

**SIKAP MASYARAKAT PERDESAAN TERHADAP KOMUNIKASI PUBLIK  
DAN PROGRAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT PT NNT DI  
LINGKAR TAMBANG BATU HIJAU KABUPATEN SUMBAWA**

***The Attitudes of Rural Community for Company Public Communication  
and Community Development Program in Around the Mining Area Batu  
Hijau Sumbawa Regency***

**Agus Purbathin Hadi**

Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian

**ABSTRAK**

Dukungan masyarakat sekitar perusahaan penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan, sehingga suatu perusahaan seperti perusahaan pertambangan PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT), perlu melakukan komunikasi publik dan memberdayakan masyarakat di sekitar lingkaran pertambangan Batu Hijau. PT NNT telah melakukan upaya-upaya komunikasi publik dan pengembangan masyarakat, akan tetapi masih dijumpai berbagai permasalahan sosial di kawasan pertambangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan komunikasi publik PT NNT dan kebijakan pengembangan masyarakat perdesaan lingkaran tambang yang dilaksanakan PT NNT, serta hubungannya dengan sikap masyarakat setempat terhadap PT NNT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan diskusi kelompok terarah. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kebijakan komunikasi publik dan program pengembangan masyarakat yang dilaksanakan perusahaan belum mampu menciptakan sikap positif masyarakat terhadap perusahaan. Untuk itu, kepada PT NNT disarankan untuk merevitalisasi kebijakan komunikasi publiknya dengan lebih memperhatikan pendekatan budaya, dan terkait dengan kebijakan pengembangan masyarakat agar disesuaikan dengan harapan dan kebutuhan masyarakat.

**ABSTRACT**

*Community support is essential for company success and sustainability, and therefore a mining company such as PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT) needs to promote effective public communication and community development, especially with the community around the mining area Batu Hijau. Even though public communication and community development have been done by PT NNT, various social problems and issues are found around the mining area. This study was carried out to know public communication and community development policies taken by PT NNT, and their relation with community attitudes. Descriptive method was applied to the study while interview and focus group discussion were used for data collection. This study found that public communication and community development policies and programs failed to promote community's favourable attitudes toward the company .*

Kata Kunci: Sikap, Komunikasi Publik dan Program Pengembangan Masyarakat  
Key Words: Attitudes, Public Communication And Community Development Program

*Therefore. This study suggest the company to revitalise its public communication policy with more attention to community culture while community development policy and program should be based on community expectation and needs.*

## PENDAHULUAN

Berlangsungnya kegiatan pertambangan emas dan tembaga di kawasan Batu Hijau di Pulau Sumbawa Propinsi Nusa Tenggara Barat, di satu sisi memiliki implikasi positif terhadap pembangunan ekonomi nasional dengan diperolehnya tambahan devisa yang cukup besar, akan tetapi di sisi lain juga membawa implikasi sosial yang serius. Pertambangan Batu Hijau yang dikelola PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT) baru mulai beroperasi pertengahan tahun 1999, akan tetapi implikasi sosial sudah dirasakan masyarakat di sekitar kawasan pertambangan sejak masa konstruksi (tahun 1997). Kegiatan pertambangan membuka kesempatan kerja dan peluang berusaha bagi masyarakat sekitarnya, namun juga terdapat potensi konflik sosial akibat pertambangan (Mahsun, 1998). Permasalahan-permasalahan sosial tersebut, dapat diatasi atau setidaknya diminimalkan melalui komunikasi dua arah yang resiprokal, dinamis dan berkesinambungan antara perusahaan pertambangan dengan masyarakat setempat, karena kegiatan perusahaan tidak akan dapat berhasil dengan baik tanpa dukungan masyarakat.

Masyarakat berharap kehadiran perusahaan akan dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraannya, oleh karena itu sangat diharapkan kepedulian sosial perusahaan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat setempat. Kepedulian tersebut bukan hanya dengan memberikan kesempatan kerja dan peluang berusaha kepada masyarakat setempat, akan tetapi melalui suatu perencanaan sosial jangka panjang dalam bentuk program pengembangan masyarakat (*Community development*). Kegiatan pengembangan masyarakat yang dilaksanakan perusahaan kemungkinan akan berimplikasi terhadap sikap masyarakat sekitarnya dalam menanggapi keberadaan perusahaan.

