BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini kemajuan teknologi dan informasi merupakan dasar yang menjadikan berbagai perusahaan berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat terutama pelanggannya. Ditambah kondisi lingkungan bisnis pada era globalisasi seperti sekarang ini, yang membuat perusahaan-perusahaan terdorong untuk ikut serta dalam persaingan bisnis dalam upaya meningkatkan mutu dan daya saingnya agar bisa mengimbangi perusahaan kompetitor lainnya. Begitu pula dengan PT Pupuk Kujang, sebagai perusahaan besar menyadari pentingnya meningkatkan mutu dalam menjaga persaingan perusahaan saat ini.

Oleh karena itu dibentuklah sebuah citra. Citra merupakan cerminan suatu organisasi atau perusahaan di mata masyarakat. Sebagaimana yang dikatakan oleh **Rosady Ruslan** bahwa "Citra merupakan tujuan utama dari suatu lembaga, instansi atau perusahaan." (Ruslan, 2003: 68).

Citra yang harus diperoleh adalah citra lembaga atau instansi, tentunya citra lembaga yang bersifat positif. Dimana citra lembaga menurut **Soemirat & Ardianto** mengutip pendapat daripada **Frank**

Jeffkins merupakan "Citra yang berkaitan dengan sosok organisasi atau perusahaan sebagai tujuan utamanya, yaitu bagaimana menciptakan citra lembaga yang positif, dan juga agar lebih dikenal serta dapat diterima oleh publik atau masyarakat." (Soemirat dan Ardianto, 2002: 117).

Citra merupakan aset yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, citra yang baik di mata publik atau masyarakat merupakan investasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan, bukan hanya sebagai perangkat yang kuat untuk menarik para konsumen tetapi citra yang baik juga akan meningkatkan kinerja sebuah instansi atau perusahaan secara keseluruhan.

Dalam *News Of PERHUMAS* (2004) disebutkan, bagi suatu perusahaan, reputasi dan citra korporat merupakan aset yang paling utama dan tak ternilai harganya. Oleh karena itu segala upaya, daya dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat serta menumbuhkembangkannya. Beberapa aspek yang merupakan unsur pembentuk citra & reputasi perusahaan antara lain; (1) kemampuan finansial, (2) mutu produk dan pelayanan, (3) fokus pada pelanggan, (4) keunggulan dan kepekaan SDM, (5) reliability, (6) inovasi, (7) tanggung jawab lingkungan, (8) tanggung jawab sosial, dan (9) penegakan *Good Corporate Governance* (GCG).

Karyawan merupakan ujung tombak perusahaan dalam hal membangun atau meningkatkan citra perusahaan. Maka karyawan dituntut untuk benar-benar mengerti terhadap semua hal yang berhubungan dengan

membangun atau meningkatkan citra perusahaan. Untuk itu, dibutuhkan suatu bagian yang berkaitan dengan komunikasi.

Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations* merupakan bagian dari komunikasi tersebut yang merupakan faktor terpenting dalam membangun citra dari sebuah lembaga atau perusahaan. Menurut **Frank Jeffkins**, definisi Humas atau *Public Relations* adalah: "Segala bentuk komunikasi berencana ke luar dan ke dalam antara sebuah organisasi dengan masyarakat dengan tujuan memperoleh sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian (*mutual understanding*)." (Jeffkins, 1992: 2).

Kehadiran Humas sangat membantu proses dalam memperoleh *good will* atau kesan positif dari masyarakat luas akan keberadaan sebuah perusahaan atau instansi yang dinaunginya baik negeri maupun swasta. Begitu sebaliknya perusahaan atau instansi tersebut juga sangat membutuhkan keberadaan Humas, sehingga tampak keduanya tak dapat dipisahkan dan saling berkaitan. Seperti yang kita ketahui bahwasanya peran Humas pada prinsipnya menghubungkan atau sebagai media/jembatan antara perusahaan dengan publik. Selain itu, Humas juga merupakan kegiatan komunikasi dua arah yang menunjang keberhasilan kebijakan dengan menjelaskan, menginformasikan atau mempromosikannya kepada publik sehingga tercipta saling pengertian dan etiket baik.

Peran seorang Humas sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi / perusahaan. Humas adalah sebagai Jembatan antara perusahaan dengan publik atau antara manajemen dengan karyawannya agar tercapai *Mutual Understanding* (saling pengertian) antara kedua belah pihak. Namun dari peranan humas tersebut akan menimbulkan citra dari publik atau pihak lain yang diajak bekerja sama citra tersebut dapat berupa citra positif atau negatif terhadap perusahaan. Humas bertindak sebagai komunikator ketika manajemen berhubungan dengan para karyawan.

Adapun peran Humas menurut **Dozier & Broom** (20 : 2000) antara lain :

a) Penasehat Ahli *(Expert Prescriber)*

Seorang praktisi Humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya *(Communicator Fasilitator).*

b) Fasilitator Komunikasi *(Communication Fasilitator)*

Dalam hal ini, praktisi Humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginnkan dan diharapkan oleh publiknya

c) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah *(Problem Solving Process Fasilitator)*

Peranan praktisi Humas dalam pemecahan masalah persoalan Humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*)

hingga mengambil rindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

d) Teknisi Komunikasi *(Communication Technician)*

Peranan communications technician ini menjadikan praktisi Humas sebagai *journalist in recident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *of communication in organization*.

Dari uraian tersebut, dapat terlihat bahwa permasalahan citra perusahaan juga termasuk tugas Humas, yaitu dengan memberikan kesan positif di mata publiknya.

Hal ini didukung oleh pendapat **Rosady Ruslan** yang menggambarkan besarnya kaitan antara citra dengan Humas:

> "Citra merupakan tujuan utama dari suatu lembaga, instansi atau perusahaan. Terutama untuk bagian Humas. Citra juga merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Pengertian citra sendiri masih abstrak (*intangible*), dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif dari publiknya." (Ruslan, 2003: 68).

