

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kala gencar sekali dilakukan pembangunan infrastruktur. Diantaranya ialah pembangunan infrastruktur jalan tol, MRT, ataupun Bandar Udara. Seperti yang pada tahun 2018 lalu telah beroperasi bandara kertajati. Untuk menunjang infrastruktur pemerintah tersebut, membuat banyak perusahaan-perusahaan swasta yang ingin mencari keuntungan dengan membuka agro wisata. Mereka berfikir akan banyak wisatawan yang datang untuk melakukan perjalanan wisata di kota Majalengka, setelah adanya bandara Kertajati ini. Adanya tempat wisata dapat menjadi sumber mata pencaharian masyarakat. Dimana kota Majalengka yang telah memiliki bandara internasional dapat diprediksikan jika Kota Majalengka akan menjadi kota yang maju. Sehingga Kota majalengka pun harus siap dengan perubahan-perubahan jika terdapat banyak wisatawan yang berdatangan mengunjungi Kota tersebut.

PT. Garda Maritim, adalah perusahaan umum yang saat ini bergerak di bidang Perdagangan, Perikanan, Pertanian, dan Perindustrian serta bidang lainnya; Arsitektur, Kontruksi Sipil, Cut and Fill Lahan, Perumahan, Agrobisnis, Ekspor Impor dan juga Transportasi. Perkembangan PT. Garda Maritim tersebut berkembang seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat.

PT. Garda Maritim melirik salah satu desa yang berada dekat dengan bandara Kertajati untuk dijadikan sebuah agrowisata. PT. Garda Maritim melihat peluang

industri agrowisata (pertanian) di Kota Majalengka dikarenakan kota ini terkenal dengan lumbung padinya. Dalam investasinya ini PT. Garda Maritim memerlukan lahan atau tempat yang dekat dengan lokasi Bandara Kertajati.

Oleh sebab itu jalan yang harus dilalui ialah dengan mengambil alih hak-hak tanah untuk dilakukan pembebasan lahan. Tanah milik sipil ataupun swasta yang sekiranya memiliki lokasi sesuai dengan area proyek untuk kepentingan perusahaan. Suatu usaha untuk dapat memperoleh tanah dengan memberikan ganti rugi pada kegiatan pembangunan dalam rangka sebagai kepentingan umum, disebut dengan pengadaan lahan/pembebasan lahan.

PT. Garda Maritim memilih untuk membangun lokasi wisata pertanian di daerah Mereja, Desa Kertasari, Majalengka. Lokasi tersebut dipilih karena dekat dengan lokasi Bandara Kertajati, juga dikarenakan potensi tanah disana yang sangat subur sehingga cocok jika dijadikan wisata cocok tanam (pertanian).

Dalam melakukan pengambil alihan lahan, Perusahaan menugaskan humasnya sebagai mediasi dengan masyarakat yang lahannya akan dijadikan sebagai lokasi proyek. Masyarakat Mereja menyambut hal tersebut dengan senang, dikarenakan banyak warga disekitar Mereja yang telah mendapatkan ganti rugi pembebasan lahan untuk pembangunan Bandara. Sehingga untuk mensosialisasikan pengalihan lahan ini tidak terlalu sulit.

Dalam proses mediasi, masyarakat Blok Mereja menjadikan mantan kepala desanya sebagai koordinator masyarakat. Dalam proses pengalihan lahan, PT. Garda Maritim melibatkan berbagai pihak dalam pembebasan lahan, pihak

perbankan, pihak koordinator lapangan (wakil masyarakat), pihak kepolisian, juga notaris.

Humas berperan untuk memberikan sosialisasi juga melakukan negosiasi kepada masyarakat mengenai harga. Humas membebaskan masyarakat untuk melakukan diskusi dengan koordinator masyarakat mengenai harga yang ditawarkan. Karena harga yang ditawarkan pihak perusahaan tidak cukup bagi masyarakat, masyarakat meminta untuk dinaikan. Tentu dalam proses pembebasan lahan tidak semudah membalikkan telapak tangan. Banyak terjadi musyawarah yang tidak menemukan kata mufakat.

Negosiasi atau proses tawar-menawar yang dilakukan humas dengan pihak masyarakatpun sempat berjalan alot. Namun adanya humas sebagai pemediasi antara pihak perusahaan dan masyarakat sehingga menemukan kata *win-win solution*. Dimana pihak masyarakat menyetujui tawaran yang diberikan oleh humas.