Cutlip dan Center (Effendi, 1998) mengatakan bahwa dalam pelaksanaan hubungan dengan masyarakat, penting diketahui apa yang didambakan masyarakat bagi kesejahteraannya, apa yang diharapkan dari perusahaan sebagai sumbangan untuk kesejahteraannya itu, dan bagaimana cara menilai kontribusi tersebut. Kepentingan masyarakat tersebut hendaknya diperhatikan perusahaan, dimana kegiatan-kegiatan pengembangan masyarakat yang dilakukan idealnya selalu mengacu pada kepentingan masyarakat sekitarnya. Upaya perusahaan membantu masyarakat mengupayakan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhannya akan menumbuhkan sikap positif anggota masyarakat terhadap perusahaan.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui kebijakan komunikasi publik PT NNT dan kebijakan pengembangan masyarakat perdesaan lingkaran tambang yang dilaksanakan PT NNT, serta hubungannya dengan sikap masyarakat setempat terhadap PT NNT.

## METODE PENELITIAN

### Metode dan Teknik Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian survai yang bersifat menjelaskan suatu fenomena (*explanatory research*). Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan metode diskusi kelompok terarah (*Focus group discussion, FGD*). Untuk memperoleh data sekunder, dilakukan telaah dokumen dan pustaka dari berbagai sumber yang terkait dengan penelitian. Data tentang komunikasi publik yang dilaksanakan perusahaan diperoleh dari bulletin intern "*Suara Batu Hijau*", laporan-laporan, dan publikasi perusahaan.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah anggota masyarakat di desa-desa sekitar lokasi pertambangan Batu Hijau yang meliputi Kecamatan Jereweh, Kecamatan Sekongkang, dan Kecamatan Taliwang. Dari ketiga kecamatan tersebut diambil 10 desa sebagai contoh, masing-masing empat desa di Kecamatan Jereweh dan Kecamatan Sekongkang sebagai wilayah yang paling dekat dengan lokasi pertambangan, dan dua desa di Kecamatan Taliwang yang juga terkena dampak kegiatan pertambangan. Penentuan responden menggunakan metode acak (*random sampling*), masing-masing 15 orang responden dari setiap desa, sehingga jumlah responden seluruhnya 150 orang.

### Peubah Penelitian

Peubah dalam penelitian ini terdiri dari : (1) Kebijakan PT NNT terhadap komunikasi publik dan pengembangan masyarakat perdesaan lingkaran tambang, (2) Karakteristik komunikasi, dan (3) Sikap masyarakat. Peubah karakteristik komunikasi terdiri dari :

- Keterdedahan responden terhadap komunikasi publik perusahaan diukur dengan menilai aktivitas penerimaan pesan, pencarian informasi, dan penyampaian umpan balik oleh responden. Responden diminta memilih tiga alternatif jawaban pada empat item keterdedahan komunikasi, yaitu tidak pernah (skor = 0), jarang (skor = 1), dan sering (skor = 2). Total skor masing-masing responden berkisar antara 0 sampai 8, dan dari skor yang diperoleh dilakukan pengklasifikasian keterdedahan komunikasi,

yaitu : (a) Tidak terdedah, skor = 0-2, (b) Agak terdedah, skor = 3-5, dan (c) Terdedah skor = 6-8.

- Pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan diukur dengan penilaian responden terhadap pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan. Responden diminta memberikan penilaian terhadap lima kepentingan masyarakat dengan memberikan skor pada masing-masing item sesuai dengan pengalaman responden dengan kisaran 0–2, kemudian dilakukan pengklasifikasian pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan, yaitu : (a) Harapan masyarakat belum terpenuhi, apabila total skor = 0-3; (b) Sebagian harapan masyarakat terpenuhi, apabila total skor = 4-6, dan (c) Harapan masyarakat telah terpenuhi, apabila total skor = 7-10.