Pentingnya citra bagi suatu organisasi atau perusahaan semakin bertambah karena pada tahun-tahun terakhir, hakikat organisasi atau perusahaan telah dibahas secara luas dalam lingkaran-lingkaran bisnis dan manajemen, untuk menanggapi suatu dugaan umum mengenai bisnis masa kini yang perlu mengalami perubahan mendasar baik untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis baru maupun untuk berkelanjutan secara ekologis. Dengan demikian, organisasi atau perusahaan mana pun juga tidak terlepas dari hubungannya dengan lingkungan sekitarnya.

Lingkungan meliputi keadaan, situasi kondisi, pengaruh-pengaruh yang mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Setiap organisasi atau perusahaan pasti membutuhkan untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, bahkan kadang-kadang suatu perusahaan dapat mempengaruhi suatu lingkungan, tetapi yang paling umum lingkungan yang mempengaruhi suatu perusahaan. Kekuatan-kekuatan itu tidak statis, tetapi terus berubah sehingga keunikannya memberi dampak yang kadang-kadang juga unik pada keputusan yang diambil oleh perusahaan. Perubahan tersebut kemudian semakin menemukan bentuknya, ketika konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial korporat diimplementasikan. Konsep ini memandang bahwa organisasi atau perusahaan tak lagi hanya sebagai institusi ekonomi melainkan juga merupakan institusi sosial.

Definisi CSR menurut *World Business Council on Sustainable Development* adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Definisi lain, CSR adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan *stakeholders* sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi (Warta Pertamina, 2004).

Sedangkan **Petkoski dan Twose** (2003) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperan untuk mendukung pembangunan

ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan.

Di dalam *Green Paper* Komisi Masyarakat Eropa 2001 dinyatakan bahwa kebanyakan definisi tanggung jawab sosial korporat menunjukkan sebuah konsep tentang pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para *stakeholder*-nya. Ini setidaknya ada dua hal yang terkait dengan tanggung jawab sosial korporat itu yakni pertimbangan sosial dan lingkungan hidup serta interaksi sukarela (Irianta, 2004).

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan *(corporate value)* yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya *(financial)* saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan *(sustainable)*. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak

memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Idris, 2005).

Corporate Social Responsibility (CSR) telah diuraikan terdahulu sebagai suatu entitas bisnis dalam era pasar bebas yang sangat liberal dan *hyper competitive*, perusahaan-perusahaan secara komprehensif dan terpadu melakukan *best practices* dalam menjalankan usahanya dengan memperhatikan nilai-nilai bisnis GCG, termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan, baik fisik (berkaitan dengan sampah, limbah, polusi dan kelestarian alam) maupun sosial kemasyarakatan. Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan diejawantahkan dalam kebijakan Kesehatan Keselamatan Kerja & Lindungan Lingkungan (K3LL) dan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *(Corporate Social Responsibility/CSR).*

Berdasarkan sifatnya, pelaksanaan program CSR dapat dibagi dua, yaitu :

1. Program Pengembangan Masyarakat *(Community Development/CD)*
2. Program Pengembangan Hubungan dengan Publik *(Relations Development/RD)*

Sasaran dari Program CSR (CD & RD) adalah: (1) Pemberdayaan SDM lokal (pelajar, pemuda dan mahasiswa termasuk di dalamnya); (2) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat sekitar daerah operasi; (3) Pembangunan fasilitas sosial/umum, (4) Pengembangan kesehatan masyarakat, (5) Sosbud, dan lain-lain.

PT Pupuk Kujang (Persero) merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Lingkungan Direktorat Jenderal Industri Kimia Dasar, Departemen Perindustrian yang didirikan pada tanggal 9 Juni 1975 dengan Akta Notaris Sulaeman Ardjasasmita, S.H., Nomor 19 Tahun 1975.

PT Pupuk Kujang Cikampek memiliki Divisi Humas sebagai pelaksana dari semua jenis kegiatan dan upaya yang dilakukan, serta untuk menangani urusan layanan jasa dan informasi yang bertujuan untuk membangun citra perusahaan kepada masyarakat luas, melalui Biro Komunikasi Perusahaan (Biro KP) yang bertindak sebagai Humas di PT Pupuk Kujang Cikampek.

PT Pupuk Kujang sangat menyadari bahwa citra positif tidaklah mudah untuk didapat melainkan harus dibarengi dengan usaha yang maksimal dari seluruh staf divisi humas. Selama ini citra Pupuk Kujang di mata masyarakat bisa dikatakan cukup baik walaupun belum maksimal, untuk itu divisi humas beserta sub divisinya terutama sub divisi bina lingkungan senantiasa melakukan berbagai upaya untuk membuat citra PT Pupuk Kujang di mata masyarakat semakin baik.

PT Pupuk Kujang Cikampek juga menyadari bahwa hubungan dengan publik di luar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Maka dari itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik internal dan publik eksternal atau masyarakat pada umumnya melalui kegiatan internal maupun kegiatan

eksternal. Sebagaimana yang dikatakan **Oemi Abdurachman** dalam buku *Dasar Dasar Public Relation* bahwa "Humas memiliki 2 (dua) kegiatan utama, kegiatan internal, yaitu kegiatan yang berhubungan dengan pihak perusahaan dan kegiatan eksternal, yaitu kegiatan yang berhubungan dengan pihak diluar perusahaan." (Abdurachman, 2001: 35).

Adapun bentuk kegiatan eksternal yang dilakukan PT Pupuk Kujang Cikampek dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik internal dengan publik eksternal diantaranya adalah program bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan latihan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan prasarana dan sarana umum, pelestarian lingkungan, serta bantuan sarana peribadatan.

