

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil minyak mentah terbesar di dunia. Berdasarkan BP Statistical Review 2022 Indonesia menempati urutan ke-24 sebagai negara penghasil minyak bumi terbesar di dunia dengan total 692 ribu barel per hari atau berkontribusi terhadap 0,8% produksi minyak dunia. (cnbcindonesia.com) Dengan banyaknya minyak mentah yang diproduksi membuat pengeboran sumur untuk minyak dan gas di wilayah Indonesia bertambah, salah satunya adalah di Wilayah Kabupaten Rokan, Provinsi Riau.

Faktor sumber daya alam yang mendukung membuat Rokan memiliki kontribusi 24% terhadap produksi migas di Indonesia. Wilayah Rokan memiliki luas wilayah 6.264 km² dan memiliki dua lapangan minyak terbesar, yaitu Minas dan Duri. Rokan mulai berproduksi pada tahun 1952 dan menjadi salah satu wilayah yang paling efektif dalam menghasilkan minyak. Blok Rokan pernah mencetak produksi minyak tertinggi menyentuhkan hampir 1 juta barel per hari pada Mei 1973 yang dikelola oleh pihak PT Caltex Pacific Indonesia yang berubah nama menjadi PT Chevron Pacific Indonesia karena ada kebijakan global pemegang saham pada saat itu. (detik.com).

Pada tanggal 9 Agustus 2021 Blok Rokan diambil alih dari pihak PT Caltex Pacific Indonesia ke pihak Pertamina melalui PT. Pertamina Hulu Rokan (PHR) untuk 20 tahun kedepan. Setelah pengambilan Wilayah Rokan, Pertamina memiliki peran untuk mendukung program pemerintah satu juta barel minyak per hari pada 2030. (kompas.com). Dalam memenuhi target dari pemerintah, Pertamina melalui PT. Pertamina Hulu Rokan memberikan kepercayaan kepada PT Elnusa Tbk selaku mitra kerja untuk menjalankan *project* yang sedang berlangsung.

PT Elnusa Tbk merupakan sebuah perusahaan yang dikelompokkan dalam kegiatan usaha untuk menyediakan jasa pengukuran data geofisika/seismik, jasa pemboran migas, jasa *oilfield* dan jasa *operation & maintenance* (O&M) dan *engineering, procurement, & construction* (EPC). Selain itu Elnusa juga menyediakan jasa penguliran, perdagangan pipa *Open Cycle Gas Turbine* (OCGT) dan fabrikasi, pembuatan ulir (*threading*) untuk pemboran migas, jasa pengelolaan data dan informasi energi dan sumber daya mineral (khususnya eksplorasi dan eksploitasi minyak dan gas bumi). Jasa pengelolaan data migas, jasa pembangunan sistem teknologi informasi terpadu, jasa telekomunikasi, jasa penyediaan jaringan, telekomunikasi satelit dan sistem komunikasi *VerySmall-Aperture Terminal* (VSAT). Dalam program *project* yang dijalani oleh pihak Elnusa di wilayah kerja Rokan terdapat permasalahan yang menjadi penghambat target Elnusa untuk membantu Pertamina dalam mencapai satu juta barel minyak per hari pada 2030. Alasan peneliti memilih

wilayah *project* Rokan sebagai tempat penelitian karena tingginya faktor kesenjangan sosial di daerah tersebut, yang menyebabkan adanya konflik dan membuat kegiatan *project* Elnusa menjaditerganggu.

Menurut Max Weber dalam (Saputri, 2016) kesenjangan sosial terkait dengan distribusi kekuasaan, status, dan kekayaan dalam masyarakat. Weber mengidentifikasi tiga dimensi utama kesenjangan sosial, yaitu kesenjangan ekonomi (kekayaan), kesenjangan politik (kekuasaan), dan kesenjangan sosial (status atau prestise). Distribusi yang tidak merata ini dapat menimbulkan konflik yang menurut Folger dalam (Ekawarna, 2018:5) konflik adalah tujuan dan interferensi yang tidak sesuai antara satu dengan yang lainnya dalam mencapai tujuan.