Sikap terhadap perusahaan pertambangan diukur menggunakan skala Likert berskala lima. Pengukuran dilakukan menggunakan 11 item pernyataan dalam dua obyek sikap, yaitu kebijakan komunikasi publik perusahaan dan kebijakan pengembangan masyarakat oleh perusahaan. Responden diminta memberikan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan tersebut dalam lima pilihan jawaban, yaitu : (0) Sangat tidak setuju; (1) Tidak setuju; (2) Ragu-ragu atau tidak tahu; (3) Setuju; dan (4) Sangat setuju. Jawaban responden ditabulasi kemudian diklasifikasikan :

- Sikap negatif apabila  $\geq 75\%$  jawaban responden pada pilihan 0 dan 1.
- Sikap ragu-ragu apabila jawaban responden  $\geq 75\%$  pada pilihan 2.
- Sikap positif apabila  $\geq 75\%$  jawaban responden pada pilihan 3 dan 4.

### **Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan untuk semua peubah adalah analisis deskriptif berdasarkan tabulasi, dan setelah diolah kemudian disajikan dalam bentuk tabel. Untuk melihat hubungan antara peubah sikap dengan peubah-peubah karakteristik sosial ekonomi dan peubah-peubah komunikasi, dilakukan analisis statistik korelasi menggunakan model analisis peringkat Spearman (*Spearman rank correlation*).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

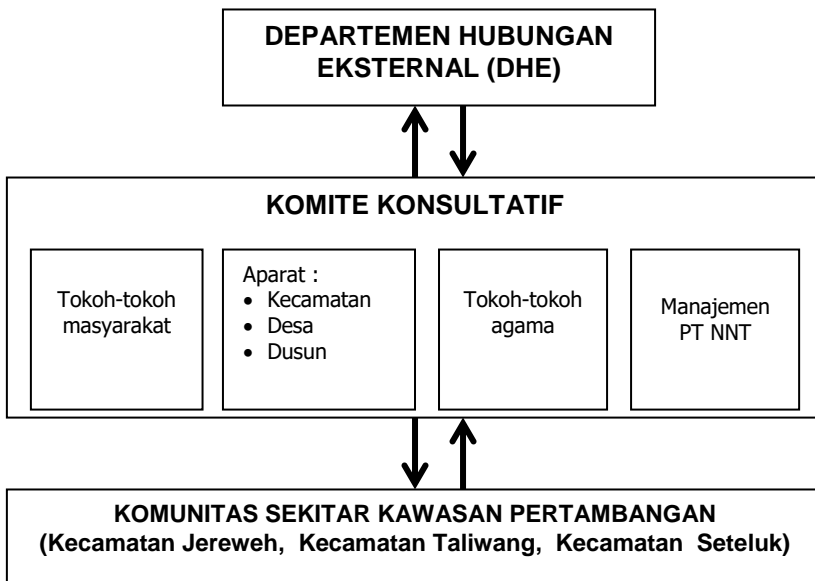
### **Kebijakan PT NNT terhadap Komunikasi Publik dan Pengembangan Masyarakat**

Perusahaan telah memulai kegiatan komunikasi publik dengan masyarakat di sekitar kawasan pertambangan sejak tahap konstruksi proyek Batu Hijau (1997-1998). Dalam upaya melakukan sosialisasi dan menyiapkan masyarakat sebelum mulai beroperasinya kegiatan pertambangan, Departemen Hubungan Eksternal (DHE) PT NNT membentuk Komite

Konsultatif (KK). Komite ini dibentuk untuk menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat setempat.