Salah satu kegiatan eksternal Biro KP PT Pupuk Kujang Cikampek dalam usaha membangun citra baik dan positif dari masyarakat adalah pelestarian lingkungan yang diwujudkan dalam program penanaman 42.378 pohon pada tanggal 20 Januari 2011 di Desa Sumur Bandung, Cikampek. Polusi dan Emisi gas yang dikeluarkan oleh kendaraan maupun dari peralatan rumah tangga sangat mengancam kelestaraian ligkungan bukan hanya di perkotaan saja tapi pencemaran lingkungan sudah merambah pedesaan, oleh karena itu pemerintah bekerjasama dengan dunia internasional berupaya untuk mengurangi pemanasan global yang merupakan efek dari polusi udara dan pencemaran lingkungan, melalui program penanaman satu milyar pohon yang dicanangkan oleh pemerintah tersebut diharapkan dapat membantu mengurangi efek pemanasan global,

PT Pupuk Kujang yang berada di bawah kementrian BUMN juga turut andil dengan menanam sejumlah 42.378 pohon. Dipilihnya angka 42.378 semata-mata karena bibit dari pohon yang akan ditanam oleh PT Pupuk Kujang berjumlah 42.378. Acara yang diselenggarakan dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mengurangi emisi gas rumah kaca 26% hingga tahun 2020 tersebut dihadiri oleh Direksi PT Pupuk Kujang dan jajaran Muspida Kabupaten Karawang. Program ini merupakan tindak lanjut dari Peraturan Presiden No 89 tahun 2007 tentang Gerakan Nasional Rehabilitasi Hutan dan Lahan dan merupakan bentuk dukungan PT Pupuk Kujang dalam program nasional penanaman satu milyar pohon yang dicanangkan oleh pemerintah, karena Itu Diperlukan Upaya Mempertahankan Keutuhan Ekosistem Hutan dan Melakukan Penghijauan Secara Besar Besaran. Di Samping Itu, Pemerintah Juga Menggalang Kerjasama dan Dukungan dari Semua Pihak Agar Dunia Internasional Memberikan Perhatian yang Seimbang Kepada negara-negara yang Masih dan Terus Mempertahankan Keutuhamn Hutan Nya. adapun beberapa perusahaan yang turut serta dalam program penanaman satu milyar pohon ini antara lain PT Bakrieland Development tbk, Taman Impian Jaya Ancol, PT Indosat, Bank BRI, dan 42 perusahaan lain di bawah kementrian BUMN yang telah menandatangani komitmen mengenai program penanaman satu milyar pohon tersebut.

Peranan Humas sub divisi Bina Lingkungan akan diuji melalui program penanaman satu milyar pohon tersebut karena dalam kegiatan

yang sekalipun bertema positif pasti akan memunculkan efek negatif juga, dampak yang akan timbul nanti tergantung kepada humas sub divisi bina lingkungan dalam menjalankan program tersebut, dampak yang ditimbulkan akan berimbas kepada citra PT Pupuk Kuajang Cikampek di mata masyarakat, citra tersebut bisa berupa citra positif maupun citra negatif terhadap perusahaan.

Dalam kesempatan tersebut Bupati Karawang, H. Ade Swara, memberikan apresiasi atas program Penanaman Pohon tersebut. Menurutnya, PT Pupuk Kujang telah secara nyata mengurangi efek dari emisi gas rumah kaca dan juga mengurangi lahan-lahan kritis di wilayah Kabupaten Karawang.[1]

Acara penanaman 1.600 pohon di Desa Sumur Bandung merupakan puncak dari program tersebut. Desa sumur bandung merupakan desa yang masih belum padat oleh perumahan dan masih banyak tersedia lahan kosong yang siap ditanami, desa sumur bandung juga merupakan desa yang paling dekat dengan pabrik PT Pupuk Kujang Cikampek. Berbagai jenis pohon yang ditanam oleh PT Pupuk Kujang diantaranya pohon Sengon, Kenari, Trembesi, Mangga, Durian, Rambutan, Dukuh, Tanjung, Akasia, Albasia, dan Jeunjing. Program penanaman 42.378 pohon tersebut dilakukan selama tahun 2010 di beberapa lokasi, baik di wilayah kawasan industri Kujang sendiri maupun di luar kawasan Kujang.

1) http://www.pupukkujang.co.id

Selain mengadakan dan melakukan penanaman pohon, PT Pupuk Kujang bekerja sama dengan PT BUMN Hijau Lestari 1 akan mengawasi perkembangan, memverifikasi, dan memelihara pohon-pohon tersebut minimal 3 tahun.

Program penanaman satu milyar ini merupakan program pemerintah yang bertujuan untuk mengurangi polusi udara dan emisi gas, PT Pupuk Kujang yang merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi bahan-bahan kimia semisal amonia, pestisida dll, merasa harus ikut melestarikan lingkungan, sekalipun bisa dikatakan PT Pupuk Kujang ini mencemari lingkungan melalui limbah hasil olahan dari bahan-bahan kimia tersebut, penelitian ini menjadi menarik karena apakah citra PT Pupuk kujang di mata masyarakat sebagai perusaahan yang mencemari lingkungan akan berubah seiring dengan pelaksanaan program penanaman satu milyar pohon ini.

Bertitik tolak pada uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan menarik rumusan masalah **"Sejauhmana Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di Kalangan Warga Desa Sumur Bandung ?**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, peneliti mengidentifikasikan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Sejauhmana Hubungan **Kegiatan** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?
2. Sejauhmana Hubungan **Pesan** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?
3. Sejauhmana Hubungan **Media** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?
4. Sejauhmana Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Persepsi** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?
5. Sejauhmana Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Kognisi** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?