Setelah dilakukan proses pengukuran dan penandatanganan MOU yang dilegalkan oleh notaris, maka terjadilah kontrak pengalihan lahan. Namun perusahaan baru membayarkan uang ganti rugi sebanyak 70% (tujuh puluh persen) per sertifikat. Dan menjanjikan kekurangannya setelah surat-surat peralihan selesai.

Selama 8 (delapan) bulan, telah lewat dari masa perjanjian, perusahaan tidak kunjung membayarkan apa yang telah dijanjikan. Banyaknya isu-isu yang sengaja diedarkan oleh pihak tertentu kepada masyarakat, membuat masyarakat menjadi panik. Isu tersebut berupa provokasi pihak ke-3 (tiga) kepada masyarakat yang dimana pihak ke-3 (tiga) membuat isu jika masyarakat berusaha ditipu oleh PT. Garda Maritim, karena pihak PT. Garda Maritim telah mengambil sertifikat hak

kepemilikan lahan pertanian, namun masyarakat masih belum mendapatkan sisa pembayaran yang telah dijanjikan oleh perusahaan, (penggelapan) hal tersebut dimanfaatkan oleh pihak ke-3 (tiga) untuk membuat isu-isu negatif, seperti penggelapan sertifikat tanah, dan juga penipuan. Kurangnya pengetahuan membuat masyarakat percaya dengan isu-isu tersebut yang sengaja diedarkan oleh pihak pihak lain.

Pihak koordinator masyarakat sebagai penghubung antara masyarakat dengan perusahaan tidak dapat membendung isu tersebut, isu yang membuat masyarakat merasa dirugikan oleh PT. Garda Maritim karena belum juga mendapatkan pelunasan. Dan meminta perusahaan untuk tidak membongkar lahan pertaniannya sebelum pelunasan dilakukan. Tidak berjalannya fungsi hubungan humas dengan *eksternal* perusahaan lah yang memicu konflik tersebut.

Krisisnya komunikasi dan sosialisasi dari pihak perusahaan kepada masyarakat membuat kondisi masyarakat semakin memanas. Dalam proses pembebasan lahan ini telah terjadi dua kali konflik. Pada pertengahan tahun 2018 lalu yaitu dimana masyarakat mendatangi koordinator lapangan untuk meminta kejelasan atas sisa hak-hak mereka. Namun pihak PT. Garda Maritim masih hanya memberikan janji pelunasan yang kemudian ditagih kembali oleh masyarakat pada akhir Mei tahun 2019 lalu. Dimana masyarakat berbondong-bondong ke Kantor PT. Garda Maritim untuk melakukan protes dengan membawa pihak bantuan hukum (pengacara). Untuk membantu masyarakat melaporkan PT. Garda Maritim kepada pihak berwajib dengan tuduhan penipuan terkait keterlambatan pembayaran. Namun, pada saat itu hal tersebut urung dilakukan. Krisisnya komunikasi antara pihak

perusahaan dengan masyarakat membuat masyarakat begitu saja menerima isu-isu yang dibuat oleh pihak yang juga ingin mendapatkan keuntungan dari lahan tersebut.

Situasi seperti ini diartikan sebagai krisis, dimana krisis yang terjadi di perusahaan, ditangani dengan bertanggung jawab langsung. Banyak perusahaan yang telah mendapatkan pengalaman krisis. Krisis merupakan aspek dari suatu situasi, yaitu mencakup tingginya ancaman pada keamanan dan juga eksistensi kehidupan organisasi dan tekanan waktu, yang memiliki arti jika pengambil kebijakan harus dapat menanggulangi situasi dengan melakukan kerja cepat. (Afdal, 2004: 111)

Perusahaan mengalami krisis sehingga membuat perusahaan diperhatikan masyarakat menjadi pusat perhatian, sehingga kompetensi manajemen perusahaan dipertanyakan. Maka dari itu perlunya melakukan sebuah komunikasi untuk perusahaan dengan cara cepat, akurat dan juga terampil. Untuk menjaga hubungan beberapa kelompok penting seperti karyawan, media, pemegang saham, stakeholder, bahkan pemerintah.

