan sebuah tantangan baru bagi perusahaan, karena mereka harus benar-benar bersaing dengan produk-produk unggulan lain dari negara-negara ASEAN.

Dalam menghadapi persaingan MEA, setiap perusahaan pasti memiliki strategi komunikasi organisasi yang berbeda, karena dalam penyusunannya mereka memiliki iklim organisasi yang berbeda, tingkat penggunaan media yang digunakan juga berbeda antara satu dengan yang lain, dan pada gilirannya PR dalam organisasi perusahaan juga mengemban tugas yang berbeda-beda.

Dalam penelitian ini digunakan teori motivasi, yang isinya merujuk pada kondisi dasar yang mendorong tindakan.¹⁸ Motivasi merupakan suatu proses untuk menggiatkan motif – motif menjadi perbuatan atau tingkah laku untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan atau keadaan dan kesiapan dalam diri individu yang mendorong tingkah lakunya untuk berbuat sesuatu dalam mencapai tujuan.¹⁹

Dengan menggunakan teori tersebut di harapkan PT Petrokimia Gresik mampu memenangkan persaingan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015.

¹⁸ R. Wayne Pace, dkk. *Komunikasi Organisasi; Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2013. Hlm. 119

¹⁹ Drs. Moh. Uzer Usman, *Menjadi Guru Profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 35

Jenis data dibedakan atas sumber data primer dan data sekunder. Sumber Data primer adalah objek yang diobservasi langsung di lapangan dan para informan yang diwawancarai. Dengan kata lain, data primer adalah data yang diperoleh langsung di lokasi penelitian, melalui proses wawancara dengan informan.

Jenis data sekunder berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi yang dapat mendukung hasil penelitian. Data sekunder diperoleh dari sejumlah tempat, kantor, dan lembaga. Data sekunder ini sangat berharga bagi peneliti guna lebih memahami lebih mendalam tentang permasalahan yang dijadikan objek penelitian.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan pihak PR, karyawan dan atasan PT Petrokimia Gresik, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi perusahaan, baik berupa file-file gambar dan sebagainya.

d. Teknik pengumpulan data

Sebagaimana pada umumnya dalam mengumpulkan sebuah data penelitian membutuhkan beberapa metode yang harus dilakukan, karena metode merupakan salah satu cara yang harus ditempuh dalam rangka untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal. Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan peneliti untuk memperoleh data kualitatif adalah sebagai berikut :

