

## HUBUNGAN POLA KOMUNIKASI DENGAN PERSEPSI MASYARAKAT DESA MUARA PANTUAN TERHADAP PERUSAHAAN MIGAS

Mustaring F<sup>1</sup>  
Dr. Erwiantono, S.Pi., M.Si<sup>2</sup>  
Sabiruddin, S.Sos.I., MA<sup>3</sup>

### *Abstrak*

*Mustaring F (1102055235), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pola komunikasi masyarakat dengan persepsi masyarakat terhadap perusahaan migas dan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik sosial ekonomi masyarakat dengan persepsi masyarakat terhadap perusahaan migas, kemudian mendeskripsikan serta menganalisis hubungan karakteristik sosial ekonomi masyarakat, pola komunikasi masyarakat dengan persepsi masyarakat Desa Muara Pantuan terhadap perusahaan yang mengeksplorasi migas di sekitar wilayah Desa Muara Pantuan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara berbasis kuesioner dan dalam menentukan responden menggunakan teknik kuota sampling atau teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan periset atau peneliti dapat ditentukan. Responden yang digunakan peneliti adalah masyarakat Desa Muara Pantuan. Kemudian hasil penelitian ini di uji statistik dengan model Rank Spearman Correlation. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara pola komunikasi masyarakat berdasarkan Aktivitas penerimaan dan pencarian pesan masyarakat dengan Aktivitas komunikasi publik perusahaan, serta terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik sosial ekonomi masyarakat berdasarkan indikator umur dan tingkat pendidikan dengan aktivitas komunikasi publik perusahaan.*

**Kata Kunci :** *Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat, Pola Komunikasi Masyarakat, Persepsi Masyarakat dan Perusahaan Migas*

### **Pendahuluan**

Lingkungan masyarakat yang berdampingan dengan suatu perusahaan besar dan menjadi objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Muara Pantuan Kec. Anggana Kab. Kutai Kartanegara. Dalam lingkungan pekerjaan dan kehidupan masyarakat Desa Muara Pantuan berdampingan dengan perusahaan besar asal Prancis yaitu PT. Total E&P Indonesia yang telah mengikat kontrak karya tahun 1966 dengan Pemerintah Indonesia, mulai dilakukan eksplorasi tahun 1971, berproduksi tahun 1974, Hidayati dkk (2005) dalam Salahuddin (2013:8). Menurut aturan atau Undang-Undang yang berlaku di Indonesia, perusahaan