Komite Konsultatif beranggotakan unsur manajemen perusahaan, unsur masyarakat, dan unsur pemerintahan. Unsur masyarakat terdiri dari tokoh-tokoh masyarakat dan tokoh-tokoh agama setempat, sedangkan unsur pemerintah terdiri dari aparat pemerintahan tingkat kecamatan dan desa. Komite ini dibentuk di tiga Kecamatan sekitar kawasan pertambangan (Kecamatan Jereweh, Taliwang dan Seteluk). Khusus untuk Kecamatan Jereweh sebagai lokasi pertambangan, KK dibentuk pada semua desa (termasuk di satuan pemukiman transmigrasi Tongo I dan Tongo II).

Dilihat dari keanggotaannya, pembentukan KK ini mengadopsi model penyampaian informasi pembangunan oleh pemerintah Orde Baru, dimana unsur aparat pemerintah memegang peran dominan dalam kegiatan komunikasi pembangunan. Struktur organisasi Komite Konsultatif digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi Komite Konsultatif PT NNT Tahun 1999

Dalam melaksanakan sosialisasi dan berkomunikasi dengan masyarakat, KK cenderung menggunakan pendekatan formal yang bersifat

dari atas ke bawah (*top down*) sehingga tidak efektif menjangkau semua lapisan masyarakat. Komite ini hanya mampu menjangkau lapisan atas dan lapisan menengah dari masyarakat setempat. Penunjukan aparat pemerintah, tokoh masyarakat dan tokoh agama menjadi anggota KK malah menimbulkan eksklusivitas di kalangan anggota KK karena dianggap kepanjangan tangan, mendapatkan fasilitas dan digaji oleh PT NNT.

Model komunikasi KK ini merupakan salah satu kegagalan komunikasi publik PT NNT dengan masyarakat perdesaan lingkaran tambang. Penunjukan anggota KK tidak dilakukan secara selektif dan hanya mengandalkan rekomendasi dari aparat pemerintah. Hal ini mengakibatkan adanya anggota yang hanya mengambil keuntungan dari kedudukannya sebagai anggota KK. Munculnya beberapa kasus, misalnya adanya oknum anggota KK yang berlaku sebagai calo tenaga kerja ke PT NNT, adanya anggota KK yang melakukan penekanan terhadap masyarakat dalam pembebasan lahan, menyebabkan timbulnya antipati masyarakat terhadap KK yang berdampak negatif terhadap citra PT NNT.

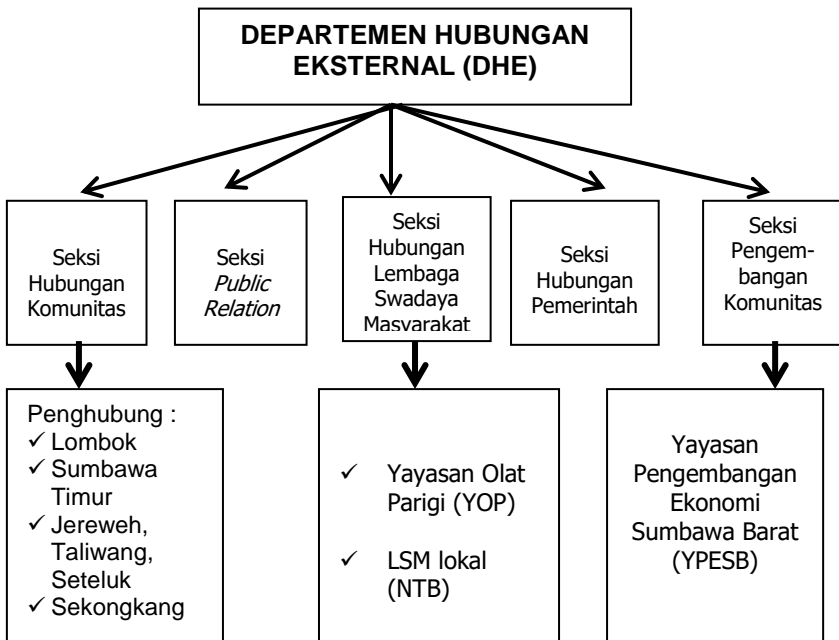
Belajar dari kegagalan pendekatan komunikasi melalui KK, pada awal tahap operasionalnya (1999) perusahaan membubarkan Komite Konsultatif dan mereorganisasi Departemen Hubungan Eksternal. Departemen Hubungan Eksternal yang semula memiliki tiga seksi (*Public Relation*, Hubungan Pemerintah, dan Pengembangan Masyarakat dan Bisnis), dikembangkan menjadi lima seksi. Kelima seksi DHE tersebut adalah seksi-seksi : Hubungan Masyarakat (HK), *Public Relation* (PR), Hubungan Pemerintah (HP), Hubungan Lembaga Swadaya Masyarakat (HLSM), dan Pengembangan Masyarakat (PK). Struktur organisasi DHE adalah seperti digambarkan pada Gambar 2.

