

**PERAN HUMAS PT. LANNA HARITA INDONESIA DALAM  
MELAKSANAKAN PROGRAM *COMMUNITY DEVELOPMENT*  
DI KELURAHAN SUNGAI SIRING KECAMATAN SAMARINDA UTARA**

**Erni Sinaga<sup>1</sup>**

***Abstrak***

*Artikel ini berisi tentang, Peran Humas dalam melaksanakan program Community Development yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia untuk masyarakat di Kelurahan Sungai Siring Kecamatan Samarinda Utara. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif yaitu sebuah penelitian yang menggambarkan tentang peran Humas dalam melaksanakan program Community Development yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia di Kelurahan Sungai Siring Kecamatan Samarinda Utara. Data dikumpulkan melalui buku-buku teks, observasi, wawancara dan penelitian lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan program Community Development PT. Lanna Harita Indonesia di Kelurahan Sungai Siring Kecamatan Samarinda Utara cukup terealisasi dengan baik, walaupun pernah mendapatkan permasalahan-permasalahan namun dapat segera diatasi. Hal ini tidak terlepas dari peran humas PT. Lanna Harita Indonesia yang ikut berkerjasama dalam pelaksanaan program Community Development tersebut, yaitu dengan berperan sebagai Penasehat Ahli, Fasilitator Proses Pemecahan Masalah, Fasilitator Komunikasi, dan Teknisi Komunikasi. Maka dapat disimpulkan bahwa Humas berperan penting dalam pelaksanaan program Community Development, karena fungsi Humas adalah menciptakan dan menjaga citra perusahaan melalui kegiatan Community Development yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia ini.*

***Kata Kunci*** : Peran Humas, Community Development

**Pendahuluan**

Perlunya hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar harus dilakukan perusahaan sehingga akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan. Disaat perusahaan mengalami krisis atau diterpa isu negatif maka hubungan yang baik tersebut dapat membantu perusahaan dalam mengatasinya. Seiring dengan perkembangan kesadaran perusahaan akan pentingnya hubungan dengan masyarakat maka berkembang pula prinsip-prinsip manajemen salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan. *CSR* adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Misalnya, *CSR* bisa berupa program yang memberikan bantuan modal kerja lunak bagi para petani, nelayan, pengusaha kecil, pemberian beasiswa bagi para pelajar dan mahasiswa terutama yang tidak mampu dan berprestasi, perbaikan infrastruktur jalan, gedung-gedung sekolah, sarana keagamaan dan

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman . Email : [ermiesin88\\_jc@yahoo.co.id](mailto:ermiesin88_jc@yahoo.co.id)

olah raga, pendidikan dan pelatihan keperempuanan dan pemuda, serta pemberdayaan masyarakat adat. Termasuk pula memelihara kondisi alam agar tetap dalam kondisi yang sehat dan seimbang. Pada posisi demikian, perusahaan telah ikut serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dari segi ekonomis dan ekologis. *CSR (Corporate Social Responsibility)* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) terutama pasal 74 yang mewajibkan perseroan untuk menyisihkan sebagian laba bersih dalam menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial terutama bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam. PT. Lanna Harita Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan batu bara. Berdiri pada tahun 2001, namun PT. Lanna Harita Indonesia termasuk salah satu perusahaan tambang batubara yang besar di Kalimantan Timur. Beberapa waktu yang lalu, pada tahun 2011 PT. Lanna Harita Indonesia mendapatkan penghargaan kategori Penghargaan Lingkungan (Environment Awards), melalui PROPER yaitu Penilaian Program Peringkat Kinerja Perusahaan.

Hal ini membuktikan bahwa PT. Lanna Harita Indonesia cukup memperhatikan dan peduli dengan lingkungan, salah satunya yang dilakukan melalui program *Community Development* yaitu menyediakan air bersih bagi warga sungai siring. Sebagai salah satu perusahaan tambang batubara yang besar, PT. Lanna Harita Indonesia sangat menyadari pentingnya *CSR*, yang diwujudkan dalam program *PR*, yang diselaraskan dengan usaha pencapaian tujuan perusahaan. Dari sejumlah program *PR*, *Community Development* (pemberdayaan masyarakat) merupakan salah satu program yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya. Sebagai salah satu perusahaan yang berada di tengah masyarakat, maka PT. Lanna Harita Indonesia memiliki kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial. PT. Lanna Harita Indonesia juga bertanggung jawab atas kemajuan lingkungan sosial sekitarnya. Adapun beberapa program *Community Development* yang pernah dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia untuk masyarakat kelurahan sungai siring kecamatan samarinda utara, antara lain yaitu perbaikan atau semenisasi jalan, pembuatan jembatan, menyediakan keramba ikan, dan memberikan pipa yang diperlukan oleh masyarakat. Dalam bidang pelestarian kebudayaan, PT. Lanna Harita Indonesia juga membantu pembangunan Lamin Adat Dayak Kutai Banjar disungai siring.

Program *community development* merefleksikan ketergantungan antara organisasi dengan komunitas dimana organisasi tersebut berada. Keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat lokal sekitarnya dapat menunjang keberadaan perusahaan tersebut, apalagi perusahaan yang sebagian besar kegiatan yang dijalankannya berhubungan erat dengan lingkungan yang bersifat fisik maupun lingkungan sosial. Fungsi Humas dalam perusahaan tidak hanya dipusatkan pada fungsi promosi, tetapi humas disini juga bertugas untuk meraih simpati dan opini positif publik perusahaan. Hal ini dikarenakan tindakan sekecil apapun yang diambil oleh perusahaan, dapat membawa dampak yang besar tidak hanya pada publik internal tetapi juga eksternal. Oleh karena keberadaan humas dalam suatu perusahaan yang mengelola batu bara menjadi penting, maka perlu adanya praktisi humas handal dan profesional, serta paham dan mengerti situasi sosial yang akan dihadapinya. Humas menjadi perpanjangan tangan dari perusahaan melalui program hubungan komunitas yang dijalankan, yaitu berupaya untuk menciptakan pengenalan yang lebih dekat. Hal ini dilakukan untuk memperoleh pengakuan komunitas dan juga untuk menanggulangi penentangan dari