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : mustaring\_f@yahoo.com

<sup>2</sup>Selaku Dosen Pembimbing 1

<sup>3</sup>Selaku Dosen Pembimbing 2

berkewajiban memperhatikan kepentingan masyarakat, khususnya terkait dengan kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang telah berlangsung lama. Disamping itu, itu perusahaan juga perlu meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dari kegiatan industri migas yang dilakukan. Dampak dari industri migas akan cenderung merusak atau mencemari lingkungan sekitar seperti area tambak dan perairan luas. Sehingga dapat membuat masyarakat merasa terganggu dengan kondisi tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian sebelumnya, di Desa Muara Pantuan terdapat 5 kasus pencemaran lingkungan pada tahun 2003 akibat kebocoran pipa, kegiatan rig dan kegiatan tes barge oleh perusahaan Total E&P, Bapedalda Kab. Kukar tahun 2002 dan 2003 dalam Salahuddin (2013:10). Masyarakat pesisir yang bermukim di Desa Muara Pantuan sebagian besar menggantungkan hidupnya di sektor perikanan. Masyarakat hidup sehari-hari dengan mengandalkan hasil laut seperti usaha tambak udang, budidaya ikan, pengolah ikan dan pedagang. Pekerjaan masyarakat disini sangat dipengaruhi oleh musim atau cuaca. Disisi lain, menurut pengamatan langsung yang dilakukan peneliti, tingkat pendidikan penduduk Desa Muara Pantuan tergolong rendah. Apabila ditinjau dari lamanya perusahaan ini mengeksplorasi sumber daya alam yang ada dikawasan ini, tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat sekitar yang menjadi tanggung jawab perusahaan telah merasakan perubahan kesejahteraan yang lebih baik dari tahun ketahun, namun sampai saat ini satu diantara permasalahan mendasar yang tidak kunjung selesai di desa ini salah satunya adalah kebutuhan air bersih yang belum maksimal. Desa Muara Pantuan sampai sekarang masih memanfaatkan air hujan sebagai sumber air bersih. Dari permasalahan mendasar tersebut, peneliti akhirnya tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan komunikasi yang berlangsung antara masyarakat dengan perusahaan migas untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Pengalaman dan pengetahuan masyarakat tentang suatu objek dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap objek tersebut. Semua itu tidak terlepas dari proses komunikasi yang terjadi antara kedua pihak, dan yang menjadi bagian penting dalam proses komunikasi tersebut adalah pola komunikasi masyarakat yang meliputi proses penerimaan pesan, pencarian pesan dan penyampaian umpan balik pesan kepada perusahaan migas atau PT. Total E&P Indonesia.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pola komunikasi yang berlangsung antara masyarakat pesisir dengan perusahaan migas?
2. Bagaimana persepsi masyarakat pesisir terhadap perusahaan migas?
3. Bagaimana hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dan pola komunikasi dengan persepsi masyarakat terhadap perusahaan migas?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pola komunikasi yang berlangsung antara masyarakat pesisir dengan perusahaan migas.
2. Mengetahui persepsi masyarakat pesisir terhadap perusahaan migas.
3. Mengetahui hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dan pola komunikasi dengan persepsi masyarakat terhadap perusahaan migas.

### **Manfaat Penelitian**

1. Segi Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dibidang ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan ilmu psikologi komunikasi dan komunikasi sosial pembangunan.
2. Segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi :
  - a. Masyarakat, sebagai bahan pembelajaran dalam memahami kehadiran perusahaan.
  - b. Pihak swasta (perusahaan), sebagai bahan pertimbangan untuk merancang kebijakan publik bagi komunitas di sekitar kawasan pertambangan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.
  - c. Pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan dan peraturan terhadap eksplorasi yang dilakukan oleh perusahaan.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### **Teori dan Konsep**

#### **Pola Komunikasi**

Menurut Joseph Dominic(2002) dalam Morissan(2008:44), setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan 8 elemen komunikasi yang meliputi:

1. Komunikator atau Sumber
2. Encoding
3. Pesan
4. Saluran
5. Decoding
6. Penerima
7. Umpan Balik
8. Gangguan

#### **Keterdedahan**

Wilson *et al* (1986) dalam mengemukakan bahwa Secara umum tujuan komunikasi publik adalah memberikan informasi kepada sejumlah orang. Sedangkan tujuan khusus komunikasi publik tergantung kepada tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh institusi. Lebih lanjut dijelaskan tujuan akhir dari pemberian informasi kepada publik bertujuan untuk mengubah sikap publik menjadi sikap yang lebih positif terhadap institusi.

## **Persepsi**

Menurut Jalaludin Rachmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* (2004:50) bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Jalaludin juga menambahkan bahwa persepsi memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimulus*).

## **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Mulyana (2001:181) persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, status sosial, peranan, pengalaman, kebiasaan dan bahkan faktor-faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan dan sebagainya.

## **Pembangunan Berkelanjutan**

Pada tahun 1987 World Commission on Environment and Development (WCED) atau dikenal sebagai Brundland Commission menerbitkan buku berjudul *Our Common Future*. Publikasi ini kemudian memicu lahirnya agenda baru mengenai konsep pembangunan ekonomi dan keterkaitannya dengan lingkungan dalam konteks pembangunan yang berkelanjutan. Agenda ini sekaligus menjadi tantangan konsep pembangunan ekonomi neo-klasikal yang merupakan konsep pembangunan konvensional yang selama ini dikenal, yang menyatakan bahwa *sustainable development is one that meets the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own need* artinya pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan hak pemenuhan kebutuhan-kebutuhan generasi yang akan datang, (Jaya:2).

## **Community Relations (Hubungan Dengan Masyarakat Sekitar)**

*Community relation* menurut Neni Yulianita (2012:82) adalah hubungan dengan masyarakat sekitar dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan baik, yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan. *Community relations* sebagai bagian dari *public relations* merupakan wujud tanggung jawab sosial organisasi.

