BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT.Semen Indonesia. Tbk saat ini sedang dalam proses akusisi pabrik-pabrik semen di beberapa negara tetangga, yaitu Myanmar, Vietnam dan Bangladesh dalam rangka memperluas pasarnya di Asean. Semen Indonesia telah kokoh menanamkan fondasi perusahaan dengan mengakusisi Than Long Cement Vietnam. Semen indonesia bukan saja berdaya kompetisi melawan perusahaan lokal, melainkan cukup tangguh berkompetisi di wilayah regional.

Tercatat, Semen Indonesia merupakan BUMN pertama yang go internasional, sehingga di sini ada nilai pelopor atau perintis bagi Semen Indonesia. Semen Indonesia merupakan induk dari beberapa perusahaan semen di Indonesia yang secara geografis berbeda yakni Semen Padang, Semen Tonasa, dan Semen Gresik.[1]

PT.Semen Indonesia. Tbk telah menginvestasikan Rp 1,5 triliun di pabrik Thang Long Cement, maka semen indonesia menguasai 70 persen dari saham Tang Long Cement. Tak hanya itu kini PT.Semen Indonesia. Tbk berencana membangun sebuah pabrik di myanmar dengan nilai investasi sebesar US$ 200 juta (atau sekitar Rp 2 triliun). Pabrik tersebut akan mulai dibangun pada tahun 2014 ini dan akan beropersi pada tahun 2017, pabrik tersebut

[1] http://id.wikipedia.org/wiki/Semen_Indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkapasitas produksi 1 juta ton per tahun yang akan dipasarkan di Myanmar dan di Vietnam.[2]

Sepanjang 2012, Semen Indonesia berhasil menjual 22,47 juta ton semen, meningkat 14,7 persen dibanding capaian 2011 sebesar 19,5 juta ton. Pertumbuhan penjualan yang sebesar itu berarti berhasil melampaui rata-rata pertumbuhan penjualan semen secara nasional yang hanya 14, 5 persen. Adapun wilayah penjualan PT.Semen Indonesia. Tbk yaitu Semen Gresik tetap menjadi merk dagang Semen Indonesia untuk pasar Jawa Timur dan Jawa Tengah sedangkan Semen Padang untuk sekitar Sumatera Barat dan sekitarnya serta Jakarta, sedangkan Semen Tonasa untuk kawasan Indonesia timur. Sementara Thang Long Cement untuk Vietnam, Singapura dan Bangladesh.

Dalam proses ekspansinya PT Semen Indonesia telah melakukan pengembangan pembangunan dan perluasan pabrik di Indonesia, selain memperluas wilayah di Semen Padang dan Semen Tonasa, PT Semen Indonesia mulai membangun pabrik Semen Gresik, yang dalam proses komunikasinya diharapkan tercapainya komunikasi yang harmonis antara perusahaan dan warga sekitar wilayah pabrik.

Meskipun ada permasalahan pada awal proses ekspansinya, beberapa warga ada yang menolak pembangunan pabrik, Namun dengan adanya Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) diharapkan mampu menjadi sarana tempat komunikasi yang menampung semua aspirasi masyarakat

[2] http://m.news.viva.co.id/news/read/380147-semen-indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekitar pabrik, misalnya saja PT Semen Indonesia dalam pencarian karyawannya, perusahaan tetap mengambil karyawan dari sekitar wilayah pabrik hal itu bertujuan untuk kesejahteraan ekonomi warga sekitar.