Seksi Hubungan Masyarakat menangani kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat, baik masyarakat di Pulau Sumbawa maupun masyarakat di Pulau Lombok. Seksi *Public Relation* menangani kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat dalam arti luas termasuk hubungan dengan pers. Seksi Hubungan Pemerintah menangani kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pemerintah, baik dengan pemerintah pusat, pemerintah propinsi, pemerintah kabupaten, maupun dengan pemerintah kecamatan dan desa di sekitar kawasan pertambangan.

Seksi Hubungan Lembaga Swadaya Masyarakat menangani hubungan komunikasi dengan LSM setempat. Hubungan dengan LSM memiliki sasaran untuk mendorong LSM bertindak aktif dalam masalah sosial dan lingkungan yang dihadapi masyarakat setempat. Perusahaan mengharapkan LSM dapat memberikan analisa independen mengenai masalah-masalah masyarakat, dan sebagai alternatif dari institusi pemerintah sebagai sumber perubahan.

Disamping melakukan kerjasama dengan LSM yang ada di Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa, perusahaan memfasilitasi pembentukan

Yayasan Olat Parigi (YOP) bersama-sama masyarakat Jereweh. Pembentukan YOP ini bertujuan mendorong pemberdayaan masyarakat setempat melalui evaluasi kebutuhan masyarakat dan pengembangan program-program swadaya. Peran perusahaan dalam YOP terbatas pada penyediaan dana untuk pelaksanaan program, menempatkan satu wakil di Dewan Pengurus YOP, serta memberikan bantuan teknis dan dukungan finansial.



Gambar 2. Struktur Organisasi Departemen Hubungan Eksternal Tahun 2000

Seksi Pengembangan Masyarakat menangani kegiatan pengembangan komunitas di sekitar lokasi pertambangan. Seksi ini kemudian membentuk Yayasan Pengembangan Ekonomi Sumbawa Barat (YPESEB). Yayasan ini mendapat mandat untuk memfasilitasi pembangunan infrastruktur dan pengembangan ekonomi dan menciptakan lapangan usaha bagi masyarakat setempat, misalnya dengan mempekerjakan anggota masyarakat setempat, mengajarkan keterampilan baru, dan memproduksi barang untuk dijual. Perusahaan mengarahkan YPESEB untuk mengem-

bangkan swadaya masyarakat secara berkesinambungan, dan diharapkan akan terus berjalan setelah operasional tambang ditutup. Dalam melaksanakan peran ini, YPESB memiliki tiga bidang kegiatan utama, yaitu pelayanan kesehatan masyarakat, perbaikan infrastruktur, dan pengembangan usaha lokal.

Pelayanan kesehatan masyarakat, dirancang untuk meningkatkan kesehatan umum masyarakat setempat dan sekaligus melindungi karyawan tambang dari masalah kesehatan, terutama penyebaran malaria dan HIV-AIDS. Program layanan kesehatan dimulai pada tahap awal kegiatan konstruksi (tahun 1997) oleh PT Flour Daniel Indonesia (PT FDI), kontraktor utama Proyek Batu Hijau. YPESB mengambil alih program ini pada tahun 1999 dan menjadikannya prioritas utama. Untuk melaksanakan program ini, YPESB bekerjasama dengan AEA, sebuah lembaga penyedia layanan kesehatan internasional.

