

Pelaksanaan aktivitas sosial sebagai strategi komunikasi pada PT.BASF Indonesia (Suatu studi Community Relations pada Warga Kampung Duri, Rw.04 dan Rw.06. Kelurahan Kosambi, Cengkareng)

Eka Nuryulianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286190&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Publik eksternal dari Public Relations terutama komunitas lokal masih sering diabaikan keberadaannya dalam turut mendukung kesuksesan perusahaan. Hal ini tercermin dari masih sedikitnya sumbangan dari perusahaan-perusahaan kepada masyarakat sekitar. Memang banyak diantara penyebabnya adalah kekurangmampuan perusahaan dalam menyandang dana tetapi banyak pula perusahaan yang sudah maju tetapi tetap tidak peduli dengan lingkungan masyarakat sekitar. Berdasarkan anggapan di atas peneliti tertarik untuk mengkaji PT. BASF Indonesia yang disamping berhasil dalam bidang usahanya tetapi juga berhasil membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Hal ini tidak terjadi begitu saja tetapi melalui sejumlah usaha. Usaha untuk dapat diterima oleh lingkungan masyarakat sekitar bukannya suatu hal yang terjadi begitu saja tetapi memerlukan pendekatan tersendiri karena setiap masyarakat memiliki ciri keunikan dan budaya sendiri. Dalam kaitan ini suatu strategi komunikasi mutlak diperlukan. Strategi komunikasi yang dilakukan di sini adalah dengan melakukan aktivitas community relations atau melakukan kegiatan kegiatan sosial bagi komunitas lokal yang berada di sekitar wilayah perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif dengan bentuk penelitian studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. BASF Indonesia hubungannya dengan usaha membina hubungan dengan penduduk sekitar sebagai upaya membangun, memelihara dan meningkatkan citra perusahaan serta untuk mengetahui rintangan yang ditemui dalam menjalin hubungan dengan penduduk sekitar tersebut. Populasi yang peneliti ambil adalah warga Kampung Duri Rw. 04 dan Rw. 06, Kelurahan Kosambi, Cengkareng. Penelitian ini mengambil tiga informan dari PT. BASF Indonesia yang dipilih secara purposif. Untuk menunjang data yang ada, peneliti juga mewawancarai penduduk sekitar sebanyak delapan orang, lima orang dari Rw. 04 dan tiga orang dari Rw. 06. Peneliti memperoleh kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan PT. BASF Indonesia, yaitu dengan melakukan serangkaian aktivitas community relations, telah mendapatkan tanggapan yang dari warga. Tanggapan yang baik ini dengan sendirinya akan meningkatkan citra positif yang berlaku di masyarakat.