Tak hanya itu Semen Indonesia telah merencanakan penggunaan Green Belt atau sabuk hijau yang megelilingi tambang di sekitar pabrik, dengan lebar 50 meter keliling dari tepi batas tambang. Green Belt tersebut dikelola oleh warga sekitar pabrik itu sendiri dan hasilnya pun akan diambil oleh petani itu sendiri. Green Belt sendiri berfungsi sebagai penyaring udara dari polusi yang dikeluarkan oleh pabrik. adapun tanaman yang dimaksud yaitu seperti mahoni, jati, trembesi, sukun, nangka dan sengon.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana manajemen komunikasi dalam proses Fact Finding Pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang ?
2. Bagaimana manajemen komunikasi dalam proses Planning Pada Devisi PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang ?
3. Bagaimana manajemen komunikasi dalam proses Communicating pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang ?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Bagaimana manajemen komunikasi dalam proses Evaluation Pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui manajemen komunikasi dalam proses Fact Finding Pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang
2. Untuk mengetahui manajemen komunikasi dalam proses Planning Pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang
3. Untuk mengetahui manajemen komunikasi dalam proses Communicating Pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang
4. Untuk mengetahui manajemen komunikasi dalam proses Evaluating Pada Devisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang

D. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang berjudul Manejemen Komunikasi Public Relation PT.Semen Indonesia Tbk dalam Program Ekspansi Perusahaan (Studi dalam Ekspansi ke Tuban dan Rembang), penelitian ini mengambil tinjauan penelitian terdahulu dari skripsi Manajemen Krisis Public Relation di PT

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertamina (persero) Unit Pengolahan IV Cilacap (Studi Kasus tentang Manajemen Krisis oleh Hupmas PT Pertamina (Persero) UP IV Cilacap Pasca Perolehan Predikat Hitam Dalam Program Audit "PROPER" Periode Tahun 2002-2003) oleh Nur Alinie Wisudani, dari sripsi pertama memiliki kesamaan dalam fungsi manajemennya seperti planning, organizing, actuating dan controlling. adapun perbedaan dengan skripsi tersebut yaitu jika di penelitian ini lebih menekankan kepada proses manajemen public relation seperti Fact Finding, Planning, Communicating dan Evaluating namun dalam skripsi Manajemen Krisis oleh Hupmas PT Pertamina (Persero) UP IV Cilacap Pasca Perolehan Predikat Hitam Dalam Program Audit "PROPER" Periode Tahun 2002-2003) lebih menekankan pada manajemen krisisnya.

Sedangkan pada tinjauan penelitian terdahulu kedua dari skripsi Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT Pertamina (persero) Jakarta Pada Kasus Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei - Juli 2005 oleh Anthonius Dari Padua Rumung Lela, dari skripsi kedua memiliki kesamaan dalam fungsi manajemennya seperti planning, organizing, actuating dan controlling. adapun perbedaan dengan skripsi tersebut yaitu jika di penelitian ini lebih menekankan kepada proses manajemen public relation seperti Fact Finding, Planning, Communicating dan Evaluating namun dalam skripsi Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT Pertamina (persero) Jakarta Pada Kasus Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei - Juli 2005 lebih menekankan pada manajemen krisisnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konsep

a. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyaluntuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yangsama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para para komunikator dan kontekssosialnya Komunikasi

Efektif adalah :

1. Pemberi dan penerima pesan berpandangan sama.
2. Pemberi dan penerima pesan dapat membuka percakapan selanjutnya.
3. Pemberi dan penerima pesan saling mengerti dan memahami.
4. Suasana saat berkomunikasi hangat dan akrab.

Kata Manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno ménagement , yang memiliki arti seni melaksanakandan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara universal. MaryParker Follet, misalnya, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui oranglain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untukmencapai tujuan organisasi.

Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efesien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai denganperencanaan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir,dan sesuai dengan jadwal. Adapun dalam proses manajemen dalam penelitian ini menggunakan proses sebagai berikut:

1. ***Fact Finding***

Fact finding adalah pencarian fakta, data atau informasi yang mendukung program humas mengenai situasi, pendapat, sikap, dan reaksi publik terhadap kegiatan, kebijakan atau produk suatu perusahaan atau lembaga. Pada tahap ini, Public Relions Officer dapat menganalisis data dan informasi yang sudah tersedia baik di buku, jurnal, majalah atau sumber-sumber data dan informasi lainnya. Istilah kerennya adalah desk research.