komunitas. Ini berarti, Humas memiliki kewajiban menjalankan fungsi dan perannya secara maksimal dan 'bersih' dalam mencapai tujuannya, dengan perhatian pada tujuan jangka panjang, yaitu kelangsungan perusahaan. Banyaknya manfaat dan adanya keharusan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan komunitas inilah, maka setiap perusahaan yang berhubungan erat dengan lingkungan fisik dan sosial disekitarnya, harus terus berusaha untuk lebih memperhatikan hubungan dengan komunitas. Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkatnya kedalam sebuah tulisan/skripsi dengan judul Peran Humas PT. Lanna Harita Indonesia dalam Melaksanakan Program *Community Development* Di Kelurahan Sungai Siring Kecamatan Samarinda Utara.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini yaitu bagaimana Peran Humas PT. Lanna Harita Indonesia dalam Melaksanakan Program *Community Development*.

### **Tujuan Penelitian**

Dalam setiap penelitian pastilah memiliki tujuan yang akan dicapai. Oleh karena itu, perlu ditetapkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Peran Humas PT. Lanna Harita Indonesia dalam Melaksanakan Program *Community Development*.

### **Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian tentu mempunyai suatu kegunaan dan manfaat baik bagi penulis maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Sejalan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut :

Kegunaan teoritis :

1. Untuk menambah, memperdalam dan mengembangkan pengamatan penulis, serta sebagai latihan dalam mengembangkan hasil pemikiran penulis mengenai peran humas.
2. Bahan informasi bagi pihak lain yang berminat ingin meneliti lebih lanjut masalah yang erat hubungannya dengan penelitian ini.

Kegunaan praktis :

Sebagai bahan masukan bagi PT. Lanna Harita Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan peran humas dalam melaksanakan program *Community Development* oleh sebuah perusahaan.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### **Pengertian Humas**

Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) yang merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau *PR* yang merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. *Public relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat.

Konsep *Public Relations* sebenarnya berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut akan muncul perubahan yang berdampak (Jefkins, 2004:2)

### **Fungsi Humas**

Menurut Edward L. Bernay (dalam Ruslan 2006:18), terdapat 3 fungsi utama Memberikan Humas, yaitu :

1. penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.

3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.
4. penerangan kepada masyarakat.
5. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
6. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

#### **Peranan Humas**

Perkembangan profesionalisme *public relations* yang berkaitan dengan pengembangan peranan *PR*, baik sebagai praktisi maupun professional dalam suatu organisasi atau perusahaan, menurut Dozier D.M., (dalam Ruslan 2006:19) merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi public relations dan komunikasi organisasi. Selain itu, hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi *PRO* (pejabat Humas) dan pencapaian profesionalisme dalam *public relations*.

Menurut Dozier and Broom (dalam Ruslan 2006:20) peranan *public relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori ;

1. Penasehat Ahli
2. Fasilitator Komunikasi
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah
4. Teknisi Komunikasi

#### **Ruang Lingkup Tugas dan Sasaran Kegiatan Humas**

##### a. Membina hubungan ke dalam

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang *PR* harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

##### b. Membina hubungan keluar

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

#### **Pengertian Citra**

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990) mengatakan bahwa citra adalah "*image: the impression, the feeling, the conception which the public has of company; a conciously created impression of an object, person or organization*" (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi). Jadi, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi (dalam Soemirat dan Ardianto, 2008:112).

Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan dating dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

#### **Jenis-jenis Citra**

Beberapa jenis citra menurut Jefkins, yaitu sebagai berikut (dalam Jefkins 2003:17) :

1. Citra Bayangan
2. Citra Perusahaan
3. Citra Yang Diharapkan
4. Citra Yang Berlaku

## 5. Citra Majemuk

### **Pengertian *Community Development***

*Community Development Programe* (Program Pemberdayaan Masyarakat) merupakan suatu program/proyek yang bertujuan untuk mempercepat penanggulangan kemiskinan berdasarkan pengembangan kemandirian masyarakat melalui peningkatan kapasitas masyarakat, Partisipasi masyarakat dan kelembagaan dalam penyelenggaraan pembangunan

### **Tujuan *Community Development***

*Community Development* merupakan bentuk penerapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang saat ini banyak dipraktikkan oleh perusahaan besar. Penerapan CSR hendaknya dilakukan secara *holistic*, artinya pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dalam kegiatan bisnis semata, melainkan lebih menekankan pada keberlanjutan pengembangan masyarakat (*community development*). Intinya, bagaimana dengan CSR tersebut masyarakat menjadi berdaya baik secara ekonomi, sosial, dan budaya secara berkelanjutan, tentu saja akan sangat berkontribusi bagi pembangunan masyarakat dalam arti peningkatan kesejahteraan keluarga dan komunitas secara berkelanjutan.

### **Definisi Konsepsional**

Definisi konsepsional merupakan pembatas pengertian tentang suatu konsep atau pengertian, ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Sehubungan dengan itu maka disini penulis mengemukakan definisi konsepsional dalam penelitian ini yaitu :

Peran Humas PT. Lanna Harita Indonesia dalam melaksanakan program *community development* adalah tugas atau fungsi yang dilakukan humas dalam membangun dan menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat melalui pelaksanaan program *community development* oleh PT. Lanna Harita Indonesia untuk mewujudkan tujuan bersama.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, dan untuk jenis data dan analisis data menggunakan metode kualitatif. Deskriptif Kualitatif adalah jenis penelitian yang memaparkan dan berusaha menggambarkan serta memberikan penjelasan dari variabel yang diteliti.

### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Penelitian ini akan difokuskan pada pemahaman atas gambaran menyeluruh tentang peran Humas PT. Lanna Harita Indonesia dalam melaksanakan program *community development*, dengan indikator :

1. Peranan Humas dibagi menjadi 4, antara lain :
  - a. Penasehat Ahli
  - b. Fasilitator Komunikasi
  - c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah
  - d. Teknisi Komunikasi
2. Pelaksanaan program *community development* oleh PT. Lanna Harita Indonesia di Kelurahan Sungai Siring Kecamatan Samarinda Utara terbagi menjadi beberapa bidang yaitu :
  - a. Keagamaan
  - b. Pendidikan

- c. Sosial Ekonomi
- d. Infrastruktur

#### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini membutuhkan data dari perusahaan dan masyarakat sekitarnya, sehingga peneliti akan melaksanakan penelitian ini di perusahaan dan masyarakat sekitar. Adapun lokasi penelitian yang direncanakan adalah PT. Lanna Harita Indonesia di Kelurahan Sungai Siring Kecamatan Samarinda Utara.

#### **Sumber dan Jenis Data**

Peneliti menunjuk informan berdasarkan beberapa pertimbangan antara lain; Informan yang peneliti tunjuk adalah orang yang peneliti anggap paling tahu dan menguasai tentang apa yang peneliti ingin teliti. Pengambilan informan dengan cara ini dapat disebut pula dengan cara *purposive* (Soegiyono, 2006:216).

Adapun yang menjadi narasumber atau *key informan* adalah 3 orang, yaitu Bapak Sriyadi, sebagai Humas PT. Lanna Harita Indonesia, Bapak Agus, sebagai *Community Development Officer* PT. Lanna Harita Indonesia, dan Bapak Effendi, sebagai Lurah Sungai Siring.

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain :
  - a. Dokumentasi
  - b. Buku-buku referensi

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penulisan proposal ini penulis menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Studi pustaka
2. Studi lapangan, yaitu penelitian langsung ke lapangan dengan cara :
  - a. Observasi
  - b. Wawancara
  - c. Dokumentasi

#### **Teknik Analisis Data**

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan
- 4.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **Peran Humas Dalam Melaksanakan Program *Community Development***

Dalam pelaksanaan program *community development* peran Humas juga sangat besar, ini dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas yang dijalankan oleh Humas. Dengan demikian penulis ingin menganalisis aktivitas-aktivitas Humas dan perannya dalam penggunaan management project melalui langkah-langkah manajemen humas menurut Cutlip, Center & Broom :

- a). Mendefinisikan Problem PR

PT. Lanna Harita Indonesia harus bisa memaksimalkan riset pada tahap ini. Pihak perusahaan harus melihat kembali daerah dan kondisi masyarakat setelah adanya permohonan bantuan yang masuk ke perusahaan. Peninjauan kembali setelah adanya

---

permohonan, dilaksanakan untuk melihat apakah daerah tersebut perlu dibantu atau tidak. Pada langkah awal ini, PR turut serta dalam riset yang diadakan.

b). Perencanaan dan Pemograman

Berdasarkan data-data yang terkumpul pada tahap pertama di atas, selanjutnya adalah membuat perencanaan mengenai tindakan yang harus dilakukan untuk menghadapi masalah yang ada. Tahap ini merupakan perencanaan dan penemuan langkah awal menuju pengambilan kebijakan dan penetapan program-program organisasi. Perencanaan program PR meliputi seperti pembuatan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, mengidentifikasi publik kunci, pilihan-pilihan yang tersedia, resiko, keuntungan yang diraih, dan konsekuensi yang akan dialami, menetapkan aturan maupun kebijakan sebagai acuan strategi, dan menetapkan strategi yang akan digunakan.

Langkah ini dijalankan juga oleh PR PT. Lanna Harita Indonesia setelah peninjauan kembali terhadap daerah atau calon penerima bantuannya. Pada tahap ini, PR lebih dominan dalam merumuskan rancangan program. PR merancang program yang akan dilaksanakan dengan merumuskan tujuan dan sasaran dari pelaksanaan program tersebut, rancangan program belum menjadi program yang pasti untuk dijalankan, melainkan masih berupa usulan program yang harus dinilai dan dievaluasi oleh pihak manajemen.

c). Mengambil Tindakan dan Komunikasi

PT. Lanna Harita Indonesia juga melalui tahap ini. Setelah usulan program disetujui oleh pihak manajemen, maka rencana program tersebut diimplementasikan. Implementasi program dilaksanakan oleh staf PR. PR berperan sebagai pendukung agar proses kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Sedangkan tahap komunikasi dijalankan oleh PR dan para staf lainnya, dan dilakukan sebelum implementasi kegiatan. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan pemahaman lebih lanjut berkaitan dengan program *community development*. Selain itu, komunikasi atau diskusi ini juga untuk mengetahui lebih dalam bagaimana dan apa saja harapan publik terhadap kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan berkaitan dengan program *community development*.

d). Mengevaluasi Program

Disini PR hanya berperan sebatas pendukung dalam hal membantu hal-hal teknis saja. Pada tahap evaluasi, PR hanya lebih melihat bagaimana pelaksanaan kegiatan itu diliput media atau tidak. Namun pemantauan terhadap liputan media ini tidak ditindaklanjuti dengan analisis dan pelaporan kepada pihak manajemen untuk disikapi lebih jauh. Analisis hanya sebatas melihat, media apa sajakah yang memberitakan kegiatan *community development*. Pada tahap evaluasi ini, PR tidak melakukan evaluasi terhadap persepsi masyarakat. Evaluasi hanya dilakukan untuk melihat besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan, jumlah publik sasaran yang terlibat dalam kegiatan itu dan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan atau tidak.