## **CSR (Coorporate Social Responsibility)**

Menurut Chandran Nair, ex CEO ERM Asia Pacific dalam Prayudi (2012:284) CSR adalah komitmen berkelanjutan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup lingkungan kerja dan keluarga mereka serta komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan peneliti menggunakan metode penelitian survei, yaitu penelitian yang mempelajari dan menguji hubungan antar variabel. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok, Singarimbun dan Effendi (1989:1).

### **Lokasi Penelitian, Populasi Dan Sampel**

Lokasi lokasi penelitian yang dipilih adalah RT 9 dan RT 18, Desa Muara pantuan, Kecamatan Anggana. Kedua RT dari Desa ini dipilih dengan alasan bahwa kedua RT ini adalah satuan wilayah administrasi yang bersinggungan langsung dengan instalasi kerja/sumur penambangan migas yang dioperasikan oleh PT. Total E&P Indonesia di wilayah pesisir Delta Mahakam. Sugiyono (2008:80) menyatakan bahwa populasi adalah generalisasi yang terdiri atas keseluruhan obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 99 kepala keluarga dengan kategori :

- a. Responden bukan merupakan karyawan yang bekerja di perusahaan migas
- b. Reponden harus penduduk Desa Muara Pantuan

Penentuan responden menggunakan metode pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*). Sampel yang diperoleh untuk keperluan penelitian ini berdasarkan pendugaan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, di mana rumus penghitungan Slovin adalah sebagai berikut (Sevilla et al, 1960) :

$$n = N / (1+N.(e)^2)$$

keterangan :    n : jumlah sampel  
                      N: jumlah Populasi  
                      e : batas toleransi kesalahan (10%)

Berdasarkan perhitungan dengan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 49 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 50 orang untuk kemudahan perhitungan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Ardial (2014:372) menyatakan bahwa dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Sugiyono (2008:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder:

1. Data primer adalah data-data yang didapatkan melalui penelitian langsung ke lapangan atau lokasi penelitian.
2. Data sekunder dilakukan dengan metode analisis dokumen atau arsip dari berbagai sumber yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

### **Definisi Operasional**

1. Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat
  - a) Umur diukur dengan menghitung umur, dinyatakan dalam tahun.
  - b) Tingkat pendidikan diukur dengan tingkat pendidikan responden
  - c) Jenis pekerjaan diukur dari pekerjaan pokok responden dan keterkaitannya dengan kegiatan perusahaan migas
  - d) Tingkat pendapatan adalah rata-rata penghasilan responden setiap bulan, dinyatakan dalam rupiah
  - e) Status sosial diukur dengan melihat kedudukan responden dalam masyarakat.

2. Pola Komunikasi Masyarakat Terhadap Perusahaan

Pola komunikasi responden terhadap perusahaan diukur dengan menilai aktivitas penerimaan pesan, pencarian informasi, dan penyampaian umpan balik oleh responden. Responden diminta memilih tiga alternatif jawaban pada 3 item pola komunikasi yaitu tidak pernah (skor = 1), jarang, (skor = 2), dan sering (skor = 3). Total skor masing-masing responden berkisar antara 1 sampai 9 dan terhadap skor yang diperoleh dilakukan pengklasifikasian pola komunikasi yang aktif, yaitu :

- a) Tidak aktif, apabila skor = 1 - 3
- b) Cukup aktif, apabila skor = 4 - 6
- c) Aktif, apabila skor = 7 - 9

3. Persepsi Terhadap Perusahaan

Persepsi responden terhadap perusahaan diukur dari penilaian dan pengalaman responden dengan berkomunikasi dengan pihak perusahaan dan tingkat perekonomian yang menyangkut peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat dengan beroprasinya kegiatan pertambangan migas oleh perusahaan serta partisipasi perusahaan dalam pengembangan sosial ekonomi masyarakat, mengacu pada program CSR (Coorporate Social Responsibility) tentang pembangunan berkelanjutan yang telah ada dalam perusahaan. Obyek persepsi yang dinilai dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan
2. Persepsi terhadap aktivitas pengelolaan lingkungan oleh perusahaan
3. Persepsi terhadap aktivitas pengembangan sosial ekonomi masyarakat

Responden diminta memberikan jawaban positif atau negatif berdasarkan persepsinya terhadap perusahaan, dengan tiga pilihan jawaban yaitu: (a) Tidak baik / skor 1, (b) Cukup baik / skor 2, (c) Baik / Skor 3.