Pada tahap ini, seorang praktisi menganalisis data dan informasi yang tersedia. Berdasarkan informasi dan data yang tersedia kemudian dapat diperoleh interpretasi-interpretasi. Interpretasi ini amat berguna bagi seorang praktisi untuk memutuskan atau menentukan langkah-langkah apa yang harus dilakukan untuk memecahkan suatu permasalahan. Penelitian bisa dilakukan secara kualitatif & kuantitatif. Dalam tahap ini ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi, yakni *What's our problem?*[3]

2. ***Planning***

Memberikan sikap, opini, ide, dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan. Dilakukan pula penetapan program, kerja organisasi

[3] Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*". (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2010 hlm.127

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan-keinginan pihak berkepentingan, *Here's what what we can do?*[4]

3. Communicating

Tahap komunikasi atau pelaksanaan kegiatan komunikasi (Komunikasi antar personal, komunkasi kelompok dan komunikasi mass media). Agar dalam pelaksanaannya diperoleh hasil yang diharapkan maka prinsip-prinsip dalam komunikasi perlu diperhatikan. Agar proses komunikasi dapat berjalan dengan baik, maka beberapa hal perlu diperhatikan yaitu kredibilitas, keterkaitan, isi, kejelasan, keberlanjutan dan konsistensi, saluran atau media dan kemampuan khalayak. Faktor-faktor tersebut perlu diperhitungkan secara sungguh-sungguh agar kegiatan yang dilakukan dapat berhasil sesuai dengan harapan. Dalam tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan sepenuhnya[5]

4. Evaluating

Evaluasi merupakan tahapan penilaian terhadap program dan hasil kerja aktivitas public relations. Pelaksanaan kegiatan humas harus dievaluasi atau dilakukan perbaikan-perbaikan agar permasalahan atau hambatan yang ada dapat diatasi dan dipecahkan serta menciptakan

[4] *Ibid.*, hlm 127
[5] *Ibid.*, hlm 127

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan yang harmonis diantara public suatu badan / lembaga / perusahaan. *How did we do?*[6]

b. CSR PT Semen Indonesia

Corporate Social Responsibility adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis. Namun itu bukan amal tetapi itu adalah strategi bisnis inti dari sebuah organisasi. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari beberapa bertanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (stakeholder), stakeholder disini merupakan orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh keputusan, kebijakan maupun operasi perusahaan. Ada 2 macam, yakni:

1. *Inside Stakeholder*, terdiri atas pemegang saham (*stakeholders*), para manajer (*managers*), karyawan (*employees*)
2. *Outside Stakeholder*: pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).[7]

Sebagai sebuah industri dengan banyak pemangku kepentingan, faktor keuntungan atau profit adalah hal yang mutlak. Namun sebagai entitas yang hidup dan beroperasi di tengah masyarakat, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk tentunya tak boleh melupakan peran masyarakat (people) sekitar dan juga lingkungan (planet). Ketiga faktor tersebut yakni *profit*,

[6] *Ibid*.,hlm128

[7] Totok Mardikanto, Corporate Social Resposibility (Tanggung Jawab Social Responsibility).(Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.130

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

people, dan *planet* (3P) sama-sama penting bagi perusahaan sehingga perannya harus diseimbangkan.

Menyadari pentingnya menyeimbangkan 3P itu, maka PT Semen Indonesia (Persero) Tbk telah menetapkan kebijakan pengelolaan perusahaan yang senantiasa berorientasi pada pertumbuhan profit, pengembangan dan perlindungan lingkungan, serta kesejahteraan masyarakat, terutama di sekitar pabrik. Semen Indonesia memiliki cetak biru tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang disusun dan dikelompokkan pada:

SI Cerdas, yang fokus pada peningkatan kompetensi melalui program pendidikan

SI Prima, yang bersinergi dengan program-program unit pemasaran dan litbang

SI Lestari, yang fokus pada program-program lingkungan

SI Peduli, yang merupakan rumah yang berisi program-program sosial ekonomi

Salah satu implementasi pada program SI lestari adalah turut pada program mangrove center di Tuban, bantuan 10.000 bibit mangrove pada kegiatan penanaman mangrove di Rembang, kegiatan lainnya adalah adalah program pengolahan sampah kota di Gresik menjadi bahan bakar alternatif.