**1. Penasehat Ahli**

Peran humas sebagai penasehat ahli yang berfungsi sebagai praktisi humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya melalui kegiatan *community development*. Kegiatan *community development* ini dapat menyelesaikan masalah dengan publik mengenai isu lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam. Dalam hal ini, humas sebagai penasehat ahli harus sadar betul bahwa lingkungan berpengaruh sangat besar terhadap masyarakat. Melakukan mediasi serta membuat program untuk masyarakat, program *community development* misalnya, dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Humas

memberikan usulan atau pendapat yang langsung diterima dan dipercayai pihak manajemen. Ketika humas menjalankan peran ahli, maka tentunya humas akan dipandang oleh pihak lain sebagai yang berwenang atas masalah dan penyelesaian atas hal yang berhubungan dengan masyarakat. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi, “Kami berkerjasama dengan divisi *community development* dalam melaksanakan program-program *community development* yang ada. Divisi *community development* selalu berkomunikasi baik dengan saya sebagai humas, ketika akan melaksanakan program *community development*”. (wawancara 20 Desember 2011)

Pada tahun 2008, program *community development* yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia menghadapi permasalahan. PT. Lanna Harita Indonesia mendapat keluhan dari masyarakat sekitar, karena pengadaan bantuan air bersih belum terealisasi. Namun, masalah tersebut dapat teratasi dengan baik, karena adanya komunikasi dan kerja sama yang baik antara humas sebagai penasehat ahli dengan divisi *community development*. Dalam hal ini, humas harus bisa meyakinkan masyarakat, serta memberi penjelasan mengenai penyebab belum terealisasinya salah satu program *community development* tersebut. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi selaku humas PT. Lanna Harita Indonesia “ Tahun 2008 yang lalu, kami sempat mendapat keluhan dari masyarakat sekitar karena memang kami belum merealisasikan pengadaan air bersih untuk masyarakat sekitar. Namun kami bersama divisi *community development*, segera memberi penjelasan kepada masyarakat sekitar, dan berjanji segera merealisasikan program tersebut”. (Wawancara 20 Desember 2011), Setiap tahun, bersama divisi *community development* humas melakukan evaluasi program *community development* yang telah dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia.

Sebagai penasehat ahli, Bapak Sriyadi selaku humas bertanggung jawab untuk memberi berbagai masukan yang positif, sehingga untuk kedepannya program yang dilaksanakan lebih baik dan lebih bermanfaat bagi masyarakat sekitar, dari uraian diatas, penulis melihat bahwa humas PT. Lanna Harita Indonesia telah menjaga komunikasi yang baik dengan Divisi *Community Development*, sehingga hal tersebut dapat membuahkan kerjasama yang baik. Peran sebagai penasehat ahli tidaklah gampang, Humas harus bisa menjaga hubungan yang baik, komunikasi yang baik, sehingga dapat dipercaya ketika memberikan solusi, ataupun dalam penyelesaian masalah yang sedang dihadapi. Humas yang berprofesi sebagai praktisi ahli bertugas mendefinisikan masalah, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas penerapannya. Berikut pernyataan Bapak Agus “Humas sangat berperan dalam pelaksanaan program *community development* yang kami laksanakan. Kami sangat terbantu karena humas selalu memberikan masukan-masukan yang positif bagi kami divisi *community development*”. (Wawancara 20 Desember 2011), Hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitar memang tidak dapat dibangun mudah dalam waktu yang singkat. Namun dengan program *community development* yang tepat dan jelas, perusahaan diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi kepentingan masyarakat sekitar sekaligus kepentingan perusahaan dalam membentuk citra positifnya.

Oleh karena itu, salah satu tugas dari humas adalah menegakkan citra positif perusahaan yang diwakilinya agar terwujud pemahaman yang sama dan tidak menciptakan opini yang berbeda yang bisa merugikan perusahaan. Salah satunya ikut berperan aktif dalam melaksanakan program-program *community development*, berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, peran Humas sebagai penasehat ahli sudah dilaksanakan dengan cukup baik. Humas PT. Lanna Harita Indonesia telah memberikan saran-saran yang positif sehingga dapat membantu proses kegiatan *community development*, yaitu dengan berperan

aktif sebagai seorang yang profesional dan berpengalaman serta dapat dipercaya. Setiap perusahaan terkadang mengalami permasalahan, terlebih khusus perusahaan pertambangan yang sangat rentan dengan masalah lingkungan. Dalam hal inilah, peran Humas sangat penting untuk menyelesaikan masalah dalam organisasi maupun publik, dan sebagai penasehat ahli dapat memberikan solusi dalam menghadapi permasalahan yang ada. Setiap permasalahan yang ada ditangani oleh Humas, peran humas sebagai penasehat ahli adalah dapat menentukan mana yang diutamakan dan menjadi prioritas baik dalam mengembangkan program, mendefinisikan problem serta bertanggung jawab dalam segala sesuatunya mengenai penanganan masalah yang ada. Dengan demikian dapat menuju pada satu tujuan untuk mencapai keberhasilan yang ada dalam perusahaan tersebut.

## **2. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah**

Humas yang mengambil peran komunikasi pemecahan masalah bekerja sama dengan bagian atau divisi yang lain dalam mendefinisikan dan menyelesaikan masalah. Humas menjadi bagian dari tim perencanaan strategis. Kerjasama dan konsultasi diawali dengan pertanyaan pertama, dan berlanjut hingga evaluasi program akhir. Peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, yaitu bagaimana humas mampu mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi oleh sebuah perusahaan, baik secara proaktif, antisipatif, inovatif, dinamis, dan solutif. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi, selaku humas PT. Lanna Harita Indonesia, berkaitan dengan hal ini :“ Peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, disini saya harus berperan aktif untuk mengatasi permasalahan yang sedang perusahaan hadapi. Tentunya juga diperlukan kerjasama dengan divisi *community development*, sehingga dapat menyelesaikan masalah yang ada secara bijaksana, dengan memperhatikan kepentingan bersama, antara perusahaan dengan masyarakat”. (Wawancara tanggal 20 Desember 2011), Peran humas sangatlah besar untuk melakukan penyelesaian terhadap persoalan-persoalan yang terjadi dalam perusahaan, misalnya saja menyangkut ketidakpuasan masyarakat terhadap program *community development* yang dilaksanakan. Peran ini lebih kepada peran sebagai wakil manajemen untuk memberikan penjelasan kepada pihak yang bermasalah.