Berdasarkan Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti dengan melakukan diskusi bersama Eko Bayu Suseno selaku *Assistant Manager Community Relations* PT Elnusa Tbk, permasalahan yang terjadi antara masyarakat Rokan dan Elnusa berawal dari harapan masyarakat yang menganggap kehadiran *project* Elnusa di Wilayah Rokan dapat menjadi solusi untuk mengatasi kesenjangan sosial dalam masyarakat. Harapan masyarakat tersebut diterima dan dijawab oleh pihak Elnusa dengan cara membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat Rokan, tetapi dalam pembukaan lowongan pekerjaan tersebut ada ketidakpuasan dari sekelompok oknum masyarakat terhadap lowongan pekerjaan yang dibuka. Oknum masyarakat tersebut menganggap lowongan pekerjaan yang dibuka masih terlalu sedikit dan sekelompok oknum tersebut juga berasumsi bahwa Elnusamembawa terlalu banyak pekerja dari luar Rokan yang membuat kuota untuk masyarakat daerah menjadi berkurang. Dalam permasalahan kuota pekerja untuk masyarakat daerah, pihak Elnusa memberi klarifikasi kepada masyarakat wilayah Rokan bahwa alasan Elnusa membawa pekerja dari luar Rokan karena dibutuhkan sumber daya manusia yang ahli dan berkompeten dibidang *project* yang sedang dijalankan.

Hasil observasi selanjutnya dilakukan peneliti saat melakukan kegiatan magang dan mengikuti *meeting community relations* Elnusa, peneliti menemukan bahwa pada tanggal 15 Agustus 2022 terjadi penyampaian pendapat yang dilakukan masyarakat di Warehouse dan Office Elnusa yang terletak di Duri, Provinsi Riau. Sekelompok masyarakat tersebut menginginkan agar dapat diikutsertakan dalam *project* Pertamina yang sedang berlangsung.

Untuk mengatasi masalah yang sedang terjadi di Wilayah Kerja Rokan, PT Elnusa Tbk memberikan tugas kepada Divisi *Community Relations* yang merupakan salah satu fungsi Public Relations dalam menjaga hubungan dengan komunitas. Wilbur J dalam (Pribadi, 2020:59) mendefinisikan hubungan *Community Relations* dengan komunitas, sebagai fungsi hubungan masyarakat, merupakan partisipasi suatu lembaga yang berencana, aktif, dansinambung dengan dan di dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina lingkungannya demi keuntungan kedua belah pihak, lembaga dan komunitas. Tujuan utamanya adalah untuk memelihara dan membangun lingkungan yang menguntungkan kedua belah pihak. yaitu perusahaan dan komunitas tersebut. Hal ini mencakup berbagai upaya seperti berkomunikasi secara terbuka, dan merespon kebutuhan serta aspirasi masyarakat.

Edmund M. Burke (2001) dalam bukunya *Corporate Community Relations* menyatakan, menjalin hubungan dengan komunitas dibutuhkan strategi-strategi yang tepat, yaitu *building relationship of trust*, *managing community issues and concerns*, dan *using community support program to build trust*. Maka dari itu dalam tugas *Community Relations* diperlukan strategi komunikasi yang baik dan terencana untuk membuat hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara dua belah pihak .

Dalam menjalankan tugas yang diberikan Elnusa, divisi *Community Relations* yang berhadapan langsung dengan persoalan-persoalan sosial di Wilayah Rokan memerlukan pendekatan yang efektif dengan kelompok masyarakat. Hal lain yang diperlukan adalah melakukan observasi untuk mendapatkan gambaran atas permasalahan yang terjadi, mendengarkan keluhan masyarakat, mencari solusi, dan menjalankan rencana tindakan atas masalah yang terjadi.

Dengan permasalahan yang telah diuraikan di atas, memunculkan banyak pertanyaan sehingga penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “**Strategi *Community Relations* Perusahaan Jasa Energi Dalam Menghadapi Kesenjangan Sosial Masyarakat (Studi Kasus PT Elnusa Tbk Wilayah Kerja Rokan, Provinsi Riau)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

”Bagaimana Strategi *Community Relations* PT Elnusa Tbk dalam menghadapi kesenjangan sosial masyarakat di wilayah kerja Rokan, Provinsi Riau?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi yang digunakan oleh *Community Relations* PT Elnusa Tbk dalam menghadapi kesenjangan sosial dengan masyarakat di wilayah kerja Rokan, Provinsi Riau.
2. Untuk mengetahui taktik yang digunakan oleh *Community Relations* PT Elnusa Tbk dalam menghadapi kesenjangan sosial dengan masyarakat di wilayah kerja Rokan, Provinsi Riau.
3. Untuk mengetahui hambatan dalam implementasi Strategi *Community Relations* PT Elnusa Tbk dalam menghadapi kesenjangan sosial masyarakat di wilayah kerja Rokan, Provinsi Riau.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman, perkembangan studi ilmu komunikasi dalam Strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan terutama dibidang *Community Relations* dan dapat menambah wawasan untuk mengkaji secara mendalam mengenai *Community Relations*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk PT Elnusa Tbk sebagai bahan pengamatan atau referensi dalam pemilihan strategi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan *Community Relations* dalam menangani permasalahan.