Sedangkan untuk SI Cerdas antara lain pelatihan bagi tukang untuk mendapatkan sertifikasi profesi dan pemberian Beasiswa kepada 2.653

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Siswa mulai Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi di area operasi Semen Padang, Semen Gresik dan Semen Tonasa dengan total beasiswa sebesar Rp 1,9 miliar.

CSR adalah investasi sosial yang dapat menopang keberlangsungan perusahaan melalui dukungan masyarakat yang telah merasa memiliki perusahaan, karena keberadaannya memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar. Hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat akan menciptakan hubungan personal yang saling memiliki dan rasa untuk saling membantu satu sama lainnya.

Komitmen Semen Indonesia untuk mengelola CSR dengan baik berbuah berbagai penghargaan. Tahun 2012 dan 2013 pabrik di Tuban memperoleh proper emas sebagai penghargaan tertinggi dibidang lingkungan hidup yang diberikan Kementerian Lingkungan Hidup.Tahun 2014 perusahaan sudah menerima 4 penghargaan dibidang CSR yaitu

a. Penghargaan ANTARANEWS CSR Award 2014 atas komitmen membangun kemandirian masyarakat lewat program pendidikan, permodalan serta pelestarian lingkungan dan energi.
b. Penghargaan The Best Indonesia Green Awards yang diberikan Latofi School of CSR atas keberhasilan meraih penghargaan di lima kategori sekaligus yaitu Penyelamatan Sumber Daya Air, Mengembangkan dan Menggunakan Energi Baru dan Terbarukan, Mengembangkan Keanekaragaman Hayati, Mempelopori

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pencegahan Polusi dan Mengembangkan Pengolahan Sampah Terpadu.

c. Penghargaan sebagai "The Best Green CEO" yang diberikan oleh Warta Ekonomi.

d. Penghargaan penanganan bencana gunung kelud terbaik dari Gubernur Jawa Timur.