Jadi, peran sebagai komunikator yang baik dalam hal ini merupakan salah satu tugas humas untuk menyelesaikan berbagai masalah yang terjadi di perusahaan. Kendala yang seringkali dihadapi oleh perusahaan ketika menjalankan program *community development* adalah menyangkut persepsi dan harapan masyarakat, dimana seringkali persepsi dan harapan jauh dari yang dimaksudkan perusahaan dalam penerapan program *community development*. Dalam hal ini peran humas sangat penting untuk meminimalis dan memecahkan permasalahan yang ada. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi “Kami bersama divisi *community development* selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi masyarakat sungai siring. Kami menerima setiap permohonan bantuan, kemudian kami melihat kondisi yang sebenarnya, apabila benar membutuhkan kami akan memberikan bantuan tersebut”. (wawancara tanggal 20 Desember 2011), Masalah biasanya terjadi karena perbedaan persepsi dan keinginan. Maka dalam hal ini, humas berperan untuk menurunkan sejauh mungkin perbedaan antara persepsi dan keinginan masyarakat dengan tujuan perusahaan melalui tahapan-tahapan sosialisasi, baik yang bersifat antisipatif maupun bersifat perbaikan. Melihat permasalahan yang terjadi pada tahun 2008 mengenai pengadaan air bersih yang belum terealisasikan oleh PT. Lanna Harita Indonesia. Disinilah tugas humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, sebisa mungkin humas mampu mengatasi secara bijaksana.

Humas harus teliti melihat setiap masalah yang ada, melakukan evaluasi program, lalu dapat mengambil keputusan. Humas harus tetap mempertahankan dan menjaga citra perusahaan, namun harus tetap memperhatikan kepentingan masyarakat yang ada. Berdasarkan uraian dan beberapa hasil wawancara diatas, peran Humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah juga telah dilaksanakan dengan cukup baik. Humas PT. Lanna Harita Indonesia cukup membantu menyelesaikan permasalahan yang pernah dialami oleh PT. Lanna Harita Indonesia, solusi dan jalan keluar terhadap permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan program *community development* sudah cukup maksimal dilaksanakan. Sebagai fasilitator pemecah masalah untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah, Humas PT. Lanna Harita Indonesia melibatkan department lain untuk mengambil kesimpulan, sehingga tidak menimbulkan kebimbangan dalam proses pemecahan masalah. Humas PT. Lanna Harita Indonesia cukup tanggap terhadap isu-isu sosial, bersikap aktif, dimana ketika adanya permasalahan sosial terjadi PT. Lanna Harita Indonesia langsung memiliki inisiatif untuk mengatasi masalah yang ada.

### **3. Fasilitator Komunikasi**

Peran humas sebagai fasilitator komunikasi bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Berikut pernyataan dari Bapak Sriyadi selaku Humas PT. Lanna Harita Indonesia “Diperlukannya kerja keras dari humas untuk menjaga hubungan baik kepada masyarakat, dengan melihat kebutuhan masyarakat dan harapan masyarakat, sehingga komunikasi yang terjalin menghasilkan dukungan antara kedua belah pihak” (wawancara tanggal 20 Desember 2011). Adanya komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak. Peran sebagai fasilitator komunikasi menjadikan humas sebagai pendengar yang sensitif dan pialang informasi. Fasilitator komunikasi berfungsi sebagai penghubung, penerjemah, dan mediator antara organisasi dan publik. Humas mengelola komunikasi dua arah, memfasilitasi perubahan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan, dan membuat saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah menyediakan informasi yang diperlukan manajemen organisasi ataupun publik, sehingga humas dapat membuat keputusan yang saling menguntungkan.

Humas bertugas sebagai mediator antara perusahaan dengan masyarakat, baik internal maupun eksternal, karena humas merupakan pihak yang senantiasa berhubungan dan penyambung antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Sebagai mediator dalam menyampaikan kegiatan atau program perusahaan kepada masyarakat, humas sangat penting karena seringkali tujuan perusahaan dengan harapan atau kepentingan masyarakat itu tidak sama. Pada saat kepentingan tersebut berbeda maka peranan mediator dalam hal ini, humas sangat besar untuk mengambil jalan tengah atas perbedaan tersebut. Dengan melakukan komunikasi yang intens dengan masyarakat. Untuk menciptakan komunikasi dua arah yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, humas PT. Lanna Harita Indonesia bersama divisi *community development* sering dilakukan komunikasi dua arah secara informal dengan aktif melakukan kunjungan dan mengikuti pertemuan-pertemuan yang dilaksanakan masyarakat sekitar, seperti menghadiri acara keagamaan dan menghadiri undangan-undangan dari tokoh masyarakat. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi, “Kami selalu melakukan kunjungan terhadap masyarakat sekitar, menghadiri setiap undangan yang ada, misalnya ada acara-acara keagamaan atau undangan dari tokoh masyarakat sekitar, melalui inilah kami dapat berkomunikasi dengan masyarakat”. (wawancara tanggal 20 Desember 2011).

