BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia selalu memiliki kebutuhan dalam menjalankan kehidupannya dan tingkat kebutuhan manusia sangatlah beragam, baik itu kebutuhan pangan, sandang maupun papan. Untuk kebutuhan papan (rumah) merupakan kebutuhan yang sangat besar nilainya dimana setiap orang belum tentu dapat memiliki kebutuhan papan tersebut. Bahkan terkadang masih sering dijumpai banyak orang-orang atau masyarakat yang memiliki rumah tidak layak huni terutama di daerah-daerah terpencil.

Khusus di Kabupaten Serang sendiri ada sekitar 12.733 rumah yang tidak layak untuk ditempati sehingga perlu mendapat perhatian dari Perusahaan setempat dan Pemerintah Daerah, maka dari itu PT.Indah Kiat Pulp And Paper dibantu dengan Pemerintah Daerah serta berkoordinasi dengan Koramil Kecamatan Kragilan membuat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dimana kegiatan ini bertujuan untuk membantu masyarakat Kabupaten Serang khususnya Kecamatan Kragilan akan kebutuhan papan (rumah) yang dimana masih banyak sekali rumah yang tidak layak untuk ditempati. Program CSR ini berbeda dengan kegiatan CSR perusahaan lain, yang pada umumnya hanya disalurkan dalam bentuk bantuan atau donasi saja. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Rahman yang dikutip dari *The World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan CSR sebagai:

> "Suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup." (Rahman, 2009:10)

Fakta diatas sesuai dengan apa yang dilakukan oleh PT.Indah Kiat Pulp And Paper, karna melakukan kegiatan CSR yang turut meningkatkan kualitas hidup seseorang dengan membantu memenuhi kebutuhan papan (rumah).

Kegiatan Bedah RUTILAHU dilaksanakan oleh bagian CSR *& Media Relations* yang dimana bagian ini bekerja dibawah departemen *Public Affair Departement* (PAD) dan *Public Affair Departement* (PAD) bekerja dibawah naungan *Administration and Service Division* (ASD) dan *Administration and Service Division* (ASD) bekerja dibawah *Senior Director*. Dalam implementasi ini *Public Affair Departement (*PAD) dalam tugas dan fungsinya melaksanakan kegiatan *Public Relations* sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Dani Kusuma dalam wawancara pra-riset penelitian pada hari Kamis, 19 April 2018 pukul 07.30 Wib sebagai berikut:

> "Kami di PT. Indah Kiat Pulp and Paper menggunakan istilah *Public Affair Departement* sebagai *Public Relations*, hanya istilahnya saja berbeda tetapi fungsi dan kerjanya sama dengan *Public Relations*."[1]

Kegiatan Bedah RUTILAHU adalah salah satu strategi komunikasi yang di desain oleh bagian CSR *and Media Relations* sekaligus menjadi pelaksana kegiatan untuk mempertahankan serta menjaga citra baik

[1] Wawancara dengan Dani Kusuma, Kamis, 19 April 2018, pukul 07.30 Wib

perusahaan dikalangan masyarakat penerima bantuan. Sebagaimana dingkapkan oleh oleh Onong Uchjana Effendy yang dikutip dari bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan Strategi Komunikasi sebagai berikut:

> "Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi *(Communication planning)* dan manajemen *(communication management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi." (Effendy, 2009:84)

Bagian CSR & *Media Relations* saat ini sudah banyak sekali menerima penghargaan dari pemerintah salah satunya adalah menjadi *Best Program Corporate Social Responsibility*. Penghargaan tersebut diberikan oleh Bupati Kabupaten Serang sebagai bentuk apresiasi kepada perusahaan karna telah membantu kelangsungan hidup masyarakat Kabupaten Serang. Penghargaan tersebut diperoleh dari kegiatan Bedah RUTILAHU yang diproyeksikan oleh perusahaan sebagai program unggulan dalam bidang CSR.