Perbaikan infrastruktur, pada awalnya dititikberatkan pada pelaksanaan komitmen perusahaan untuk memperkecil dampak konstruksi tambang terhadap fasilitas umum dan sumberdaya. Selain itu, YPESB akan membantu membangun fasilitas umum, transportasi, pendidikan dan kesehatan umum yang diperlukan untuk mengimbangi laju perkembangan wilayah sesuai dengan Rencana Tata Ruang (RTR). Hal ini akan dilakukan secara kemitraan dengan masyarakat dan pemerintah setempat. Dalam bidang perbaikan infrastruktur, kegiatan YPESB adalah memperbaiki infra-struktur untuk melaksanakan komitmen perusahaan memperkecil dampak kegiatan konstruksi tambang. Beberapa hasil pekerjaan infrastruktur adalah perbaikan jalan dan pembangunan fasilitas umum, berupa perbaikan jalan propinsi antara Jereweh-Sekongkang, pembangunan fasilitas umum berupa pembangunan Puskesmas Maluk, pembangunan Posyandu di semua desa Kecamatan Jereweh, kantor Polsek Batu Hijau, dan perbaikan Sekolah Dasar, SLTP dan SMU di Kecamatan Jereweh, serta pembangunan sistem pasokan air bersih untuk mengganti sumber air tradisional dari Sungai Sejong yang terkena dampak kegiatan konstruksi tambang telah dibangun di Tongo dan Sejong.

Pengembangan usaha lokal, merupakan bidang usaha YPESB yang paling penting di masa mendatang. Tujuan pengembangan usaha lokal adalah untuk memprakarsai dan mendorong pengembangan ekonomi lokal yang penting di sekitar lingkaran tambang secara terpadu dan berkesinambungan agar dapat berlangsung melebihi usia tambang. Bidang pengembangan usaha lokal dirancang untuk mendukung pengembangan usaha baru secara berkesinambungan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Program jangka panjang YPESB mencakup pemberian bantuan untuk mengembangkan ekonomi lokal dengan memanfaatkan pasar yang terbentuk dengan beroperasinya pertambangan. Hasil pengembangan usaha lokal adalah YPESB, diantaranya adalah



kegiatan Pembinaan petani sayur-sayuran dan buah-buahan bekerjasama dengan Fakultas Pertanian Universitas Mataram.

Kegiatan pengembangan masyarakat yang telah dan akan dilaksanakan perusahaan seperti diuraikan di atas, menunjukkan bahwa sejak tahap konstruksi pertambangan Batu Hijau perusahaan telah menunjukkan upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Akan tetapi, dari hasil wawancara dan FGD masyarakat berpendapat bahwa kegiatan pengembangan masyarakat masih perlu ditingkatkan.

Dari 150 orang responden, hanya 13,33% yang terlibat dalam kegiatan pengembangan masyarakat, misalnya sebagai petani binaan, peternak binaan, peserta kursus menjahit, dan sebagai kader kesehatan lingkungan. Rendahnya keterlibatan responden ini, disamping karena sebagian kegiatan yang dilaksanakan masih berupa proyek percontohan, responden menilai bahwa mereka yang terlibat dan mendapatkan bantuan dari perusahaan hanya orang tertentu saja.

Mengacu pada penelitian Mahsun (1998) rendahnya keterlibatan masyarakat ini kemungkinan terkait dengan orientasi nilai budaya masyarakat setempat yang berorientasi pada waktu lampau dan mendatang yang lebih dekat dengan waktu kini. Orientasi budaya ini berdampak pada perilaku kurang mau bekerja keras, dimana karya (atau kerja) dipandang hanya untuk mendapatkan nafkah, dan tidak dipandang sebagai upaya untuk memperoleh kedudukan, kehormatan, atau untuk meningkatkan kualitas karya itu sendiri. Sebagai contoh (Faperta Unram, 1999), Tim Pembina Petani Sayur-sayuran dari Fakultas Pertanian Universitas Mataram mengalami kesulitan untuk mencari petani yang bersedia mengikuti program penanaman sayur-sayuran, padahal semua sarana produksi dan jaminan pemasaran diberikan oleh perusahaan

### **Karakteristik Komunikasi Responden**

**Keterdedahan terhadap komunikasi publik PT NNT.** Suatu komunikasi publik akan berhasil apabila publik sasaran terdedah oleh aktifitas komunikasi yang dilakukan perusahaan. Tingkat keterdedahan masyarakat terhadap komunikasi publik perusahaan adalah seperti Tabel 1.