6. Sejauhmana Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Motivasi** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?
7. Sejauhmana Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Sikap** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung?
8. Sejauhmana **Peranan** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan di Kalangan Warga Desa Sumur Bandung?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.31 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon terhadap Citra Perusahaan Di kalangan Warga Desa Sumur Bandung Tersebut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Hubungan **Kegiatan** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program

Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Warga Desa Sumur Bandung

2. Untuk Mengetahui Hubungan **Pesan** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Warga Desa Sumur Bandung
3. Untuk Mengetahui Hubungan **Media** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Warga Desa Sumur Bandung
4. Untuk Mengetahui Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Persepsi** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung
5. Untuk Mengetahui Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Kognisi** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung
6. Untuk Mengetahui Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Motivasi** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung

7. Untuk Mengetahui Hubungan Peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Kegiatan Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Sikap** di kalangan Warga Desa Sumur Bandung

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan Ilmu Komunikasi terutama dalam bidang Humas serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah Peranan kerja Humas pada sub divisi bina lingkungan dalam mengadakan kegiatan eksternal terhadap citra perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna, yaitu untuk:

1. **Peneliti**.

   Peneliti dapat mengaplikasikan ilmu komunikasi yang dimiliki untuk mencoba menganalisis peristiwa yang terjadi yang kemudian ditarik kesimpulan yang dipertanggung jawabkan.

2. Program Studi dan Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur dan referensi secara umum bagi mahasiswa UNIKOM dan khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi mengenai langkah Humas dalam membina hubungan dengan publik eksternal yaitu dalam membentuk dan mempertahankan citra perusahaan.

3. Instansi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi, evaluasi dan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang, juga sebagai masukan untuk perusahaan PT Pupuk Kujang Cikampek tentang salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan PT Pupuk Kujang Cikampek di lingkungan sekitar perusahaan yaitu program penanaman satu milyar pohon.

1.5. Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Peranan menjadi point penting yang dijadikan sebagai variabel inti dalam penelitian ini yang berusaha ditunjukan peneliti untuk dapat melihat bagaimana peranan Humas Sub Divisi Bina Lingkungan dalam meningkatkan citra perusahaan. Merujuk pada penjelasan yang

diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy mengenai peranan, menyatakan bahwa “Peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan secara menonjol dalam suatu peristiwa.” (Effendy, 1989: 315).

Sedangkan menurut Sorjono Soekanto, mengartikan peranan sebagai berikut “Peranan adalah aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.” (Soekanto, 2002:243).

Program Penanaman Satu Milyar Pohon tentunya merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh divisi humas sub divisi bina lingkungan PT Pupuk Kujang Cikampek untuk menciptakan citra yang baik di tengah masyarakat, bentuk program yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* ini merujuk kepada adanya keikutsertaan masyarakat sekitar untuk turut andil dalam penanaman satu milyar pohon.

Indikator yang digunakan untuk mengukur Peranan kerja, antara lain: **Kegiatan, Pesan, Media.**

Adapun penjelasan dari masing-masing indikator tersebut menurut **Kamus Bahasa Indonesia Online** adalah sebagai berikut:

1. [2]**Kegiatan** adalah aktivitas, usaha, pekerjaan, kekuatan dan ketangkasan.
2. **Pesan** adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain.
3. **Media** adalah alat (sarana) komunikasi yang terletak di antara dua pihak (orang, golongan, dsb).

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu kepada pendapat **Rhenald Kasali** mengenai proses Public Relations, yaitu seseorang telah melakukan peranan apabila telah melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu membuat perencanaan terlebih dahulu, kemudian melakukan kegiatan yang direncanakan, apa pesan yang akan disampaikan melalui kegiatannya, media apa yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatannya, dan bagaimana evaluasi dari kegiatan yang sudah dilakukan. (**Rhenald Kasali**, 2006 : 31).

Definisi citra menurut **Assael** yaitu:

"Citra merupakan keseluruhan dari persepsi seseorang terhadap satu hal yang dibentuk melalui proses informasi yang diperoleh dari berbagai sumber". (**Assael,** 1987 ; 162).

Kemudian untuk menjelaskan mengenai konsep variabel Y, yaitu citra PT Pupuk Kujang Cikampek, peneliti menggunakan

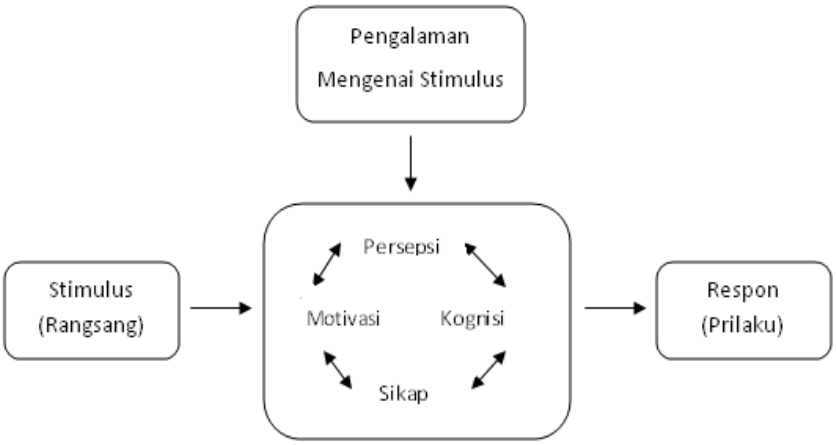
2) http://www.kamusbahasaindonesia.org

model pendukung yaitu Model Pembentukan Citra dari **John S. Nimpoeno**, yang mengasumsikan citra sebagai proses yang tergambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Adapun Model Pembentukan Citra yang dijelaskan oleh **John S. Nimpoeno** adalah sebagai berikut.

