



pro kontra akan tetapi kalau masyarakat yang belum dimanfaatkan oleh pihak yang kontra proses ekspansi tersebut akan mudah diterima oleh masyarakat akan tetapi kalau sudah dipengaruhi dengan orang-orang yang menolak maka akan sulit bersosialisasi dengan mereka, mereka dibujuk dengan berbagai cara misalnya saja dengan mengatakan kepada warga kalau pabrik semen tidak jadi dibangun dirembang maka lahan yang sudah mereka jual tersebut bisa mereka pakai lagi.

Terlepas dari sikap pro dan kontra warga masyarakat sekitar perusahaan, sebelum melakukan pembangunan Semen Indonesia sudah menyusun amdal, amdal sendiri yaitu langkah atau syarat yang dilakukan melalui sosialisasi atau wawancara yang harus dilaksanakan sebelum dan setelah penyusunan amdal tersebut kepada masyarakat sekitar. jadi jika dalam proses pembangunannya ada penolakan dari warga, hal tersebut seharusnya tidak terjadi karena sebelumnya sudah ada kesepakatan antara perusahaan dan masyarakat dan walaupun mereka menolak seharusnya mereka sampaikan saat sosialisasi dan sebelum pembangunan perusahaan.

## **2. Manajemen Komunikasi dalam Proses Planning pada Divisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait Program Ekspansi Perusahaan ke Tuban dan Rembang**

Semen Indonesia sebagai perusahaan BUMN pertama yang go internasional memiliki banyak perencanaan atau target yang harus dicapai

untuk terus memajukan perusahaannya, perusahaan yang memiliki visi menjadi perusahaan terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara ini memiliki keinginan dalam waktu 30 tahun harus bisa memproduksi semen hingga 150 juta ton, hal ini tentu saja menjadi target yang besar untuk kemajuan Semen Indonesia kedepannya, Salah satu cara yang digunakan yakni dengan berekspansi ke Tuban dan Rembang

Pada tahun 2016-2017 Pabrik Rembang dan juga di Indarung Padang diharapkan bisa selesai. Setelah itu untuk kedepannya Semen Indonesia juga akan berekspansi ke Jawa Barat dan Papua, hal itu tentu saja untuk pemerataan produksi semen di seluruh Indonesia. Seperti yang diketahui Semen Indonesia memiliki perusahaan untuk wilayah Jawa Timur yakni Semen Gresik, Untuk wilayah Indonesia Barat yakni Semen Padang dan wilayah Indonesia Barat yakni Semen Tonasa dan sedangkan untuk wilayah luar Indonesia ada Than Long Cement di Vietnam.

Semen Indonesia merupakan perusahaan BUMN dalam bidang persemenan yang terbesar di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1957 telah menguasai 43% pangsa pasar, Semen Indonesia sendiri memiliki pesaing yakni holcim.

Selain perencanaan tentang target perusahaan, perusahaan juga harus merencanakan SDM atau tenaga-tenaga baru untuk mencapai kemajuan pabrik, dan tugas tersebut sudah menjadi rencana perusahaan, melalui

pimpinan Semen Indonesia menugaskan kepada bagian SDM (Sumber Daya Manusia) untuk mengadakan tes perekrutan karyawan baru.

Adapun media yang efektif untuk mengadakan perekrutan tersebut yakni dengan cara melalui kampus-kampus dan konsultan. konsultan yang bertanggung jawab untuk merekrut, seperti tahun kemarin merekrut dari tiga kota, surabaya, yogyakarta dan jakarta, semua itu di serahkan kepada konsultan dan perusahaan hanya memberikan bentuk tesnya seperti apa, sedangkan kalau ke kampus-kampus sendiri konsultan yang ditunjuk bisa membuka pengumuman, kalau di surabaya di ITS dan Unair.

Dalam proses perekrutan tersebut ada beberapa kesulitan misalnya tentang perencanaan yang harus matang mulai dari seleksi wawancara dan psiko test.