### Teknik Analisis Data

Untuk melihat hubungan antara variabel persepsi dengan variabel karakteristik sosial ekonomi,danvariabel pola komunikasi dilakukan analisis uji statistik model analisis *Rank Spearman Coorelation*. Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mencari hubungan dan menguji hipotesis antar dua variabel atau lebih, bila datanya berbentuk ordinal atau ranking.

Rumus dasar yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\rho = \frac{1 - 6 \sum b_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :  $\rho$  : Koefisien korelasi *rank spearman*

n : Jumlah sampel

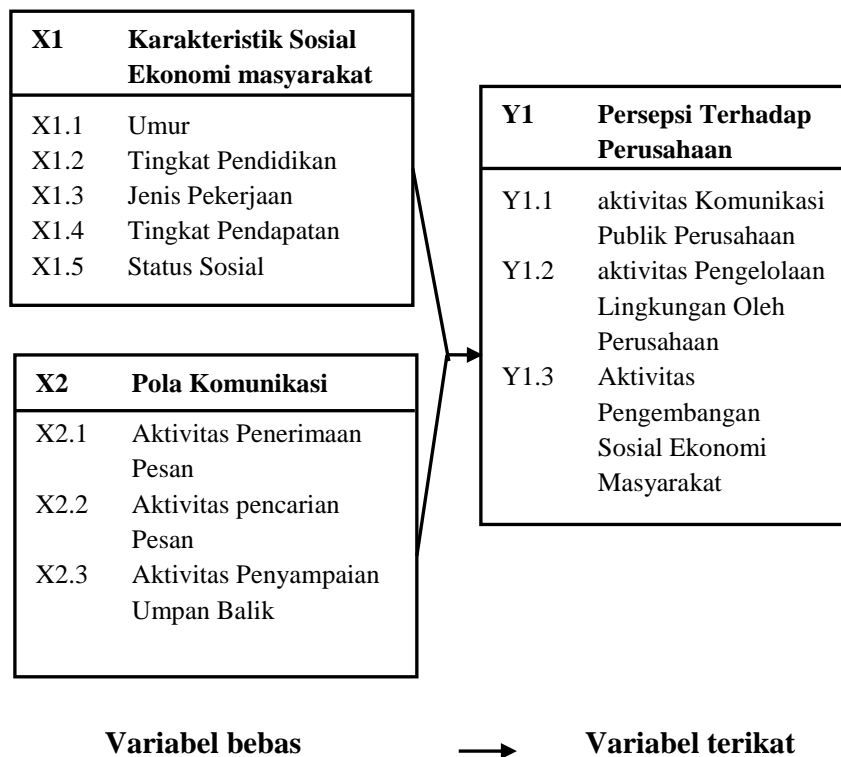
$b_i$  : selisih ranking

Ho diterima jika harga  $\rho$  hitung lebih kecil dari  $\rho$  tabel.

Data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan kedalam pengertian kualitatif dengan menilai tingkat kesalahan atau tingkat eror dari data pengujian statistik menggunakan rumus *rank spearman*.

### Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :



## Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir penelitian di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Karakteristik sosial ekonomi masyarakat berhubungan nyata dengan persepsi terhadap perusahaan
- b. Pola komunikasi masyarakat berhubungan nyata dengan persepsi terhadap perusahaan.

## PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Muara Pantuan terletak di Kecamatan Anggana, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur dan memiliki wilayah seluas 51.332 Ha. luas wilayah konservasi darat adalah 28.027 Ha dan luas wilayah konservasi perairan/laut adalah 13.851 Ha. Sedangkan wilayah pemukiman penduduk hanya seluas 119 Ha.

