

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri menuntut perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan yang harmonis dengan publiknya. Hubungan tersebut dibangun melalui proses komunikasi yang terencana dan berkelanjutan, sehingga mampu membentuk persepsi dan citra perusahaan di mata publik. Citra perusahaan menjadi aspek strategis karena mencerminkan tingkat kepercayaan dan penerimaan masyarakat terhadap keberadaan serta aktivitas perusahaan.

Pada penelitian ini terdapat ide masalah utama, *Public Relations* PT. Langkat Nusantara Kepong, Tanjung Keliling belum optimal menjalankan perannya secara efektif sebagai penghubung antara manajemen perusahaan, karyawan dan masyarakat sekitar perkebunan. Pandangan ini berpotensi menurunkan kepercayaan publik, khususnya di lingkungan masyarakat perkebunan yang memiliki kedekatan langsung dengan aktivitas perusahaan. Berdasarkan pengamatan dan wawancara awal peneliti, *Public Relations* dinilai belum optimal dalam mengelola komunikasi dua arah antara manajemen, karyawan, dan masyarakat. Situasi ini menyebabkan informasi mengenai kebijakan, aktivitas operasional, serta program tanggung jawab sosial perusahaan tidak tersampaikan secara jelas dan merata kepada masyarakat sekitar perkebunan. Akhirnya, muncul berbagai pandangan negatif yang berkembang di tengah masyarakat perkebunan, seperti anggapan bahwa perusahaan kurang terbuka, kurang peduli terhadap lingkungan sosial, serta kurang responsif terhadap keluhan masyarakat.

Pandangan tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap perusahaan, terutama pada masyarakat yang memiliki kedekatan langsung dengan aktivitas perkebunan dan terdampak secara sosial maupun lingkungan. Ketika kepercayaan mulai melemah, hubungan antara perusahaan dan masyarakat sekitar menjadi rentan terhadap konflik, penolakan, serta resistensi terhadap keberadaan perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran *Public Relations* sebagai mediator dan pengelola citra perusahaan belum sepenuhnya terlaksana secara efektif. Kepercayaan publik merupakan modal utama dalam membangun citra positif perusahaan, dan kepercayaan tersebut hanya dapat dibentuk melalui komunikasi yang konsisten, jujur, dan berkesinambungan. Ketika kepercayaan mulai melemah, hubungan antara perusahaan dan masyarakat menjadi rentan terhadap konflik, penolakan, serta resistensi sosial terhadap keberadaan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa lemahnya peran *Public Relations* tidak hanya berdampak pada aspek komunikasi, tetapi juga dapat mengganggu stabilitas hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar perkebunan. (Ruslan.,2014)

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang berperan penting dalam mengelola komunikasi antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal. Menurut (Cutlip dkk.,2013) bahwa *Public Relations* berfungsi membangun serta memelihara hubungan yang saling menguntungkan melalui komunikasi dua arah. Dalam konteks ini, *Public Relations* tidak hanya bertugas menyampaikan informasi dari perusahaan kepada publik, tetapi juga manajemen komunikasi dan kepentingan publik kepada masyarakat sekitar perkebunan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan. Peran *Public Relations* menjadi

semakin signifikan karena aktivitas operasional perusahaan bersentuhan langsung dengan kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. *Public Relations* berperan sebagai penghubung antara perusahaan dan masyarakat dengan mengelola arus komunikasi dua arah secara terencana dan berkesinambungan. Dengan demikian, peran *Public Relations* menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan yang harmonis serta membangun citra positif perusahaan di lingkungan masyarakat perkebunan.

Pada model *Excellent*, *Public Relations* menerapkan komunikasi dua arah simetris, yaitu komunikasi yang bersifat dialogis, terbuka, dan memungkinkan adanya umpan balik dari publik. Oleh karena itu, penerapan prinsip komunikasi dua arah yang simetris menjadi aspek penting dalam membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan. Sedangkan, Menurut (Jefkins.,2003) pada teori citra (*image theory*) ada jenis – jenis citra (*image*) dibagi menjadi lima jenis yaitu, citra bayangan, citra yang berlaku, citra harapan, citra perusahaan, citra majemuk. Citra yang baik merupakan salah satu alat yang penting bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau jasa, melainkan juga dapat memperbaiki sikap kepuasan publik terhadap organisasi atau perusahaan. Tentunya hal ini diperlukan sebagai upaya menjaga reputasi dan citra positif pada perusahaan dan publik. kedua teori ini terletak pada hubungan kausalitas antara proses dan hasil.