### **3. Manajemen Komunikasi dalam Proses Communicating pada Divisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait Program Ekspansi Perusahaan ke Tuban dan Rembang**

Terkait sikap warga yang menolak pembangunan Semen Indonesia, ada banyak cara yang digunakan oleh Semen Indonesia untuk membujuk warga agar mau mernerima penmbangunan pabrik diwilayahnya, diantaranya yang pertama dari teman-teman proyek dan bina lingkungan Semen Gresik melakukan sosialisasi secara periodik, yang artinya dalam satu waktu itu semua warga tidak bisa hadir, jadi hanya perwakilan dan

setelah itu dilakukan sosialisasi lagi, mengundang warga yang lainnya yang tidak bisa hadir sebelumnya. yang kedua bentuk sosialisasi dengan membuat event-event semacam pagelaran seni, misalnya di desa tegaldowo rembang yang masyarakatnya suka wayang maka kita buat pagelaran wayang, misalnya dalam rangka hari besar nasional, di dalam acara itu akan disampaikan melalui pertunjukkan manfaat-manfaat adanya Semen Indonesia di daerah tempat tinggal mereka. yang ketiga dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan banyak orang misalnya lomba voli, lomba sepak bola antar desa dan juga diskusi-diskusi ke warung-warung yang dilakukan sama teman-teman perusahaan.

Selain ketiga cara tersebut, Semen Indonesia juga menggunakan cara membuat program pemberdayaan dengan kelompok tani yang sifatnya pendampingan dengan program peternakan, perikanan dan pertanian. Tak hanya itu bahkan di Tuban masyarakat sekitar diajarkan tentang industri perikanan darat yang menggunakan bekas galian-galian perusahaan.

Selain program pemberdayaan lingkungan Semen Indonesia juga mengajarkan masyarakat sekitar pelatihan komputer, dengan pelatihan tersebut diharapkan mereka bisa memahami komputer, sehingga kelak mereka bisa bekerja di Semen Indonesia atau mereka bisa menjadi supplier dari Semen Indonesia.

Manfaat dari berdirinya perusahaan Semen Indonesia sendiri juga bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar, misalnya di remabng saat ini jasa laundry sedang naik daun di sana, hal ini dikarenakan banyak pegawai dan banyak orang yang berkunjung kesana yang menggunakan jasa laundry tersebut.

Adapun media atau kelompok yang diajak untuk proses sosialisasi dengan masyarakat sekitar, misalnya saja kelompok tani, Semen Indonesia mengumpulkan kelompok tani untuk menjalankan program kerja paket untuk pendidikan setara SMP dan SMA, yakni kerjar paket A, B dan C untuk range 1. Dan adapun dengan ibu-ibu PKK, Semen Indonesia menjalankan projek pelatihan memasak

Sedangkan untuk media penyampaiannya sendiri menggunakan media koran dan menggunakan media setempat seperti radio dan juga menggunakan media televisi yang bersifat nasional seperti indovision, tapi sebelumnya Semen Indonesia melalui RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) telah melakukan diskusi dengan pabrik company terkait proses pembangunan pabrik.

Selain komunikasi dengan masyarakat sekitar Semen Indonesia juga harus mampu menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan dalam program ekspansi perusahaan tersebut. Namun sebagai karyawan perusahaan yang memiliki pabrik di seluruh Indonesia bahkan hingga ke

luar negeri karyawan dituntut untuk siap jika sewaktu-waktu mereka harus pindah tempat kerja mereka.

Pada awal masuk kerja, para karyawan baru sudah diedukasi kalau perusahaan Semen Indonesia tempatnya sangat dinamis jadi mereka harus siap ditempatkan di wilayah manapun, meskipun di tempatkan di daerah yang jauh mereka akan mendapatkan fasilitas yang sama, akan dapat rumah, karena Semen Indonesia sendiri memiliki kompleks perumahan seperti yang di Gresik dan di Tuban, dan di Rembang pun juga akan dibuat kompleks perumahan karyawan. Jadi meskipun di tempatkan ditempatkan daerah yang jauh sekalipun mereka akan tetap mendapatkan fasilitas yang sama.