Gambar 1.1

Penghargaan PT. Indah Kiat Pulp and Paper

Sumber: Peneliti, 2018

Dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Indah Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang terjadi komunikasi interpersonal antara pihak perusahaan dengan masyarakat penerima bantuan ketika tim CSR perusahaan melakukan survey lokasi, memastikan bahwa rumah tersebut layak untuk dibangun dan tentunya sesuai dengan syarat yang diberikan oleh perusahaan dan juga pada saat pembangunan rumah sampai dengan selesai. seperti yang diungkapkan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai berikut:

> "Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang amat mungkin setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal" (Mulyana, 2007:73)

Tim CSR PT Indah Kiat Pulp and Paper dalam melaksanakan kegiatan Bedah RUTILAHU tidak bergerak sendiri karena keterbatasan pada sumber daya manusia, waktu dan tenaga sehingga PT.Indah Kiat Pulp and Paper bekerja sama dengan mitra kerjanya yaitu Pemerintah setempat dan Koramil Kragilan. Dalam proses kegiatan Bedah RUTILAHU, meskipun PT. Indah Kiat Pulp and Paper memberikan bantuan, namun perusahaan tetap memperhatikan etika profesi, artinya PT. Indah Kiat Pulp and Paper senantiasa melakukan interaksi dan komunikasi baik kepada pemerintahan setempat, Koramil Kragilan dan juga masyarakat penerima bantuan agar kegiatan Bedah RUTILAHU dapat didukung dari mulai proses pelaksanaan hingga selesai.

Sebagaimana dikatakan oleh Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid yang dikutip dari Rismawaty, Desayu Eka Surya dan Sangra Juliano dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa:

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam." (Wiryanto, 2008:6)

PT. Indah Kiat Pulp and Paper meminta peran Pemerintah setempat untuk merekomendasikan serta memberikan data masyarakat Kecamatan Kragilan yang kurang mampu sebagai bahan survey perusahaan, sehingga pihak perusahaan dapat mengetahui mana rumah yang layak untuk di perbaiki. Pihak Koramil Kragilan mempunyai peran teknis dilapangan, mulai dari penyediaan bahan material sampai dengan proses pembangunan rumah. Hal ini adalah strategi dari pihak perusahaan untuk menekan biaya pembangunan rumah, karena pihak Koramil memiliki koneksi kepada pekerja bangunan setempat dan juga toko material. Jika perusahaan yang mengkoordinir hal tersebut maka itu menjadi kendala bagi perusahaan, karna pekerja bangunan serta toko material akan mematok harga tinggi untuk perusahaan. Ada beberapa syarat yang akan diterapkan dalam kegiatan Bedah RUTILAHU untuk menentukan rumah mana yang layak untuk di bedah, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Memiliki rumah yang tidak layak huni
2. Dapat dikategorikan miskin
3. Tidak mempunyai pekerjaan tetap (Pengangguran)
4. Surat tanah harus atas nama pribadi
5. Memiliki anggota keluarga yang cuku banyak (lebih dari 3 orang)

PT.Indah Kiat Pulp and Paper berkontribusi dalam Program CSR Bedah RUTILAHU dengan melakukan dua pembangunan rumah di

Kecamatan Kragilan. Dalam penentuan titik pembangunan RUTILAHU, tim CSR PT. Indah Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang berkoordinasi dengan pihak Kecamatan serta Kepala Desa. Program CSR berlangsung di dua lokasi yang berada di Kabupaten Serang Kecamatan Kragilan tepatnya di Kp. Badak Jaya Desa Kragilan dan Kp. Pabuaran Desa Sentul. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Dani Kusuma yang berperan sebagai ketua pelaksana program Bedah RUTILAHU dalam wawancara pra-riset penelitian pada hari Kamis, 19 April 2018 pukul 07.30 Wib sebagai berikut:

> "Kegiatan Bedah RUTILAHU merupakan program CSR yang pertama kali dilaksanakan pada tahun 2017 dan akan berkelanjutan pada tahun-tahun berikutnya dengan selalu meningkatkan jumlah rumah yang akan dibedah dan diperbaiki menjadi lebih layak, target kita ditahun berikutnya akan membangun RUTILAHU sebanyak 10 rumah. Kegiatan ini dilaksanakan oleh bagian CSR *dan Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper dibantu dengan Pemerintah Daerah dan Koramil Kragilan serta masyarakat sekitar rumah yang sudah ditentukan oleh pihak perusahaan."[2]

Gambar 1.2

Peletakan Batu Pertama Oleh Pihak Perusahaan

Sumber: Dokumen CSR PT.Indah Kiat Pulp And Paper

[2] Wawancara dengan Dani Kusuma, Kamis, 19 April 2018, pukul 07.30 Wib

Jika dibandingkan dengan program-program CSR lainnya, PT.Indah Kiat Pulp and Paper menilai kegiatan Bedah RUTILAHU ini memberikan dampak yang signifikan bagi kelangsungan hidup masyarakat sekitar kabupaten serang yang membutuhkan bantuan dalam hal belum tercukupinya kebutuhan papan (rumah). Akan tetapi, kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT.Indah Kiat Pulp And Paper tidak hanya fokus dalam bidang bedah RUTILAHU saja melainkan dalam bidang pendidikan pun perusahaan sangat aktif memberikan bantuan berupa buku tulis, memberikan beasiswa prestasi dan beasiswa kuliah yang ditanggung penuh oleh perusahaan sampai lulus diploma. Berdasarkan wawancara pra-riset penelitian pada hari Kamis, 19 April 2018, pukul 07.30 Wib dengan Ketua Pelaksana kegiatan Bedah RUTILAHU Bapak Dani Kusuma sebagai berikut:

> "Ini program Indah Kiat peduli, sasaran kami bukan hanya memberikan bantuan terhadap Rumah Tidak Layak Huni saja, akan tetapi pada sarana pendidikan juga akan kami lakukan."[3]

Program CSR saat ini menjadi bagian penting didalam perusahaan dan terus mengupayakan untuk dikembangkan dengan meningkatkan kepekaan dan kepedulian terhadap kebutuhan masyarakat. Masalah seperti perusakan lingkungan, perlakuan yang tidak baik terhadap karyawan dan cacat produksi akan mengakibatkan ketidaknyamanan ataupun bahaya bagi konsumen adalah dengan meluasnya informasi kepada masyarakat melalui media *online* dan juga media cetak yang dimana masyarakat bisa menilai langsung bagaimana

[3] Wawancara dengan Dani Kusuma, Kamis, 19 April 2018, pukul 07.30 Wib

perusahaan itu apakah baik atau tidak baik citranya. Hal ini yang mendorong perusahaan-perusahaan akan terus mengembangkan program CSR yang diharapkan bisa berdampak positif kepada masyarakat. Dikutip dari buku Pekerjaan sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *(Corporate Social Responsibility)* Edi Suharto mengungkapkan CSR adalah sebagai berikut:

> "CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara menyeluruh (holistik), melembaga dan berkelanjutan." (Suharto, 2007:16)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan akan lebih baik jika tidak selalu memikirkan keuntungan secara finansial saja, tetapi memiliki rasa peka terhadap kondisi sekitar untuk membantu masyarakat ke arah yang lebih baik dalam hal sosial-ekonomi. Salah satu aspek dalam pelaksanaan CSR adalah komitmen berkelanjutan dalam mensejahterakan komunitas lokal atau masyarakat sekitar. Hal ini yang akan dilakukan oleh PT. Indah Kiat Pulp and Paper dalam kegiatan CSR Bedah RUTILAHU yang akan terus berkelanjutan *(sustainable)* dan berupaya untuk menambah jumlah rumah yang akan diperbaiki sehingga dapat terus membantu masyarakat dalam bidang kebutuhan akan rumah yang layak huni.

Perusahaan tidak selalu mendapatkan citra positif dikalangan publik internal atau eksternal, untuk menghadapi kondisi yang mengganggu perusahaan, seorang praktisi PR mempunyai peran dan dibutuhkan untuk meningkatkan citra perusahaan atau mempertahankan citra perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, praktisi PR harus mampu menyadari bahwa strategi

yang utama dan tanggung jawab PR adalah bagaimana menumbuhkan kepercayaan publik internal ataupun eksternal, *goodwill* (itikad baik), dan jujur dalam penyampaian informasi serta pesan kepada khalayak umum, kegiatan itu pun harus didukung dengan strategi dan perencanaan yang matang untuk memperoleh citra positif dikalangan publik. Sebagaimana di ungkapkan oleh Ahmad S. Adnanputra dikutip dari Rosadi Ruslan dalam bukunya *Manajemen Public Relations* Dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya (Edisi Revisi) menyatakan strategi adalah sebagai berikut:

> "Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana *(Plan)*, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan *(planning)*, yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen." (Ruslan, 2014:133)

Praktisi PR mempunyai peran penting baik secara internal maupun eksternal. Dalam konteks pembentukan citra perusahaan, dapat dipahami bahwa keterlibatan PR sangat terlihat jelas, mulai dari *fact finding, planning, communicating,* dan *evaluation.* CSR merupakan bagian dari *community relations* karena CSR pada dasarnya adalah kegiatan *public relations* maka dalam prosesnya pun harus menggunakan tahap-tahap yang bersifat berkesinambungan, maka program dan kegiatan CSR dilakukan dengan tahap-tahap berikut:

1. Pengumpulan Fakta

   Banyak permasalahan yang dihadapi masyarakat daerah operasional perusahaan, mulai dari permasalahan lingkungan seperti polusi udara,

pencemaran lingkungan, dan pencemaran sumber air sampai dengan permasalahan ekonomi seperti tingginya tingkat pengangguran. Praktisi PR bisa mengumpulkan data tentang permasalahan tersebut dari berbagai sumber yang ada, misalnya dari media massa, media sosial, obrolan dari *mouth to mouth* dan keluhan dari masyarakat.