Gambar 1.1.

Model Pembentukan Citra



Sumber: Soemirat & Ardianto, 2002: 115.

Model Pembentukan Citra memperlihatkan bahwa Humas merupakan suatu proses yang terdiri dari *input* dan *output*. Proses internal dalam model ini adalah pembentukan citra, dengan input berupa stimulus yang diberikan dan output berupa tanggapan atau

perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Hal tersebut didukung oleh pendapat **Jalaluddin Rakhmat** yang mengatakan bahwa:

"... Proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu sendiri diartikan sebagai mental *representatio* (citra) dari stimulus". (**Rakhmat,** 1986: 9-10).

Adapun arti dari keempat komponen dalam Model Pembentukan Citra adalah sebagai berikut:

1. **Persepsi** adalah hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan;
2. **Kognisi** adalah keyakinan diri pada individu terhadap stimulus;
3. **Sikap** adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai;
4. **Motivasi** adalah keadaan dalam diri individu yang mendorong keinginan untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

(Soemirat dan Ardianto, 2002: 116).

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana peran Humas Sub Divisi Bina Lingkungan dalam mensosialisasikan program Penanaman Satu Milyar Pohon ini kepada Warga Desa Sumur Bandung, Cikampek. Bagian Humas/Hubungan Masyarakat berperan aktif dan sinergis dalam melakukan pensosialisasian ini karena divisi Bina Lingkungan terjun langsung memberikan penyuluhan kepada warga.

Peranannya ini dapat ditinjau dari sebuah penggiatan lapangan yang dilakukan bersama dengan jajaran pejabat Pemkab Karawang, yang meliputi bagaimana kegiatan ini dilaksanakan dan seperti apa bentuk kegiatan pensosialisasian ini kepada warga. Apakah dapat membawa dampak yang positif bagi lingkungan sekitar dan memberikan contoh yang baik kepada masyarakat sekitar? Dengan sosialisasi program ini diharapkan dapat terciptanya kemitraan yang hampir mendekati sempurna dengan masyarakat.

Dengan merujuk pada pendapat **Rhenald Kasali** bahwa Humas PT. Pupuk Kujang harus cepat tanggap dalam memberikan penyuluhan mengenai sosialiasai program terbarunya untuk mencapai kerja sama yang sesungguhnya. Yaitu:

1. **Kegiatan** adalah aktivitas pekerjaan yang dilakukan PT Pupuk Kujang Cikampek melalui penanaman satu milyar pohon dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mengurangi polusi udara dan emisi bahan bakar gas pada program penanaman satu milyar pohon.

2. **Pesan** adalah perintah atau permintaan yang disampaikan oleh PT Pupuk Kujang Cikampek pada team penanaman satu milyar pohon untuk mendukung program pemerintah untuk mengurangi polusi udara dan emisi bahan bakar gas pada program penanaman satu milyar pohon.

3. **Media** adalah alat yang digunakan oleh PT Pupuk Kujang Cikampek dengan pihak-pihak yang terkait, berkenaan dengan pelaksanaan penanaman satu milyar pohon untuk mendukung program

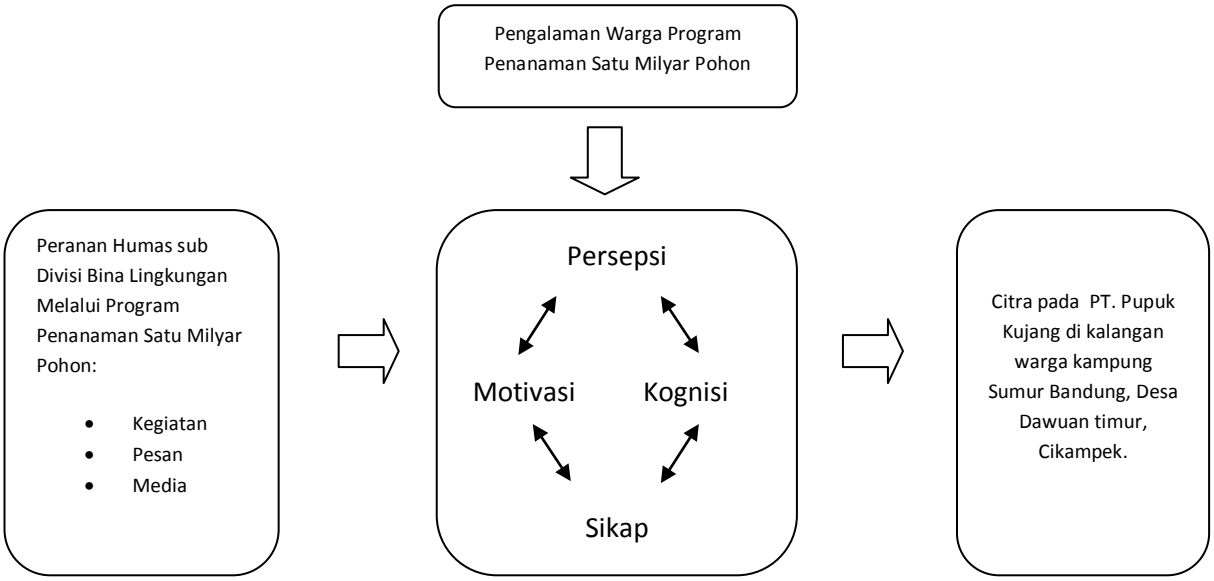
pemerintah untuk mengurangi polusi udara dan emisi bahan bakar gas pada program penanaman satu milyar pohon.