Tabel 1. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Keterdedahan Komunikasi Publik PT NNT

<b>No</b>	<b>Tingkat Keterdedahan Komunikasi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1.	Terdedah (Skor 6-8)	76	50,67
2.	Agak terdedah (Skor 3-5)	56	37,53
3.	Tidak terdedah (Skor 0-2)	18	12,00
Jumlah (n)		150	100,00

Sebagian besar responden (86,00%) pertama kali mendengar tentang perusahaan saat mulai dilaksanakannya tahap konstruksi pertambangan Batu Hijau (1996–1999), dan hanya sebagian kecil (14,00%) yang telah mengetahui tentang perusahaan pada tahap eksplorasi (1986–1995). Kenyataan ini menunjukkan bahwa waktu untuk sosialisasi dibukanya pertambangan Batu Hijau kepada masyarakat setempat baru dimulai pada tahap konstruksi, sehingga masyarakat melewati waktu yang singkat untuk memasuki perubahan. Idealnya sosialisasi telah dilakukan mulai tahap eksplorasi, dan hal ini merupakan tugas aparat pemerintahan setempat, sehingga masyarakat dapat dipersiapkan untuk menghadapi perubahan yang akan terjadi.

Sebagian besar responden (91,33%) menerima informasi pertama tentang perusahaan dari tokoh masyarakat setempat dan dari aparat pemerintah (58,00%). Hal ini disebabkan karena pada saat sosialisasi pertama kali kegiatan pertambangan, perusahaan menggunakan pendekatan KK yang terdiri dari aparat pemerintah dan tokoh-tokoh masyarakat setempat. Informasi selanjutnya tentang perusahaan sebagian besar masih bersumber dari tokoh masyarakat setempat (84,67%) dan aparat pemerintah (55,33%). Komunikasi tatap muka perusahaan masih menggunakan pendekatan perwakilan masyarakat dan aparat pemerintah, meskipun keberadaan Komite Konsultatif sudah dibubarkan. Sumber informasi yang potensial lainnya adalah dari keluarga, tetangga dan kenalan yang bekerja di perusahaan (53,33%). Untuk itu, *public relation* sebagai teknik komunikasi perlu lebih mendapatkan perhatian perusahaan, dan tidak semata-mata mendasarkan pada *public relation* sebagai metode komunikasi melalui kegiatan Departemen Hubungan Eksternal.

Bentuk penyampaian umpan balik pesan dari masyarakat adalah berupa mencari informasi, menyampaikan harapan, pertanyaan dan aspirasi kepada perusahaan. Penyampaian umpan balik tersebut dilakukan oleh 55,33% responden, sedangkan 44,67% menyatakan tidak menyampaikan umpan balik kepada perusahaan. Tujuan penyampaian umpan balik adalah sebagian besar untuk kepentingan pribadi masyarakat, yaitu untuk keperluan melamar pekerjaan (57,83%) dan mendapatkan bantuan dari program pengembangan masyarakat (36,15%). Hanya 6,02% penyampaian umpan balik untuk kepentingan masyarakat, yaitu untuk mendapatkan penyelesaian masalah lingkungan dan sosial sebagai dampak sampingan kegiatan pertambangan.