2. Perumusan Masalah

   Masalah secara sederhana bisa dikatakan sebagai kesenjangan dari apa yang diharapkan dengan yang dialami tidak sesuai, untuk menyelesaikan suatu permasalahan diperlukan kemampuan seorang praktisi PR dengan menggunakan keterampilan secara tepat.

3. Perencanaan *(Planning*)

   Perencanaan yang matang sangat dibutuhkan dalam melakukan kegiatan *CSR*, perencanaan merupakan sebuah perkiraan yang didasarkan pada fakta dan informasi tentang sesuatu yang akan terwujud atau akan dilakukan nanti. Untuk mewujudkan mewujudkan apa yang diperkirakan itu dibuatlah suatu program. Setiap program merupakan langkah-langkah yang ditempuh untuk mewujudkan program guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

4. *Action* dan *Communication*

   Aspek ini yang membedakan kegiatan *community relations* dalam konteks PR dan bukan PR. Dimana watak PR ditampilkan lewat kegiatan komunikasi. PR merupakan komunikasi yang berlangsung dua arah dengan tujuan membangun dan menjaga citra baik perusahaan

dimata publik, karena itu dalam program CSR selalu ada aspek bagaimana menyusun pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat melalui media.

5. Evaluasi

   Evaluasi merupakan hal yang wajib dilakukan pada setiap akhir program atau kegiatan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi program. Berdasarkan hasil evaluasi ini perusahaan bisa mengetahui apakah program bisa dilanjutkan, dihentikan atau dilanjutkan dengan beberapa perbaikan dan penyempurnaan. Namun dalam konteks CSR, evaluasi bukan hanya dilakukan terhadap penyelenggara program atau kegiatan saja melainkan juga evaluasi diperlukan untuk mengukur bagaimana sikap masyarakat terhadap perusahaaan.

Praktisi PR harus menjalankan strateginya dengan penuh tanggung jawab. PR harus dapat menciptakan opini publik yang positif tanpa melakukan kebohongan publik yang justru akan mengakibatkan dampak buruk serta turunnya kepercayaan publik kepada perusahaan. PR mempunyai tanggung jawab sosial dimana aspek tanggung jawab sosial itu sangat penting bagi seorang praktisi PR karena tidak hanya mementingkan keuntungan yang banyak bagi perusahaan saja, akan tetapi juga kepekaan serta kepedulian kepada masyarakat untuk mendapatkan simpati serta kepercayaan dari masyarakat luas.

Tidak dapat dipungkiri bahwa citra merupakan tujuan pokok bagi perusahaan, instansi ataupun lembaga. Dengan terciptanya citra yang positif

dimata publik maka akan menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri. Citra perusahaan sangat penting dan menjadi fokus utama untuk selalu membuat kegiatan yang bisa menjaga citra positif perusahaan dimata publik.

Seperti hal nya yang dilakukan oleh PT. Indah Kiat Pulp and Paper. Perusahaan ini berada dilingkungan masyarakat sehingga perusahaan menilai perlu untuk mendukung serta *mensupport* masyarakat dan juga Pemerintah daerah, salah satunya adalah dengan memberikan bantuan dalam bentuk pembangunan rumah kepada masyarakat yang membutuhkan. Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya, di Kecamatan Kragilan Kp.Badak Jaya Desa Kragilan dan Kp.Pabuaran Desa Sentul masih terdapat masyarakat yang memiliki rumah tidak layak huni, dengan memberikan bantuan tersebut, tentunya sebuah perusahaan mengharapkan adanya pertahanan serta peningkatan citra bagi perusahaan. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Bapak Dani Kusuma dalam wawancara pra-riset penelitian pada hari Kamis, 19 April 2018, pukul 07.30 Wib sebagai berikut:

> "Itu sudah pasti ya, yang namanya *image* dan segala macem pastilah itu terbentuk. Yang menarik lagi ada juga LSM yang ikut membantu dalam hal mengisi rumah nya dalam arti seperti tempat tidur dan lain-lain."[4]

Citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan. Kesan dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Dengan terbentuknya citra yang baik dimata publik, maka akan

[4] Wawancara dengan Dani Kusuma, Kamis, 19 April 2018, pukul 07.30 Wib

meningkatkan image perusahaan tersebut. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* mendefinisikan citra sebagai:

> "kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya" (Ardianto, 2011:62).