### Keadaan penduduk Desa Muara Pantuan

#### A. Jumlah penduduk

##### Sebaran Penduduk Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<15	1.265	22,04
2	15 – 24	1.790	31,19
3	25 – 34	990	17,25
4	35 – 44	630	10,98
5	45 – 54	590	10,28
6	55 – 65	354	6,17
7	> 65	120	2,09
Jumlah		5.739	100

Sumber : Profil Desa Muara Pantuan, 2016

#### B. Tingkat Pendidikan

Jumlah penduduk Desa Muara Pantuan berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar berpendidikan SD sebesar 63,6% (2.071 orang), 22,4% (728 orang) berpendidikan SLTP, 12,4% (405 orang) berpendidikan SLTA dan hanya terdapat 1,6% (51 orang) yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi.



### C. Jenis Pekerjaan

#### Sebaran Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petambak	571	27,2
2	Buruh Tani	45	2,1
3	Pegawai Negri Sipil dan Swasta	31	1,5
4	Pedagang	18	0,9
5	Nelayan	625	29,8
6	Montir	11	0,5
7	Bidan	2	0,1
8	Wiraswasta	793	37,8
Jumlah		2.096	100

Sumber: Profil Desa Muara Pantuan, 2016

### Hasil Penelitian

#### Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat

#### Tabel sebaran Responden Berdasarkan Karakteristik Sosial Ekonomi

Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat	Kategori	Persentase (%)
Umur	24 – 39 (muda)	50
	40 – 55 (sedang)	45
	56 – 69 (tua)	5
	Jumlah	100
Tingkat Pendidikan	Tidak Pernah Sekolah	2.5
	SD – SMP – SMA	95
	Perguruan Tinggi	2.5
	Jumlah	100
Jenis Pekerjaan	Nelayan/Petambak	62.5
	Non Perikanan	25
	Pengepul/Juragan	12.5
	Jumlah	100
Tingkat Pendapatan	1 - 10.6 juta (Rendah)	95
	10.7 - 20.3 juta (Sedang)	2.5
	20.4 – 30 juta (Tinggi)	2.5
	Jumlah	100
Status Sosial	Bukan Tokoh Masyarakat	77.5
	Tokoh Informal	10
	Tokoh Formal	12.5
	Jumlah	100

Sumber : Data Primer, diolah 2017

### Pola Komunikasi Masyarakat

Tabel sebaran responden berdasarkan keaktifan pola komunikasi terhadap aktivitas perusahaan

No	Aspek pola komunikasi terhadap aktivitas perusahaan	Keaktifan (%)			Total (%)
		Rendah	Sedang	Tinggi	
1	Aktivitas Penerimaan Pesan	80	20	0	100
2	Aktivitas Pencarian Pesan	12,5	70	17,5	100
3	Aktivitas Umpan Balik Pesan	25	65	10	100
Rataan		39,2	51,6	9,2	100

Sumber : Data Primer, diolah 2017

### Persepsi Masyarakat Terhadap Perusahaan

Tabel sebaran responden berdasarkan persepsi terhadap aktivitas perusahaan

Aspek Persepsi	Persepsi (%)			Total (%)
	Negatif	Netral	Positif	
Persepsi Terhadap Aktivitas Komunikasi Publik Perusahaan (Y1.1)	0	80	20	100
Persepsi Terhadap Aktivitas Pengelolaan Lingkungan (Y1.2)	0	87,5	12,5	100
Persepsi Terhadap Aktivitas Pengembangan Masyarakat (Y1.3)	0	75	25	100
Rataan	0	80,83	19,17	100

Sumber : Data Primer, diolah 2017

## Analisis Dan Pembahasan

### Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Dengan Persepsi Masyarakat Tentang Perusahaan

Tabel hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Persepsi Masyarakat Tentang Perusahaan Migas

No	Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat	Persepsi masyarakat terhadap perusahaan		
		Persepsi tentang aktivitas komunikasi publik perusahaan	Persepsi tentang pengelolaan lingkungan	Persepsi terhadap aktivitas pengembangan masyarakat
1	Umur	0,481**	0,238	0,068
2	Tingkat Pendidikan	-0,336*	0,000	-0,248
3	Jenis Pekerjaan	0,139	0,134	0,097
4	Tingkat Pendapatan	-0,092	-0,240	-0,185
5	Status Sosial	0,246	-0,049	0,025