Pada waktu yang bersamaan, eksekutif memiliki situasi yang sulit, dimana harus membuat sebuah keputusan yang baik dan juga dengan ketepatan dalam penyampaian keputusan. Pada waktu tersebut, seorang humas dapat menjadi seorang komunikator ataupun mediasi yang dapat mendengarkan apa yang diinginkan publik untuk membantu pihak manajemen. Pada lain sisi, seorang humas juga dituntut untuk dapat menjelaskan harapan, kebijakan, dan juga keinginan organisasi kepada publiknya. Komunikasi dua arah diharapkan dapat membentuk

sebuah pengertian, kepercayaan, menghargai, mendukung dan juga saling memberikan toleransi untuk dua belah pihak dengan cara yang baik.

Sebagaimana peran humas salah satunya yaitu untuk memecahkan masalah (*problem solving process fasilitator*) yang terdapat dalam tim sebuah manajemen. Seorang humas juga memiliki sebuah keterampilan sehingga dapat turut membantu menangani krisis manajemen. *Public Relations*/Humas dituntut untuk dapat melakukan segala hal tidak hanya menanggulangi krisis, tetapi juga untuk membangun reputasi dan perusahaan kembali setelah terjadi krisis. Oleh sebab itu diperlukan sebuah rencana yang disusun dengan matang yang memiliki keakuratan data informasi, kerusakan yang disebabkan dari krisis tersebut. Juga memerlukan sebuah perencanaan dengan jangka panjang dan juga sebuah cara untuk mengukur kemampuan juga kemajuan perusahaan. Perusahaan dituntut untuk selalu siap perihal menghadapi sebuah krisis. Perusahaan yang mempunyai sebuah rencana untuk mengelola sebuah krisis, juga harus kembali menilai perencanaan.

Krisis analisa disebabkan oleh beberapa faktor, perhitungan biaya juga resiko dalam evaluasi. Tak semua krisis ialah krisis *public relations*. Rusaknya citra dan juga reputasi perusahaan dimata publik, yang menjadi konsumsi publik hal tersebutlah yang dinamakan krisis *public relations*. Reputasi dan juga integritas perusahaan bergantung dengan keseriusan sebuah perusahaan menghadapi krisisnya. Keterbukaan dalam berkomunikasi ialah hal penting dalam komunikasi yang dilakukan selama krisis. Pada hakekatnya *public relations* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mengantisipasi, kejadian yang akan terjadi di masa

mendatang. Kegiatan menatap sebuah masa depan dapat melatih berfikir hal-hal yang tak terduga para eksekutif dalam manajemen krisis.



Gambar 1.1 Screenshot wawancara penulis

Menurut hasil wawancara dalam pra observasi, yang penulis lakukan melalui telewicara pada tanggal 29 April 2021 pukul 20:43 dengan salah satu masyarakat yang terlibat dalam pembebasan lahan tersebut, bahwa konflik yang terjadi disebabkan karena kurangnya sosialisasi dan informasi pihak PT. Garda Maritim kepada masyarakat jika terdapat kemunduran sisa pembayaran. Sehingga masyarakat begitu saja menerima begitu saja isu-isu yang beredar disekeliling mereka mengenai PT. Garda Maritim. Menurut keterangan Pak Ucip, bahwa isu tersebut di buat oleh oknum kepala desa yang juga memiliki kepentingan tersendiri jika pembebasan lahan tersebut dibatalkan. Kurangnya sosialisasi dan informasi dari pihak humas perusahaan membuat masyarakat mempercayai isu yang beredar, tidak berfungsinya humas. Sampai saat ini reputasi PT. Garda Maritim masih dipandang buruk oleh masyarakat Mereja, Kertasari.

Dapat disimpulkan jika terdapat kurangnya informasi dan juga sosialisasi dari pihak PT. Garda Maritim yang membuat humas memiliki peran penting dalam proses pembebasan lahan ini, tugas dan fungsi humas ialah untuk memberikan sosialisasi, informasi dan juga arahan kepada masyarakat juga aparat setempat.

Masyarakat yang menjadi target Humas PT. Garda Maritim ialah masyarakat yang menyerahkan/menjual lahan pertaniannya kepada perusahaan juga masyarakat disekitar. Karena proses pembangunan proyek selain mendapatkan izin dari masyarakat, juga harus mendapat izin aparat setempat.