Dengan komunikasi yang baik dan terbuka kepada masyarakat, perusahaan dapat mengetahui apa saja yang dibutuhkan masyarakat sekitar. Begitu juga sebaliknya, masyarakat mengetahui apa saja kebijakan-kebijakan perusahaan yang ada. Sehingga terciptalah hubungan yang baik dan kerjasama yang baik. Berdasarkan uraian dan beberapa hasil wawancara diatas, peran Humas sebagai fasilitator komunikasi sudah dilaksanakan dengan cukup baik. Humas PT. Lanna Harita Indonesia ikut aktif dilapangan melakukan komunikasi dengan masyarakat yang ada. Peran fasilitator komunikasi bagi seorang praktisi adalah sebagai pendengar yang peka dan broker (perantara) komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (liason), interpreter, dan mediator antara organisasi dan publiknya. Mereka menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah memberi informasi yang dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.

Praktisi yang berperan sebagai fasilitator komunikasi ini bertindak sebagai sumber informasi dan agen kontak resmi antara organisasi dan publik. Mereka menengahi interaksi, menyusun agenda mendiagnosis dan memperbaiki kondisi-kondisi yang mengganggu hubungan komunikasi di antara kedua belah pihak. Fasilitator komunikasi menempati peran di tengah-tengah dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publik. PT. Lanna Harita Indonesia, tidak lepas dari pengaruh eksternal, dimana dalam perkembangannya, lebih dari sekedar pembangunan infrastruktur fisik, tentu memerlukan adanya hubungan baik dengan berbagai stakholder salah satunya komunitas masyarakat. Dimana hubungan yang terjalin baik antara manajemen dan stakeholdersnya, akan memebentuk citra baik sehingga memberikan dampak yang pula bagi perusahaan demi tercapainya tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, seperti meraih kepercayaan publik terhadap organisasi yang telah terbentuk. Tentunya didalam melaksanakan berbagai strategi untuk membangun hubungan baik tersebut, maka tidak lepas dari peranan seorang *Public Relations*.

#### **4. Teknisi Komunikasi**

Peran humas PT. Lanna Harita Indonesia sebagai teknisi komunikasi juga sangat penting. Dimana humas harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan media, karena media berperan dalam penciptaan citra perusahaan dan pembentukkan opini publik. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi, “Kami menjalin kerjasama dengan pihak media. Biasanya kami mengundang media saat mengadakan acara-acara atau event-event perusahaan, seperti buka puasa bersama, maupun ketika perusahaan mengadakan kegiatan *community development*”. (wawancara tanggal 20 Desember 2011), 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. Tugas dan fungsi utama humas tidak terlepas dari bidang penyebaran pesan, informasi, dan komunikasi mengenai kegiatan perusahaan untuk disampaikan kepada publik sebagai sasaran atau targetnya. Pembentukkan, pemeliharaan dan peningkatan citra dan reputasi positif perusahaan harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan. Kemampuan berkomunikasi, baik secara lisan maupun tulisan adalah salah satu penyampaian pesan, ide, dan gagasan program kerja, dan sekaligus membentuk opini atau menguasai pendapat umum sesuai dengan yang diinginkan komunikator. Selain mampu berkomunikasi secara efektif, humas pun harus mampu menggunakan media secara efektif, baik media massa maupun media non-massa.

Namun sangat disayangkan, karena PT. Lanna Harita Indonesia tidak mengelola website perusahaan dan juga majalah perusahaan. Padahal kedua media ini dapat digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi tentang perusahaan tersebut. Berikut pernyataan Bapak Sriyadi, “Kami belum mengelola website dan juga majalah perusahaan, ini menjadi masukan yang positif untuk kami, dan insyaAllah kami akan segera merealisasikannya”.(Wawancara tanggal 20 Desember 2011) Secara operatif, humas merupakan fungsi khusus manajemen yaitu memelihara saluran komunikasi kedalam dan keluar, agar tercapai saling pengertian atau kerjasama antara perusahaan dengan publiknya, termasuk mengidentifikasi, dalam menggapai opini publik yang sesuai atau tidak dengan kebijaksanaan yang dilaksanakan oleh perusahaan yang bersangkutan, serta membantu fungsi manajemen dalam mengantisipasi, memonitor, dan memanfaatkan berbagai kesempatan, serta tantangan atau perubahan yang terjadi di dalam masyarakat, berdasarkan uraian dan beberapa hasil wawancara diatas, peran Humas sebagai teknisi komunikasi sudah dilaksanakan namun belum maksimal. Hal ini terlihat karena PT. Lanna Harita Indonesia tidak memiliki website dan juga majalah perusahaan seperti yang dilakukan oleh perusahaan tambang pada umumnya.

Terkait dengan peran PR yang lebih dominan dalam aspek komunikasi, PR juga berperan secara teknis. Dalam hal ini, PR berperan sebagai teknisi komunikasi. Peran PR dalam hal ini lebih pada membuat press release untuk menginformasikan kepada publik tentang pelaksanaan kegiatan *community development*. Selain *press release*, PR juga menulis dan membuat laporan secara berkala berkaitan dengan pelaksanaan *community development*. Namun penulisan laporan ini, juga belum bisa dikatakan maksimal, karena informasi yang diberikan tidak begitu mendetail. Ini terbukti ketika penulis melakukan proses pengumpulan data mengenai program-program *community development*, dimana data yang ada tidak disusun dalam sebuah laporan khusus *community development*, tetapi digabung menjadi satu dengan laporan tahunan, dengan konten yang sangat terbatas.