Keterangan: \*\* : berhubungan sangat nyata pada taraf alpha  $\alpha$  0,01

\* : berhubungan nyata pada taraf alpha  $\alpha$  0,05

Berdasarkan tabel diatas hasil uji rank spearman tentang hubungan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dengan persepsi masyarakat terhadap perusahaan menunjukkan bahwa indikator umur berhubungan sangat signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang aktivitas komunikasi publik perusahaan dengan nilai korelasi 0,481\*\* menunjukkan nilai tersebut positif (searah), artinya berhubungan sangat signifikan atau sangat nyata. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin semakin tua umur responden maka semakin positif persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau dengan kata lain berfikir lebih bijak dalam menyimpulkan suatu informasi yang diterima tentang perusahaan.

Indikator tingkat pendidikan juga berhubungan nyata atau signifikan dengan persepsi masyarakat tentang aktivitas komunikasi publik perusahaan dengan nilai -0,336\* menunjukkan nilai tersebut negatif. Artinya semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat maka masyarakat akan semakin kritis dengan aktivitas perusahaan. Persepsi masyarakat tentang perusahaan semakin negatif, karna pada kenyataannya masyarakat yang tingkat pendidikannya lebih tinggi dan mengerti akan hak dan kewajiban perusahaan maka akan lebih kritis terhadap tanggung jawab dan kewajiban perusahaan terhadap masyarakat Desa Muara Pantuan. Sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan masyarakat maka semakin positif persepsi masyarakat terhadap aktivitas perusahaan.

## Hubungan Pola Komunikasi Masyarakat Dengan Persepsi Masyarakat Terhadap Perusahaan

Tabel hubungan pola komunikasi masyarakat dengan persepsi masyarakat tentang perusahaan

No	Pola Komunikasi Masyarakat	Persepsi Masyarakat Terhadap Perusahaan		
		Persepsi tentang aktivitas komunikasi publik perusahaan	Persepsi tentang pengelolaan lingkungan	Persepsi terhadap aktivitas pengembangan masyarakat
1	Aktivitas Penerimaan informasi	0,352*	0,257	0,240
2	Aktivitas Pencarian Informasi	0,341*	-0,081	0,163
3	Aktivitas Penyampaian Umpan Balik	0,234	-0,056	-0,198

Keterangan : \*\* : berhubungan sangat nyata pada taraf alpha  $\alpha$  0,01

\* : berhubungan nyata pada taraf alpha  $\alpha$  0,05

Hasil uji statistik dengan Rank Spearman tentang hubungan pola komunikasi dengan persepsi masyarakat menunjukkan bahwa indikator aktivitas penerimaan informasi berhubungan nyata dengan persepsi masyarakat tentang aktivitas komunikasi publik perusahaan dengan nilai korelasi 0,352\* menunjukkan nilai tersebut positif (searah). Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin rendah penerimaan informasi atau pesan dari perusahaan maka persepsi anggota masyarakat terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan akan cenderung semakin negatif atau berlaku juga sebaliknya. Anggapan masyarakat bahwa perusahaan perlu melakukan pertemuan yang rutin untuk membahas tentang harapan mereka yang seharusnya dipenuhi oleh perusahaan. Selama ini perusahaan tidak pernah melakukan pertemuan langsung dengan masyarakat melainkan melalui perantara aparat pemerintah, sehingga timbul opini dimasyarakat bahwa perusahaan hanya menjaga hubungan baik dengan oknum pemerintah atau tokoh masyarakat, dan tidak terlalu mementingkan kebutuhan publik melainkan hanya mementingkan eksplorasi perusahaan.