#### **4. Manajemen Komunikasi dalam Proses Fact Finding pada Divisi CSR PT.Semen Indonesia dalam terkait Program Ekspansi Perusahaan ke Tuban dan Rembang**

Dalam usaha pencapaian target, banyak hal yg harus dilakukan oleh perusahaan, agar target jangka panjangnya bisa tercapai. Yang pertama perusahaan harus bisa bersaing dengan perusahaan lain, harus bisa melihat kemajuan atau hal-hal yang dilakukan oleh pesaing agar visi menjadi perusahaan terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara bisa terwujud.

Yang harus dilakukan oleh Semen Indonesia sekarang adalah mempercepat pembangunan pabrik indarung dan pabrik Rembang yang





yang sangat besar bagi penerapan konsepsi Public Relation dalam kehidupan manusia

Maka dari itu, dari hasil temuan pada Manajemen Komunikasi Public Relations, Bahwa PT Semen Indonesia telah memahami bahwa untuk memajukan perusahaan harus bisa menjalin komunikasi dengan baik, baik itu dengan Masyarakat sekitar perusahaan maupun karyawan perusahaan, temuan Manajemen komunikasi Public Relation disini dikonfirmasi dengan kerangka kerja berdasarkan teori manajemen Public Relation yakni:

Sebagai perusahaan BUMN pertama yang go public, dalam proses ekspansinya PT Semen Indonesia harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat sekitar dan para karyawan perusahaan. Hal tersebut merupakan salah satu cara manajer public relation untuk membangun dan mengembangkan perusahaan dengan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat sekitar perusahaan dan juga dari para karyawan perusahaan itu sendiri. Meskipun dalam proses ekspansinya Semen Indonesia mendapat kendala seperti penolakan dari warga, hal itu tentu saja menjadi tugas dari manajer public relation untuk mengetahui alasan kenapa warga sekitar ada yang menolak, dan secepatnya manajer public relation harus mempunyai solusi untuk tetap bisa mengembangkan perusahaan namun menjalin hubungan yang baik dengan warga sekitar perusahaan.

Dalam merencanakan kemajuan perusahaan untuk mencapai target jangka panjang perusahaan, banyak hal yang harus dilakukan oleh manajer public relation. salah satunya dengan cara perekrutan pegawai baru dari warga masyarakat sekitar perusahaan dan juga dengan cara mutasi karyawan baru ke pabrik baru misalnya di pabrik Tuban dan Rembang. Untuk bisa menjalankan itu semua tentu saja manejer public relation Semen Indonesia harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan dan warga sekitar perusahaan.

Menghadapi permasalahan seperti penolakan dari warga sekitar perusahaan, tentu saja manajer public relation harus mempunyai cara bagaimana penolakan tersebut bisa menjadi respon yang baik kepada perusahaan, salah satu yang harus dilakukan oleh manajer public relation adalah dengan mengadakan sosialisasi atau wawancara agar masyarakat bisa berpendapat bagaimana respon mereka saat wilayah mereka akan dibangun suatu industri. jika sosialisasi tersebut bisa tercapai dengan baik tentu saja hubungan yang baik dengan masyarakat akan terwujud.

Evaluasi dari ekspansi ke Tuban dan Rembang ini adalah penyelesaian pabrik Rembang yang ditargetkan selesai awal tahun 2017 dan juga proses pengembangan pabrik Tuban. Untuk evaluasi dari pabrik Rembang sendiri adalah bagaimana warga sekitar perusahaan bisa mendapatkan manfaat dari adanya pendirian pabrik semen di sana, hal itu tentu saja sebagai suatu cara