Sedangkan Variabel Y yaitu citra PT Pupuk Kujang Cikampek setelah diaplikasikan ke dalam Model Pembentukan Citra, adalah sebagai berikut:

1. **Persepsi** merupakan hasil pengamatan warga Desa Sumur Bandung pada program yang dilakukan oleh PT Pupuk Kujang Cikampek yaitu penanaman satu milyar pohon di desa mereka dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mengurangi polusi dan emisi gas.
2. **Kognisi** merupakan keyakinan warga Desa Sumur Bandung pada Program Penanaman Satu Milyar Pohon yang dilakukan PT Pupuk Kujang Cikampek di desa mereka dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mengurangi polusi dan emisi gas mempunyai nilai positif atau bermanfaat..
3. **Sikap** kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa warga Desa Sumur Bandung pada program yang dilakukan oleh PT Pupuk Kujang Cikampek yaitu penanaman satu milyar pohon di desa mereka dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mengurangi polusi dan emisi gas.
4. **Motivasi** keadaan dalam pribadi warga Desa Sumur Bandung yang mendorong keinginan warga untuk mengikuti Program Penanaman Satu Milyar Pohon di desa mereka dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mengurangi polusi dan emisi gas.

Apabila diilustrasikan dalam bentuk gambar, maka dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.2.
Kerangka Konseptual.



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2011.

1.6. Operasionalisasi Variabel

Peneliti mengoperasionalisasikan variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Operasionalisasi Variabel

	Variabel	Indikator	Alat Ukur	Pertanyaan
1	Peranan Humas	a. Kegiatan	- Tujuan Kegiatan	1
			- Tema Kegiatan	1
			- Bentuk Kegiatan	1
			- Manfaat Kegiatan	1
		b. Pesan	- Tema Pesan	1
			- Isi Pesan	1
			- Jenis Pesan	1
			- Gaya Pesan	
		c. Media	- Jenis Media	1
			- Jangkauan Media	1
2	Citra Perusahaan	a. Persepsi	- Pemaknaan Warga	1
			- Perasaan Warga	1
		b. Kognisi	- KeyakinanWarga	1
			- Pengetahuan Warga	1
			- Pengalaman Warga	1
		c. Sikap	- Prilaku Positif (Tertarik)	1
			- Tindakan Positif	1
			- Tindakan Negatif	1
		d. Motivasi	- Harapan Warga	1
			- Kebutuhan Warga	1
			- Keinginan Warga	1
Jumlah				19

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2011

1.7. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul. Hipotesis kerja (H_1) menyatakan hubungan antara variabel X dan Y, sedangkan hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y.

Hipotesis induk dalam penelitian ini adalah:

H_1 = Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek.

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek Untuk mempermudah penelitian ini, maka peneliti menjabarkan hipotesis menjadi beberapa sub hipotesis, yaitu:

1. H_1 = Ada Hubungan antara **Kegiatan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

   H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Kegiatan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar

Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

2. H_1 = Ada Hubungan antara **Pesan** yang dianggarkan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Pesan** yang dianggarkan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

3. H_1 = Ada Hubungan antara **Media** yang ditetapkan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Media** yang ditetapkan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

4. H_1 = Ada Hubungan antara **Evaluasi** yang ditentukan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Evaluasi** yang ditentukan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Citra** Perusahaan Di Kalangan warga Desa Sumur Bandung, Cikampek.

5. H_1 = Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Kognisi** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Kognisi** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

6. H_1 = Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Persepsi** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Persepsi** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

7. H_1 = Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Sikap** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Sikap** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

8. H_1 = Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Motivasi** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara **Peranan** Humas PT Pupuk Kujang Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap **Motivasi** warga Desa Sumur Bandung, Cikampek

1.8. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian Kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah **Metode Penelitian Survei** dengan **Teknik Analisis Korelasional**

Definisi metode penelitian survei menurut **Singarimbun dan Effendy** ”Metode Penelitian Survei adalah penelitian yang mengambil yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.” (**Singarimbun dan Effendy,** 1983: 3).

Sedangkan Metode korelasional digunakan bila kita mencoba meneliti hubungan diantara dua variabel, hubungan yang dicari disebut korelasi.

Metode korelasi bertujuan untuk meneliti sejauhmana variabel pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. (**Rakhmat**, 2002:27)

1.9. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yaitu :

1. **Angket**

   Winarno Surakhmad mengemukakan bahwa:

   " Angket adalah sebagai " *Interview* tertulis", atau disebut juga *quesioner* yaitu sampel dihubungkan melalui daftar pertanyaan tertulis **(Surakhmat, 1998 : 180).**

   Begitupun menurut **Sunaryo Kartadinata** menyatakan bahwa :

   "Angket berstruktur adalah jika pertanyaan dalam angket tersebut sudah dilengkapi dengan kemungkinan jawaban dari responden tinggal memeilih jawaban yang paling sesuai dengan hal-hal yang diketahui dan pengalamannya serta pendapat atau perasaannya **(Kartdinata, 1989 : 43).**

2. **Wawancara**

   Menurut **Kartono**, wawancara adalah :

   " Suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses Tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih yang berhadapan secara fisik. Untuk mendukung kegiatan ini, digunakan daftar pertanyaan sebagai alat bantu **(Kartono, 1986 : 171).**

3. **Studi Kepustakaan**

   Menurut **Singarimbun** Studi Kepustakaan adalah :

"Merupakan pendayagunaan sumber informasi di perpustakaan dan jasa informasi dari literature lainnya yang tersedia **(Singarimbun, 1987 : 79).**

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengadakan penelaahan terhadap buku-buku, literatur, jurnal ilmiah, dan teori-teori yang mempunyai kaitan dengan permasalahan yang dibahas, dan diteliti.

4. Internet *Searching*

Pengumpulan data dengan cara mencari dan melengkapi data-data yang dibutuhkan melalui situs, web maupun blog.