Hubungan pola komunikasi yang menunjukkan indikator aktivitas pencarian pesan dengan persepsi masyarakat terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan diketahui dengan nilai 0,341\*, yang menunjukkan nilai positif (searah). Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin rendah aktivitas pencarian informasi oleh masyarakat maka semakin negatif persepsi masyarakat terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan, begitu pula berlaku sebaliknya. Diketahui dari data wawancara kepada responden menjelaskan bahwa informasi yang disediakan

perusahaan untuk masyarakat tidak mudah untuk diakses, kecuali dengan mencari informasi melalui perantara pihak lain yaitu melalui aparat pemerintah dan tokoh masyarakat yang sering berkomunikasi dengan pihak manajemen perusahaan perihal aktivitas perusahaan itu sendiri. Pada kenyataannya informasi tentang perusahaan yang di dapat melalui perantara pihak lain juga tidak sepenuhnya dipercaya oleh masyarakat, karena sumber informasinya tidak langsung oleh manajemen PT.Total E&P Indonesia.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

1. Indikator umur dalam karakteristik sosial ekonomi masyarakat berhubungan sangat nyata dengan persepsi masyarakat terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan artinya bahwa semakin tua umur responden maka semakin bijak dalam menanggapi informasi yang didapatkan tentang perusahaan.
2. Indikator tingkat pendidikan dalam karakteristik sosial ekonomi masyarakat berhubungan nyata dengan komunikasi publik perusahaan dan menunjukkan nilai yang negatif artinya masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi maka akan semakin kritis terhadap informasi yang ia dapatkan dari perusahaan.
3. Pola komunikasi berdasarkan indikator penerimaan informasi dan pencarian informasi dengan persepsi masyarakat terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan berhubungan nyata artinya apabila penerimaan dan pencarian informasi masyarakat rendah maka persepsi masyarakat terhadap aktivitas komunikasi publik perusahaan juga semakin negatif dan berlaku juga sebaliknya.

### **Saran**

1. Diharapkan perusahaan dapat membangun komunikasi publik yang baik kepada masyarakat Desa Muara Pantuan yaitu dengan membangun arus informasi khususnya pada indikator penerimaan dan pencarian pesan agar mudah diakses oleh masyarakat dan dapat dengan mudah menyampaikan umpan balik informasi guna menciptakan persepsi positif masyarakat kepada perusahaan.
2. Diharapkan kepada perusahaan untuk menjadikan masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan tinggi dan yang berumur diatas 40 tahun sebagai sasaran utama dalam membangun komunikasi publik yang baik antara perusahaan dan masyarakat, karena berdasarkan temuan penelitian bahwa masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan tinggi akan lebih kritis dalam menafsirkan informasi dan masyarakat yang berumur lebih tua atau berumur diatas 40 tahun lebih baik dan lebih bijak dalam menanggapi informasi yang didapatkan.

## Daftar Pustaka

- Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta, Bumi Aksara, 2014.
- De Vito, A Joseph. *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta, Professional Books, 1997.
- Kantor Desa Muara Pantuan Kecamatan Anggana, *Profil Desa Muara Pantuan Kecamatan Anggana*, kabupaten kutai kartanegara, 2012.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Mulyana, Dedi. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, 2001.
- Nasution, Zulkarimen. *Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori dan Penerapannya*, Jakarta, PT. Raja Grafindo, 2002.
- Prayudi. *Public Relations Strategik*, Yogyakarta, Komunikasi UPN Press, 2012.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, 2012.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta Barat, LP3ES, 1989.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2008.
- Sobur, Alex. *Psikologi Umum*, Bandung, PT. Pustaka Setia, 2013.
- Yulianita, Neni. *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung, Pusat Penerbit Universitas (P2U) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (LPPM UNISBA), 2012.

## Jurnal

- Jaya, Askar. *Konsep Pembangunan Berkelanjutan*, Pengantar Falsafah Sains, Bogor, Institut Pertanian Bogor, 2004.
- Resdiana, Raden. *Strategi Corporate Social Responsibility Bidang Pendidikan Tahun 2010-2011 Total E&P Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan* (Skripsi Tidak Dipublikasikan), Jakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi - Universitas Mercubuana, 2012.
- Salahuddin. *Peran Mangrove Dalam Menetralisasi Logam Berat Pada Tambak di Kawasan Delta Mahakam*, \_\_\_\_\_ 2013.
- Yudarwati, Arum. *Bentuk Tanggung Jawab Organisasi*, \_\_\_\_\_ 2012.