#### **Program Community Development PT. Lanna Harita Indonesia**

##### **a. Program Community Development pada Bidang Pendidikan**

Bidang pendidikan merupakan masalah utama yang sering dihadapi oleh para aparat kampung, salah satunya untuk di Sungai Siring sendiri. Bangunan sekolah yang ada di sekitar lingkaran tambang sangat tidak memadai untuk proses belajar mengajar. Keadaan yang sudah tua dan tidak jarang jika hujan maka air hujan akan masuk ke dalam ruangan kelas. Selain dari pada itu juga, buku-buku pelajaran yang dimiliki oleh perpustakaan masih belum memadai. Melihat keadaan demikian maka PT. Lanna Harita Indonesia menerima tiap permohonan dari masyarakat yang berkaitan dengan pembangunan pada bidang pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Effendi, selaku Lurah Sungai Siring mengenai program *Community Development* pada bidang pendidikan yang telah dilaksanakan, beliau menyampaikan hal demikian “Pada tahun 2010 awal dari PT. Lanna Harita Indonesia kami mendapat bantuan dana untuk perbaikan fasilitas sekolah, yaitu SMAN 12 Sungai Siring, seperti pembuatan pagar, pergantian atap gedung, pergantian plafon, dan pembuatan toilet. Dan juga mendapat bantuan langsung yaitu berupa buku pelajaran, tentu hal ini sangat membantu. Kemudian mendapat beasiswa untuk tingkat SMA”. (wawancara tanggal 24 Desember 2011).

Setelah melihat dan mendengarkan pendapat diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kepedulian PT. Lanna Harita Indonesia dalam hal ini telah cukup menolong masyarakat sekitar lingkaran tambang khususnya pada bidang pendidikan, karena memang bidang pendidikan harus lebih ditingkatkan lagi untuk menciptakan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan mental yang baik. Pembenahan sarana pendidikan sangat dibutuhkan oleh sekolah-sekolah yang berada di sekitar lingkaran tambang, hal ini untuk menunjang proses belajar mengajar yang efektif dan nyaman. Dengan tersedianya fasilitas ini juga membuat siswa-siswi dapat lebih bersemangat untuk belajar dan mengejar cita-cita.

**b. Program *Community Development* pada Bidang Keagamaan**

Berkaitan dengan pelaksanaan program *community development* pada bidang keagamaan, berikut pernyataan Bapak Effendi selaku Lurah Sungai Siring “Bantuan yang diberikan PT. Lanna Harita Indonesia dalam bidang keagamaan sangat membantu setiap kegiatan keagamaan yang ada. Dan kami harap program bantuan ini tetap terus berjalan”. (wawancara tanggal 24 Desember 2011). Setelah mendengarkan dan melihat pendapat diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Lanna Harita Indonesia peduli terhadap kegiatan keagamaan, hal ini dapat menunjang kerukunan umat beragama antara masyarakat yang ada di Sungai Siring, serta dapat membantu setiap kegiatan keagamaan yang ada. Karena agama atau keyakinan merupakan hal yang utama dalam kehidupan manusia.

**c. Program *Community Development* pada Bidang Sosial Ekonomi**

Bidang sosial ekonomi merupakan salah satu aspek kehidupan manusia yang cukup penting. Perubahan sosial politik setelah reformasi menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam membangun hubungan tersebut pengembangan ekonomi lokal atau pengembangan usaha kecil disekitar perusahaan adalah salah satu point strategis yang sering dipilih oleh sebagian perusahaan. Pilihan ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat atau membutuhkan dukungan dan kerjasama masyarakat dalam melancarkan operasional perusahaan. Kegiatan tersebut dengan publikasi yang tepat akan sangat membantu membentuk citra perusahaan dan menggalang kerjasama antara masyarakat dengan perusahaan. Berkaitan dengan pelaksanaan program *community development* pada bidang sosial ekonomi, berikut pernyataan Bapak Effendi selaku Lurah Sungai Siring “Kami sangat bersyukur adanya bantuan pada bidang sosial ekonomi, sehingga perekonomian kami pun terbantu. Bantuan ini membuat masyarakat bisa mandiri, bisa berusaha melalui bantuan rumah usaha yang di berikan oleh PT. Lanna Harita Indonesia. Kami berharap program ini tetap terus berjalan”. (wawancara tanggal 24 Desember 2011), setelah melihat dan mendengarkan pendapat diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Lanna Harita Indonesia telah membantu masyarakat dalam perekonomian. Hal ini memang harus terus ditingkatkan karena melihat mata pencaharian masyarakat sekitar yang sebagian besar adalah tani. Dengan adanya bantuan melalui program *community development*, seperti adanya bantuan untuk budidaya ikan air tawar, dan bantuan rumah produksi usaha kecil, serta pengembangan ekonomi lainnya, yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia, maka perekonomian masyarakat sekitar lebih terbantu.

**d. Program *Community Development* pada Bidang Infrastruktur**

PT. Lanna Harita Indonesia juga fokus dalam pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan infrastruktur. Dalam pembangunan infrastruktur dilakukan perbaikan terhadap sarana umum seperti jalan, jembatan, dan sarana air bersih, berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Effendi selaku Lurah Sungai Siring mengenai program *community development* pada bidang infrastruktur yang telah dilaksanakan, beliau menyampaikan hal

demikian “Kami sangat terbantu dengan adanya bantuan perbaikan jembatan, sumur bor, dan perbaikan sarana lainnya. sehingga masyarakat sekitar bisa melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari dengan baik”. (wawancara tanggal 24 Desember 2011), Setelah melihat dan mendengarkan pendapat diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa bantuan yang diberikan oleh PT. Lanna Harita Indonesia sangat membantu aktivitas kehidupan sehari-hari masyarakat sekitar. Program ini cukup penting bagi masyarakat sekitar, dengan adanya perbaikan infrastruktur maka dapat membantu masyarakat menuju kesejahteraan. Dan melalui program-program *community development* yang telah dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan dapat menciptakan suatu hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat. Bukan hanya perusahaan saja yang memperoleh keuntungan, namun masyarakat pun perlu mendapatkan haknya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian yang dilaksanakan telah menganalisis peran humas dalam melaksanakan program *community development*. Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peran humas PT. Lanna Harita Indonesia dalam melaksanakan program *community development* sudah baik dan cukup efektif. Berikut kesimpulan yang peneliti peroleh, antara lain :