c. Program ekspansi perusahaan

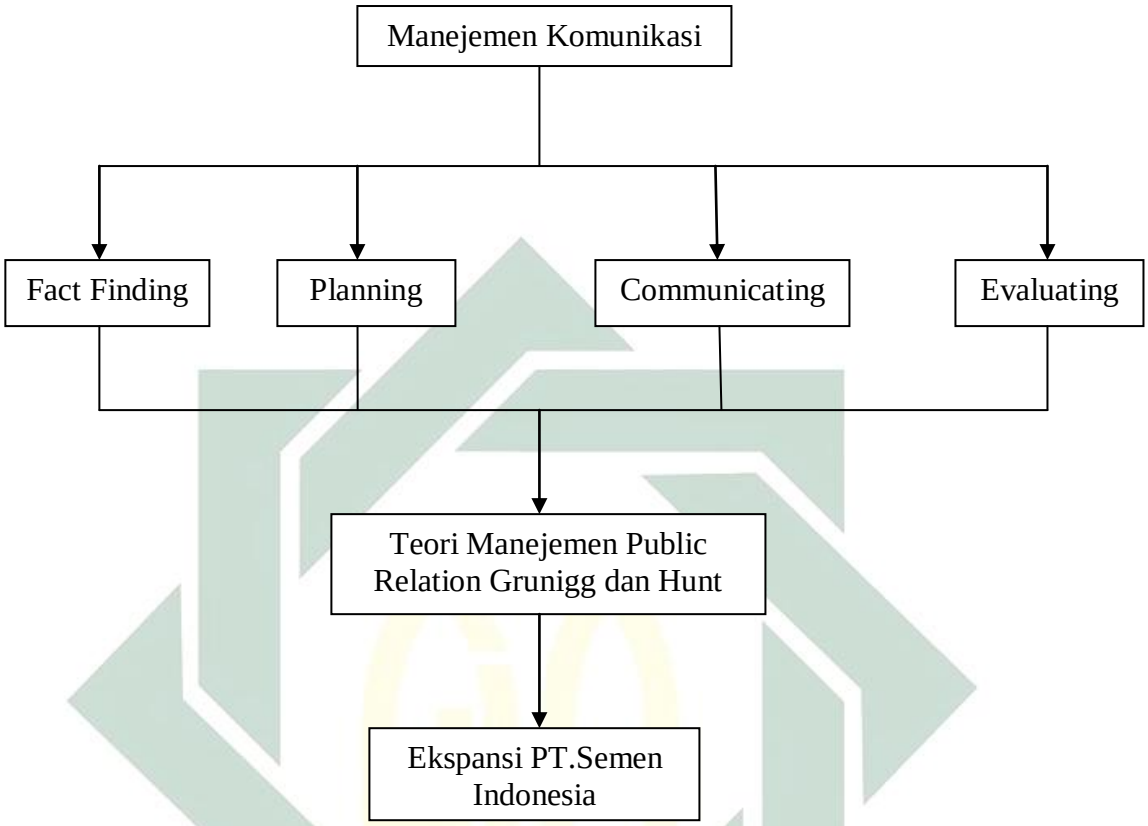
Ekspansi merupakan perluasan wilayah suatu negara, perusahaan atau organisasi dengan menduduki sebagian atau seluruhnya wilayah negara, perusahaan atau organisasi lain yang ditandai dengan penciptaan pasar baru, perluasan fasilitas, perekrutan pegawai dan lain-lain. selain itu ekspansi juga merupakan upaya peningkatan aktivitas ekonomi dan pertumbuhan dunia usaha.[8]

Perusahaan adalah Suatu organisasi dimana sumber daya (input) dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang atau jasa (output) kepada pelanggan. perusahaan juga bisa disebut sebagai tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya setiap faktor produksi, adapun faktor produksi yang dimaksud yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan kewirausahaan.[9]

[8] http://bahasaformal.blogspot.com/2012/08/pengertian-ekspansi.html?m=1
[9] http://id.m.wikipedia.org/wiki/Faktor_produksi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Kerangka Pikir Penelitian



Dalam kerangka penelitian Manajemen Public Relation PT.Semen Indonesia Tbk dalam Program Ekspansi Perusahaan memiliki empat proses manajemen public relation, yaitu:

Fact Finding *:* Mendefinisikan permasalahan yang dilakukan melalui penelitian dengan menganalisa situasi berupa pemahaman, opini, sikap dan perilaku publik terhadap lembaga.

Planning *:* Berdasarkan pada rumusan masalah, dibuat strategi perencanaan dan pengambilan keputusan untuk membuat program kerja berdasarkan kebijakan lembaga yang juga disesuaikan dengan kepentingan publik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Communicating *:* Dalam tahap ini PRO harus mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga mampu mempengaruhi sikap publiknya yang mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut.