PT Langkat Nusantara Kepong merupakan perusahaan perkebunan kelapa sawit yang beroperasi di Desa Tanjung Keliling, Kecamatan Salapian, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Jarak dari Ibu Kota Provinsi Medan yaitu 56 km dengan ketinggian 86 diatas permukaan laut dan berada antara 98° - 99° Bujur Timur dan 3° - 4° Lintang Utara. Lokasi perkebunan ini di kelilingi oleh beberapa

desa yaitu, Desa Namoremas, Desa Pondok Delapan, Desa Serapit, Desa Cangkolan (BPS.,2026). PT.Langkat Nusantara Kepong,Tanjung Keliling memiliki pabrik sawit kapasitas sebesar 80 ton TBS/jam. Perusahaan tersebut memiliki interaksi yang intens dengan masyarakat perkebunan. Pada perusahaan tersebut ada posisi Humas (*Public Relations*) dalam kondisi yang diharapkan mampu menjalankan perannya secara optimal sebagai penghubung antara masyarakat dan manajemen perusahaan.

Berdasarkan pengamatan peneliti, ditemukan adanya permasalahan pada proses manajemen komunikasi perusahaan antara masyarakat dan karyawan. Dalam penyampaian aspirasi masyarakat dan karyawan belum efektif kepada pihak manajemen perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran *Public Relations* dalam manajemen komunikasi pada publik internal dan eksternal belum berjalan secara optimal. Ketidakefisienan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpuasan masyarakat karyawan perkebunan dalam memengaruhi persepsi publik terhadap kepedulian perusahaan pada karyawan dan masyarakat perkebunan.

Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam mengenai peran *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong, desa Tanjung Keliling, dalam membangun citra positif perusahaan, dengan fokus pada pembentukan citra positif perusahaan pada masyarakat sekitar perkebunan diwujudkan melalui pengelolaan komunikasi dan hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat serta dalam proses manajemen komunikasi pada masyarakat perkebunan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong dalam manajemen komunikasi antara masyarakat dan perusahaan?
2. Bagaimana peran *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong dalam membangun citra positif perusahaan pada masyarakat sekitar perkebunan?

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada uraian sebagai berikut

1. Peran *Public Relations* dalam pembentukan citra positif perusahaan di lingkungan masyarakat perkebunan diwujudkan melalui pengelolaan komunikasi dan hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat.
2. Peran *Public Relations* dalam proses manajemen komunikasi pada masyarakat perkebunan, berkaitan dengan fungsi *Public Relations* sebagai penghubung komunikasi antara masyarakat dan manajemen perusahaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan penelitian yang diharapkan dan diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan peran *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong, desa Tanjung Keliling, dalam membangun citra positif perusahaan pada masyarakat perkebunan.

2. Untuk mendeskripsikan peran *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong, desa Tanjung Keliling, dalam manajemen komunikasi antara masyarakat dan perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik komunikasi, khususnya dalam bidang *Public Relations* dan hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar perkebunan.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Public Relation*, dengan memperkaya pemahaman mengenai peran *Public Relations* dalam membangun citra positif perusahaan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang mengaitkan teori Excellent J.E.Grunig sebagai teori utama dan di dukung oleh teori citra (*image*) Frank Jefkins dengan praktik komunikasi *Public Relations* dalam konteks perusahaan dan manajemen komunikasi pada masyarakat sekitar perkebunan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi PT Langkat Nusantara Kepong dalam mengoptimalkan peran *Public Relations* sebagai penghubung komunikasi antara masyarakat dan perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas manajemen

komunikasi, sehingga mampu memperkuat kepercayaan serta membangun citra positif perusahaan di lingkungan masyarakat sekitar perkebunan.