Citra adalah gambaran tentang sesuatu baik individu, organisasi atau kelompok, hingga barang atau produk yang didapatkan oleh seseorang dari pengetahuan dan pengalaman atau stimulus yang pernah dialaminya, citra juga merupakan sesuatu yang coba dicapai oleh semua orang.

Sebagaimana yang sudah dijelaskan diatas, salah satu tugas penting seorang praktisi PR adalah menciptakan, meningkatkan serta mempertahankan citra sebuah perusahaan maka terlihat bahwa PR adalah seseorang yang mendukung manajemen untuk mempertahankan citra dikalangan masyarakat melalui strategi komunikasi sehingga perusahaan akan mendapatkan *feedback* positif dari masyarakat sekitar perusahaan.

Bertolak dari uraian diatas, maka peneliti meyakini akan melakukan penelitian tentang strategi komunikasi. Meskipun meneliti tentang strategi komunikasi sudah sering dilakukan di dunia akademik, namun peneliti tetap menilai penelitian strategi komunikasi di PT. Indah Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang ini merupakan permasalahan yang menarik untuk di teliti, karena kegiatan CSR Bedah RUTILAHU ini adalah yang pertama kali dilakukan oleh perusahaan di Kabupaten Serang. Di perusahaan tempat peneliti akan melakukan penelitian pun belum pernah dilakukan penelitian dalam bentuk kajian yang sama dan dapat dikatakan peneliti merupakan yang

pertama melakukan penelitian dalam kegiatan Bedah RUITLAHU yang dikaitkan dengan bagaimana kegiatan tersebut dapat mempertahankan citra perusahaan.

Berdasarkan dari permasalahan latar belakang tersebut, maka peneliti membuat judul penelitian sebagai berikut: **"Strategi Komunikasi PT.Indah Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Bagian CSR *& Media Relations* Melalui Program Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Penerima Bantuan"**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berikut rumusan masalah makro yang telah dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Komunikasi PT.Indah Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang Bagian CSR & *Media Relations* Melalui Program Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Penerima Bantuan?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berikut rumusan masalah mikro yang telah dirumuskan oleh peneliti secara lebih spesifik:

1. Bagaimana **Tujuan** Bagian CSR & *Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper melalui kegiatan Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima bantuan?
2. Bagaimana **Perencanaan** Bagian CSR & *Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper melalui kegiatan Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima bantuan?
3. Bagaimana **Manajemen** Bagian CSR & *Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper melalui kegiatan Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima bantuan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi PT. Indah Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Bagian CSR & *Media Relations* Melalui Program Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Penerima Bantuan adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis dan menjelaskan mengenai bagaimana Strategi Komunikasi PT. Indah

Kiat Pulp and Paper Kabupaten Serang (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Bagian CSR & *Media Relations* Melalui Program Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Penerima Bantuan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui jumlah keseluruhan dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **Tujuan** Bagian CSR *and Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper melalui kegiatan Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima bantuan
2. Untuk mengetahui **Perencanaan** Bagian CSR *and Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper melalui kegiatan Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima bantuan
3. Untuk mengetahui **Manajemen** Bagian CSR *and Media Relations* PT.Indah Kiat Pulp and Paper melalui kegiatan Bedah RUTILAHU (Rumah Tidak Layak Huni) dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima bantuan

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengaharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak kajian ilmu komunikasi dan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan di bidang Komunikasi Organanisasi mengenai kegiatan Humas dalam mempertahankan citra perusahaan, lembaga ataupun instansi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini memiliki beberapa kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan bagi Peneliti

   Kegunaan penelitian bagi peneliti adalah untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama masa perkuliahan serta meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan juga melengkapi kepustakaan mengenai stratgei strategi komunikasi.

2. Kegunaan bagi Akademik

   Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan literatur maupun referensi bagi mahasiswa UNIKOM pada umumnya dan khususnya pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang akan

melakukan penelitian pada kajian yang serupa dan berkaitan dengan bidak strategi komunikasi.

3. Kegunaan bagi PT. Indah Kiat Pulp and Paper

   Kegunaan penelitian ini sebagai bahan informasi, masukan, saran serta evaluasi bagi PT. Indah Kiat Pulp and Paper khususnya bagian CSR & *Media Relations* agar dapat terus mempertahankan citra perusahaan.