Evaluating *:* Tahap ini melakukan penilaian terhadap hasil-hasil pelaksanaan program dari perencanaan, pelaksanaan program, pengkomunikasian, sampai keberhasilan atau kegagalan yang terjadi dari program tersebut

Setelah mengetahui keempat proses manajemen public relation tersebut maka selanjutnya menghubungkan denganm teori management public relations oleh Grunigg dan hunt memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, dimana teori tersebut berisi bahwa para manajer public relations berada di tepi suatu perusahaan atau dalam kata lain sebagai penghubung antara perusahaan dengan public internal dan eksternalnya. dan hubungan dengan penelitian "Manajemen Public Relation PT.Semen Indonesia Tbk dalam Program Ekspansi Perusahaan" yaitu dalam penerapan konsep public relations memberikan kontribusi yang sangat besar dengan manajemen dalam kehidupan manusia, organisasi ataupun perusahaan, yang artrinya dalam programn ekspansi perusahaan PT Semen Indonesia Tbk memberikan kontribusi kepada perusahaan, karyawan maupun masyarakat luas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Di sini peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan, mendiskripsikan dan mengkontruksi realitas yang ada serta melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal.

b. Jenis dan Sumber Data

Untuk keakuratan data, penelitian ini digali dari beberapa jenis dan sumber data, antara lain adalah:

1. Jenis data

   a) Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diambil dan dicatat untuk pertama kalinya.[10] Data primer yang diperoleh peneliti adalah data mengenai manajemen komunikasi pada divisi CSR PT Semen Indonesia dalamm program ekspansi perusahaan. beberapa diantaranya sebagai berikut

   1) Manajemen Komunikasi dalam proses Fact Finding pada CSR PT. Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang

[10] Elbinaro ardianto, Metode penelitian untuk public Relations, (Bandung: Simbiosa Rekitama, 2011), Hlm. 162

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Manajemen Komunikasi dalam proses Planning pada CSR PT. Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang
3) Manajemen Komunikasi dalam proses Communicating pada CSR PT. Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang
4) Manajemen Komunikasi dalam proses Evaluating pada CSR PT. Semen Indonesia dalam terkait program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data ini diperoleh melalui studi kepustakaan dan website, yaitu melakukan pengumpulan data dengan membaca dan mempelajari beberapa literatur, materi-materi, laporan hasil penelitian, jurnal-jurnal, dan sebagainya yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

1) Profil PT Semen Indonesia
2) Awal mula diterapksn program ekspansi perusahaan

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah informan yang sudah dipilih oleh peneliti, yaitu Kepala Departemen CSR Wahyudi Heru, Kepela Departemen Kepegawaian Hadi Sunaryo, Kepala Departemen Perluasan Bahan Baku Doni Arfianto, Kepala Biro Komunikasi PT Semen Indonesia Abhimanyu dan Kepala Biro Pnegembangan anak perusahaan wilayah Tuban dan Rembang Achmad Tolcha

Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari penelusuran data dengan menggunakan buku yang ada di perpustakaan digunakan untuk mencari landasan teori, tentang unsur-unsur penelitian ini serta sumber dari internet, dan lain-lain yang membantu peneliti dalam melengkapi data.

c. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih subjeknya yakni:

No	Nama	Lama Bekerja	Jabatan
1	Wahyudi Heru	30 Tahun	Kepala Departemen CSR
2	Hadi Sunaryo	33 Tahun	Kepala Departemen Kepegawaian
3	Doni Arfianto	32 Tahun	Kepala Departemen Perluasan Bahan Baku
4	Abhimanyu	35 Tahun	Kepala Biro Komunikasi PT Semen Indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5	Achmad Tolcha	32 Tahun	Kepala Biro Pnegembangan anak perusahaan wilayah Tuban dan Rembang

Alasan Peneliti memilih narasumber-narasumber tersebut adalah jabatan mereka sesuai dengan bidang pertanyaan peneliti, misalnya dalam bidang hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar yang tidak setuju dengan pembangunan pabrik di daerahnya, peneliti memilih Kepala Departemen CSR, Wahyudi Heru dan Kepala Biro Komunikasi PT Semen Indonesia, Abhimanyu.

Sedangkan dalam bidang pengembangan perusahaan peneliti memilih narasumber Kepala Departemen Perluasan Bahan Baku, Doni Arfianto dan Kepala Biro Pnegembangan anak perusahaan wilayah Tuban dan Rembang, Achmad Tolcha. Dan adapun dalam bidang hubungan perusahaan dengan karyawan peneliti memilih narasumber Kepala Departemen Kepegawaian, Hadi Sunaryo.