Dalam hal ini humas sebisa mungkin menangani krisis dengan mengutamakan kepentingan masyarakat, untuk menjaga sebuah hubungan antara organisasi dengan eksternalnya. Namun karena kurangnya sosialisasi dan informasi dari pihak PT.Garda Maritim dimanfaatkan oleh pihak ke 3 (tiga) untuk menimbulkan isu-isu negatif mengenai pembebasan lahan yang dilakukan perusahaan, sehingga menimbulkan konflik antara masyarakat dan pihak perusahaan. Sehingga dimana peran humas dalam menjaga hubungan baik dengan *eksternal* perusahaan tidak berjalan.

Adanya krisis tersebut, kinerja humas sebagai penghubung antara PT. Garda Maritim dengan masyarakat dinilai buruk. Sehingga humas harus dapat melakukan pengelolaan terkait krisis yang terjadi dalam kasus pembebasan lahan dengan Masyarakat Kertasari Majelengka.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena penulis melihat terdapat tidak berjalannya fungsi humas dengan eksternalnya, yaitu hubungan dengan masyarakat. Seharusnya humas dapat menjalin hubungan dengan publik eksternal dengan baik untuk menjaga reputasi perusahaan, namun dalam penelitian ini tidak begitu. Dimana hal tersebut bersinggungan dengan kepentingan masyarakat, hak masyarakat yang terabaikan. Belum diselesaikannya pembayaran yang semestinya sudah dibayarkan. Keterlambatan tersebut tidak dibicarakan oleh pihak humas

sehingga membuat masyarakat menjadi geram. Proyek perusahaan akan berjalan dengan baik, jika mendapat dukungan dari masyarakat sekitar. Sehingga jika penelitian ini tidak dilakukan dikhawatirkan akan menimbulkan permasalahan lain dikemudian hari.

Penentuan objek penelitian ini, dikarenakan menurut observasi yang telah penulis lakukan, yaitu belum pernah dilakukannya penelitian dengan permasalahan yang sama. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti, dikarenakan tidak dilakukan penelitian dikhawatirkan jika terjadi permasalahan yang sama membuat hubungan perusahaan dengan eksternalnya menjadi buruk.

Dari latar belakang tersebut diatas, penulis memilih masalah tersebut untuk penulis teliti karena sebagaimana peran humas ialah untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan publik eksternalnya. Oleh karena itu sebagaimana fungsinya, humas harus dapat memberikan rasa aman dan nyaman publik eksternal untuk menjalin hubungan dengan perusahaan juga untuk menjaga reputasi perusahaan. Dimana sebuah krisis perusahaan jika tidak ditangani dengan baik, maka akan dapat menimbulkan berbagai macam permasalahan untuk perusahaan. Dari penelitian tersebut nanti akan diketahui bagaimana komunikasi yang dilakukan humas dalam mengelola krisis komunikasi.

Fenomena-fenomena seperti itu yang membuat penulis tertarik untuk dapat mengkaji lebih dalam mengenai Komunikasi yang digunakan Humas untuk mengelola krisis komunikasi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis membuat skripsi dengan judul : **“Komunikasi Humas PT. Garda Maritim Dalam**

Mengelola Krisis Komunikasi Pada Kasus Pembebasan Lahan Pertanian Masyarakat Kertasari Majalengka”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini ialah :

“Bagaimana komunikasi Humas PT. Garda Maritim dalam mengelola krisis komunikasi pada kasus pembebasan lahan pertanian di Desa Kertasari, Majalengka?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang terdapat dalam penelitian ini ialah :

“Untuk mengetahui komunikasi humas PT. Garda Maritim dalam mengelola krisis komunikasi pada kasus pembebasan lahan pertanian di Desa Kertasari, Majalengka”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat juga kontribusi akademis dalam ilmu komunikasi dalam studi bidang Humas mengenai situasional krisis perusahaan bagi jurusan Ilmu Komunikasi. Terutama untuk mahasiswa /mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USNI (Universitas Satya Negara Indonesia).

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan memperkaya pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi pada umumnya dan khususnya dalam konsentrasi Humas yang berhubungan dengan situasional krisis.

1.4.3 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil sesuai dengan gambaran secara praktis yang akurat mengenai komunikasi Humas dalam mengelola krisis perusahaan.