1.10. Teknik Analisa Data

Setelah memperoleh data yang diperlukan, dalam penelitian ini maka selanjutnya akan dilakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Pengeditan

Dalam tahap pengeditan, peneliti mengecek kelengkapan data, apabila ada kekurangan isi atau halaman, maka perlu dikembalikan atau diulang.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Memberikan kode (*coding*) dalam hubungan dengan pengolahan data adalah memberikan kode pada semua variabel, kemudian

mencoba menentukan tempatnya dalam *coding sheet* (*coding form*), dalam kolom ke berapa, baris ke berapa. (**Arikunto**, 2006: 235-237).

3. Tabulasi (*Tabulation*)

Tabulasi adalah pengkajian, pengaturan, dan penyusunan data dalam tabel atau format ringkasan lainnya. (**Ruslan**, 2003).

Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kualitatif kedalam data kuantitatiff, dengan cara pemberian skor atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden.

Dalam menentukan skor peneliti menggunakan sekala likert dengan masing-masing pertanyaan responden di beri nilai sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	=	5
Setuju (S)	=	4
Cukup Setuju (CS)	=	3
Tidak Setuju (TS)	=	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	=	1

Peneliti mengolah data dari angket yang telah dibagikan ke dalam Tabel Induk. Hasil dari Tabel Induk dimasukkan ke dalam Tabel Tunggal.

Untuk melihat sejauh mana hubungan antara kedua variabel peneliti melakukan uji statistik, dengan Komputer SPSS 15.

Sedangkan **Rumus *Rank Spearman*** digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel, yaitu:

$$r_s = 1 - \frac{6\Sigma di^2}{n\,(n^2-1)} \text{ dimana } \sum di^2 = \sum [r\,(x_i) - r\,(y_i)]^2$$

Keterangan:

r_s = korelasi rank spearman

di = selisih antara 2 rangking

n = jumlah sampel

Untuk menganalisa pengaruh Koefisien Determinasi (KD) antara variabel X dan variabel Y digunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

r = besarnya korelasi

Sedangkan untuk menguji hipotesa digunakan Rumus Uji t, yaitu:

$$t_{hit} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = besarnya korelasi

n = besarnya sampel

Kriteria pengujian adalah tolak Ho jika t hitung lebih besar dari pada t yang di dapat dari tabel distribusi t dengan a yang dipilih.

(**Umar**, 2002: 173).

1.11 Populasi dan Sampel Penelitian

1.11.1 Populasi Penelitian

Menurut **Jalaludin Rakhmat** dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi, mengatakan bahwa "bagian yang diamati itu disebut sampel, sedangkan kumpulan objek penelitian disebut populasi." (**Rakhmat**, 2002: 78).

Populasi dalam penelitian ini adalah Warga Desa Sumur Bandung, Cikampek, yang merupakan desa tempat berlangsungnya Program Penanaman Satu Milyar Pohon. Jumlah populasi dihitung berdasarkan jumlah kepala keluarga dari 8 RW yang ada di Desa Sumur Bandung, yang berjumlah 319 kepala keluarga. Untuk gambaran lebih jelas mengenai populasi penelitian, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2.
Populasi Penelitian
N = 319

NO	Jumlah RW di Desa Sumur Bandung	Kepala Keluarga
1	RW 01	53
2	RW 02	32
3	RW 03	39
4	RW 04	42
5	RW 05	35
6	RW 06	45
7	RW 07	35
8	RW 08	38

Jumlah	319

Sumber : Kelurahan Dawuan Timur

1.11.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diselidiki. Bagian keseluruhan yang menjadi objek suatu penelitian yang disebut sampel dan Dalam memudahkan pengelolaan data perlu dilakukan pengambilan sampel dengan teknik "*Proportional stratified random sampling*" hal ini dilakukan sesuai dengan pendapat Sutrisno Hadi yang mengatakan sebagai berikut:

> "Jika tingkatan-tingkatan dalam populasi itu diperhatikan, maka mula-mula yang dipastikan adalah berupa banyaknya strata yang ada. Selanjutnya tiap strata harus mewakili dalam sampel penyelidikan dan subjek-subjek yang ditugaskan dalam tiap-tiap sampel dari tiap-tiap strata dalam populasi perimbangan itu harus dicerminkan pula dalam masing-masing strata dalam sampel sehingga mereka ini dapat dipandang sebagai wakil-wakil terbaik bagi populasi". (**Sutrisno Hadi,** 1982:82)

Dengan demikian, jadi sampling yang memperhatikan stratum-stratum atau proporsi individu dalam tiap-tiap stratum yang menggunakan randomisasi dinamakan "*proportional stratified random sampling*". Langkah awal penetapan sampel dihitung dengan menggunakan **Rumus Yamane**, yaitu:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = nilai presisi atau tingkat kesalahan (Rakhmat, 2001: 82).

Dengan nilai presisi 10% maka diperoleh jumlah sampel:

$$n = \frac{319}{319\,(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{319}{319\,.\,0{,}01 + 1}$$

$$n = \frac{319}{3{,}19 + 1}$$

$$n = \frac{319}{4{,}19}$$

$$n = 76{,}13$$

Dibulatkan Menjadi 76

Kemudian, untuk menghitung jumlah sampel yang akan mewakili setiap Kepala Keluarga di Desa Sumur Bandung, digunakan rumus berikut:

$$\boldsymbol{Nk = \frac{Pk}{P} xn}$$

Keterangan:

n = jumlah seluruh anggota sampel

Pk = jumlah anggota populasi yang terdapat dalam kelompok ke-k

P = jumlah populasi seluruhnya

Nk = anggota sampel dalam kelompok ke-k (Singarimbun, 1995: 89).

Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan mewakili setiap RW di desa Sumur Bandung, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Sampel Penelitian
n = 76

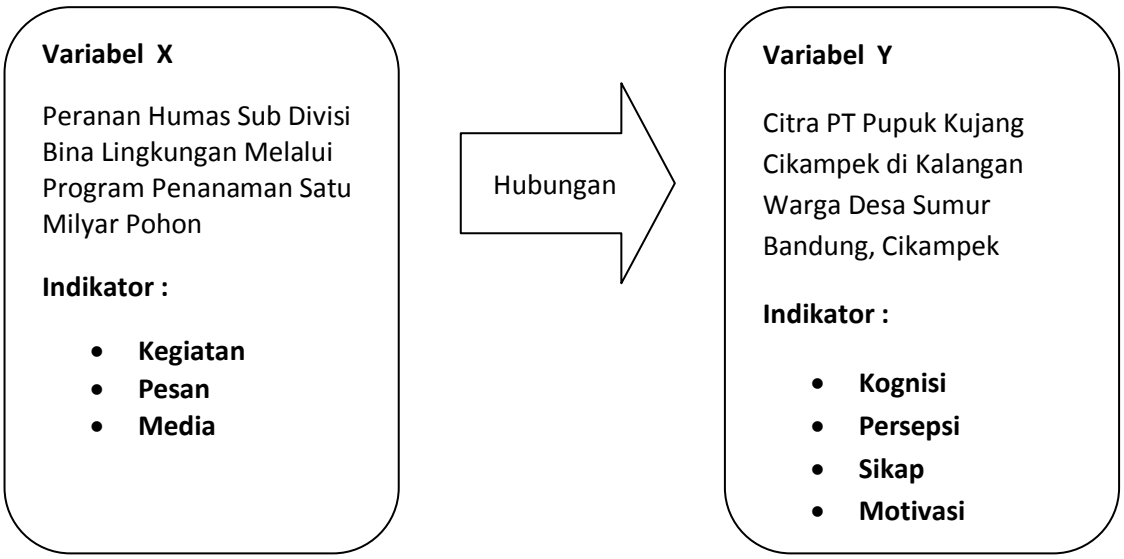
No	Responden	Populasi	Sampel
1	RW 01	53	53 / 319 x 76 = 13
2	RW 02	32	32 / 319 x 76 = 8
3	RW 03	39	39 / 319 x 76 = 9
4	RW 04	42	42 / 319 x 76 = 10
5	RW 05	35	35 / 319 x 76 = 8
6	RW 06	45	45 / 319 x 76 = 11
7	RW 07	35	35 / 319 x 76 = 8
8	RW 08	38	38 / 319 x 76 = 9
Jumlah Total		319	76

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2011

1.12. Model Penelitian

Gambar 1.3

Model Penelitian



Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2011

1.13. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.13.1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di PT Pupuk Kujang yang berada di Jalan Jendral A. Yani No. 39 Cikampek 41373 Jawa Barat – Indonesia. Telp. (0264) 316141, 317007 dan Fax. (0264) 314235, 314335.

1.13.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2011 sampai dengan bulan Juli 2011. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1.4. Jadwal Kegiatan Penelitian.

Tabel 1.4.
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Tahap	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	**PERSIAPAN**																				
	a. Studi Pendahuluan	■																			
	b. Pengajuan Judul	■																			
	c. Persetujuan Judul			■																	
	d. Persetujuan Pembimbing				■																
2.	**PELAKSANAAN**																				
	a. Bimbingan Bab I				■	■	■	■	■	■	■	■									
	b. Bimbingan Bab II								■	■	■	■	■								
	c. Bimbingan Bab III										■	■	■								
	d. Bimbingan Angket												■	■							
	a. Penyebaran Angket														■						
	b. Wawancara														■						
3.	**PENGOLAHAN DATA**																				
	a. Tabel Induk															■					
	b. Pengujian & Analisis Data															■					
	c. Bimbingan Bab IV													■	■	■					
	d. Bimbingan Bab V														■	■					
	e. Bimbingan Keseluruhan Draft														■	■					
4.	**SIDANG**																				
	a. Penyerahan *Draft* Skripsi															■					
	b. Sidang Skripsi															■					■

Sumber: Penelitian, 2011.

1.14. Sistematika Penulisan

Dalam usaha untuk memberikan gambaran secara sistematis, peneliti membagi susunan skripsi ini ke dalam 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang penjelasan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran (meliputi: kerangka teoritis dan kerangka konseptual), hipotesis, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel peneltitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, model penelitian, lokasi dan waktu penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang tinjauan tentang komunikasi (meliputi: hakikat dan definisi komunikasi, komponen komponen komunikasi, konteks komunikasi); tinjauan tentang komunikasi organisasi (meliputi: pengertian komunikasi organisasi, jaringan komunikasi organisasi, hambatan hambatan komunikasi dalam organisasi), tinjauan tentang komunikasi kelompok, tinjauan tentang komunikasi antarpribadi (meliputi: definisi komunikasi antarpribadi dan fungsi komunikasi antarpribadi), tinjauan tentang *Public Relations* (meliputi: pengertian *Public Relations*, tujuan *Public Relations*, ciri ciri *Public Relations*, fungsi *Public Relations*), tinjauan tentang Peranan, tinjauan tentang citra (meliputi: pengertian citra, jenis jenis citra, citra perusahaan dan

pembentukan citra), tinjauan tentang Program Penanaman Satu Milyar Pohon, serta tinjauan tentang Warga Desa Sumur Bandung.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Berisikan tentang gambaran umum PT Pupuk Kujang (meliputi: sejarah, logo, visi misi, slogan, budaya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, *job description*), gambaran umum mengenai bagian Humas PT Pupuk Kujang (meliputi: sejarah, struktur organisasi bagian Humas, kegiatan internal dan eksternal), serta tinjauan tentang responden penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif identitas responden, analisis deskriptif hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan penelitian serta saran yang diberikan peneliti sehubungan dengan hasil penelitian.