1. Peran humas sebagai penasehat ahli pada PT. Lanna Harita Indonesia sudah dilaksanakan dengan cukup baik. Humas PT. Lanna Harita Indonesia telah memberikan saran-saran yang positif sehingga dapat membantu proses kegiatan *community development*, yaitu dengan berperan aktif sebagai seorang yang profesional dan berpengalaman serta dapat dipercaya.
2. Peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah juga telah dilaksanakan dengan cukup baik. Humas PT. Lanna Harita Indonesia cukup membantu menyelesaikan permasalahan yang pernah dialami oleh PT. Lanna Harita Indonesia, solusi dan jalan keluar terhadap permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan program *community development* sudah cukup maksimal dilaksanakan. Humas PT. Lanna Harita Indonesia melibatkan department lain untuk mengambil kesimpulan, sehingga tidak menimbulkan kebimbangan dalam proses pemecahan masalah.
3. Peran humas sebagai fasilitator komunikasi sudah dilaksanakan dengan cukup baik. Humas PT. Lanna Harita Indonesia ikut aktif dilapangan melakukan komunikasi dengan masyarakat yang ada. Mereka menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah memberi informasi yang dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.
4. Peran humas sebagai teknisi komunikasi sudah dilaksanakan namun belum maksimal. Hal ini terlihat karena PT. Lanna Harita Indonesia tidak memiliki website dan juga majalah perusahaan seperti yang dilakukan oleh perusahaan tambang pada umumnya.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, ada beberapa saran yang peneliti sampaikan. Saran-saran tersebut antara lain :

1. Peran humas sebagai penasehat ahli merupakan peran yang penting. Oleh karena itu, diharapkan humas PT. Lanna Harita Indonesia lebih ditingkatkan lagi kemampuannya untuk memberikan berbagai solusi agar kedepannya program *community development* ataupun program lainnya yang dilaksanakan oleh PT. Lanna Harita Indonesia lebih baik lagi, sehingga PT. Lanna Harita Indonesia tetap eksis sebagai perusahaan tambang batubara yang tidak hanya mengeksplor sumber daya alam yang ada, tetapi tetap menjalankan tanggungjawab sosialnya.
2. Peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah juga tidak kalah penting. Dimana humas PT. Lanna Harita Indonesia diharapkan tetap waspada ketika masalah timbul. Diharapkan ketika suatu saat permasalahan timbul, humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah dapat memberi jalan keluar yang terbaik masalah yang ada, mencari lebih dahulu permasalahan yang sebenarnya te kemudian bersama tim melakukan perencanaan yang baik, melakukan komunikasi yang baik dan juga aksi, serta evaluasi.
3. Peran humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu humas bertindak sebagai komunikator atau mediator yang baik. Diharapkan humas PT. Lanna Harita Indonesia dapat terus membina komunikasi yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, yaitu dengan tetap melakukan kunjungan-kunjungan ke masyarakat, ataupun melakukan pertemuan-pertemuan dengan tokoh masyarakat sekitar, sehingga komunikasi tetap terbuka.
4. Peran humas sebagai teknisi komunikasi, diharapkan humas PT. Lanna Harita Indonesia tetap menjaga hubungan yang baik dengan media. Kemudian, diharapkan humas dapat menerbitkan majalah internal untuk hubungan internal perusahaan, mengelola website perusahaan sebagai sumber informasi mengenai kegiatan-kegiatan ataupun hal-hal lain yang berhubungan PT. Lanna Harita Indonesia, serta memperhatikan penulisan laporan-laporan mengenai kegiatan *community development*, agar tidak digabung dengan laporan tahunan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggoro**, M.Lingar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Cutlip**, Scott M., et al. 2007. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy**, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Jefkins**, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kartasasmita**, Ginanjar. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat*. Jakarta: PT. Pustaka Lisdesindo.
- Oliver**, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Primahendra**, Riza. 2006. *Community development: sebuah eksplorasi*. Jakarta : Association for community Empowerment
- Rumanti**. Sr. Maria Assumpta, OSF. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Grasindo
- Ruslan**, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- . 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Rachmat**, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso**, Edy; **Setiansah**, Mite. 2010. *Teori komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Siagian**, Sondang. P. 2005. *Administrasi Pembangunan Konsep, Dimensi, dan Strateginya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soegiyono**. 2007. *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Soekanto**, Soerjono. 2006. *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Soemirat**, Soleh; **Ardianto**, Elvinaro. 2008. *Dasar-dasar Public Realtions*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suhandang**, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan*. Bandung: PT. Nuansa.
- Suharto**, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sumber Internet :**
- Mudjahirin**, 2009. “Community Development”, (online), (<http://staff.undip.ac.id/sastra/mudjahirin/2009/03/04/community-development>, diakses 10 September 2011).
- Ulfiyatin**, Anis. 2008. “Community Development (Pembangunan Komunitas)”, (online), (<http://rexxarsosio.wordpress.com//2008/04/25/community-development>, diakses 15 September 2011).
- Rudy**, Darwis. 2008. “Community Development : Apa dan Bagaimana?”, (online), (<http://blogs.unpad.ac.id/rdarwis/?p=8>, diakses 15 September 2011).
- Rahardi**, Dicky. 2007. “Apakah Community Development itu?”, (online), (<http://dickyrahardi.blogspot.com/2007/02/apakah-community-development-itu.html>, diakses 18 September 2011).
- Rahardi**, Dicky. 2007. “Tujuan dan Proses Community Development”, (online), (<http://dickyrahardi.blogspot.com/2007/02/tujuan-dan-proses-community-development.html>, diakses 18 September 2011).
2011. “Nusyirwan Resmikan Pembangunan Lamin Adat Dayak Kutai Banjar”, (online), (<http://kaltimpost.co.id/index.php?mib=berita.detail&id=88047>, diakses 10 September 2011)