Yang menjadi Objek dari penelitian ini yakni Manajemen Komunikasi mulai dari perumusan masalah, perencanaan, komunikasi dan evaluasi PT Semen Indonesia dalam pelaksanaan program ekspansi perusahaan ke Tuban dan Rembang .

Penelitian ini akan dilakukan di kantor pusat PT Semen Indonesia yakni di Jalan Veteran 61122 Gresik. Hal ini karena kantor ini merupakan pusat perusahaan PT Semen Indonesia selain yang ada di Padang dan Makasar yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga sebagai Pusat Penelitian dan Pembelajaran Semen Indonesia. Sehingga peneliti sangat mudah menjangkau dan bisa mendapatkan banyak informasi.

d. Tahap-Tahap Penelitian

Adapun tahap-tahap yang dilalui setiap penelitian adalah: 1. pemilihan dan analisis masalah penelitian, 2. penentuan atrategi pemecahan masalah, atau penentuan metodologi penelitian yang akan digunakan, 3. pengumpulan data, 4. pengolahan, analisis, dan interpretasi data, serta 5. penyusunan laporan penelitian

e. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, akan digunakan 2 teknik pengumpulan data, yitu menggunakan observasi, dan wawancara atau interview.

1. Observasi

   Observasi berguna untuk menjelaskan dan merinci gejala apa yang terjadi, Proses observasi terhadap materi cukup dengan melakukan penggolongan (klarifikasi), pengukuran, atau penjumlahan.[11] Observasi sendiri yakni Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, pengambilan data tersebut dengan cara diamati oleh peneliti. dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi langsung yang di lakukan di di PT. Semen Indonesia Tbk, kota Gresik.

2. Wawancara/Interview

[11] Kustadi Suhandang, Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi, (Bandung: Nuansa Yayasan Nuansa Cendekia, 2004), hlm.146

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode dengan cara memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang yang di wawancarai, Pengumpulan data dengan teknik wawancara ini lebih wajar dari pada teknik pengumpulan data lainnya, mengingat orang lebih senang berbicara daripada menulis.[12] dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber wawancara kepada manajer PT. Semen Indonesia Tbk.

f. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan metode non statistik yaitu deskriptif analitik yaitu suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan dan penyusunan analisis data, kemudian semua data yang sudah terkumpul dan tersusun dianalisis sehingga diperoleh pengertian data yang jelas.

Menurtut Lexy J. Moeleong, analisis data adalah mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti disarankan oleh data.[13]

Analisis juga dapat diartikan sebagai sebuah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang dikumpiulkan untuk meningkatkan pemahaman

[12] *Ibid*.,hlm.147

[13] Lexy J. Moeleong, Metodologi Pendidikan Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.

Metode analisis yang digunakan adalah model alir dengan beberapa tahap yaitu reduksi data, display data dan verifikasi data. Penerapan teknik analisa data tersebut dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok difokuskan pada hal-hal yang penting dan disusun secara dramatis sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang hasil penelitian. Reduksi dapat dilakukan dengan merangkum kegiatan sehari-hari yang dilakukan public relations dalam mengkomunikasikan program community development dan kegiatan yang telah dilaksanakan.
2. Display data. Menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan dan disusun secara sistematis tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan.
3. Pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran yang utuh dari objek penelitian. Proses penarikan kesimpulan didasarkan pada hubungan informasi yang tersusun dalam satu bentuk yang dipadu pada penyajian data, melalui informasi tersebut, peneliti dapat melihat apa yang ditelitinya dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai subjek dan lokasi penelitian. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu sesingkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selam menulis dan merupakan suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan.[14]

[14] Matthew and Huberman, Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru, (Jakarta: UI-PRESS, 1992), hlm. 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id