Dalam mencari informasi, hanya sebagian kecil (2,41%) yang mencari informasi langsung ke manajemen perusahaan, sedangkan sebagian besar (97,59%) mencari informasi dari sumber lain di luar perusahaan. Kecilnya jumlah responden yang mencari informasi secara langsung adalah karena secara fisik masyarakat umum tidak bisa masuk ke areal pertambangan. Departemen Hubungan Eksternal yang secara langsung

berhubungan dengan masyarakat juga berkantor di dalam areal pertambangan. Meskipun YPESB sebagai sebuah seksi dari DHE telah berkantor di luar areal pertambangan, akan tetapi tidak bisa menyelesaikan semua permasalahan yang terkait dengan masyarakat secara langsung. Untuk kasus-kasus tertentu, kebijakan YPESB harus atas persetujuan DHE.

Selain manajemen perusahaan, tokoh masyarakat dan aparat pemerintah masih merupakan sumber informasi yang penting. Akan tetapi peran aparat pemerintah dan tokoh-tokoh masyarakat sebagai saluran penyampaian umpan balik kepada perusahaan tergeser oleh saluran unjuk rasa (demonstrasi) yang marak pada saat penelitian. Kenyataan ini perlu diantisipasi perusahaan dengan mencari saluran penyampaian pendapat, saran, pertanyaan, dan aspirasi masyarakat. Kegiatan dialog Jum'at seperti diusulkan dalam FGD dapat menjadi salah satu alternatif.

Terhadap umpan balik yang disampaikan, 93,02% menyatakan mendapatkan tanggapan dari perusahaan. Tingkat kepuasan responden terhadap tanggapan balik tersebut bervariasi, dari memuaskan (31,25%), agak memuaskan (36,25%), dan 32,5% responden menganggap tanggapan tersebut mengecewakan.

**Pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan.** Dari lima item kepentingan masyarakat, tingkat pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan adalah seperti ditunjukkan Tabel 2. Sebagian besar responden (60,67%) menyatakan bahwa harapan masyarakat belum terpenuhi oleh perusahaan, dan hanya 7,33% responden yang menyatakan harapan mereka telah terpenuhi.

Tabel 2. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pemenuhan Harapan oleh Perusahaan

No	Pemenuhan Harapan	Frekuensi	Persentase
1.	Harapan komunitas belum terpenuhi (Skor = 0-3)	91	60,67
2.	Sebagian harapan komunitas terpenuhi (Skor = 4-6)	48	32,00
3.	Harapan komunitas telah terpenuhi (Skor = 7-10)	11	7,33
Jumlah (n)		150	100,00

Penilaian ini timbul karena adanya persepsi di kalangan masyarakat bahwa sudah menjadi tugas perusahaan untuk memenuhi semua kebutuhan masyarakat sebagai kompensasi atas pemanfaatan sumberdaya pertambangan yang ada di daerah mereka. Pemenuhan kebutuhan, menurut persepsi responden, adalah pemberian hak masyarakat dan bukan bantuan.

Padahal filosofi dan pendekatan dasar program pengembangan masyarakat adalah membantu masyarakat agar dapat meningkatkan kesejahteraannya melalui keberadaan perusahaan tanpa menciptakan ketergantungan.

Kenyataan ini perlu mendapatkan perhatian perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan program-program pengembangan masyarakat dengan lebih memperhatikan kebutuhan masyarakat sesuai dengan sumberdaya yang tersedia dan kultur budaya yang dianut masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Cutlip and Center (Effendi, 1998) yang mengatakan bahwa dalam pelaksanaan hubungan dengan masyarakat, penting diketahui apa yang didambakan masyarakat bagi kesejahteraannya, apa yang diharapkan dari perusahaan sebagai sumbangan untuk kesejahteraannya itu, dan bagaimana cara menilai kontribusi tersebut.

Dari wawancara dengan tenaga pelaksana senior pengembangan masyarakat, terungkap bahwa pihak manajemen belum memiliki persepsi yang sama tentang kegiatan pengembangan masyarakat. Sebagian manajer senior berpendapat bahwa ukuran keberhasilan kegiatan pengembangan masyarakat adalah realisasi fisik yang dicapai, padahal ukuran yang benar adalah tercapainya peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Hal ini juga ditegaskan oleh Moore (1987) yang menyatakan bahwa hubungan dengan masyarakat tidak hanya dapat dicapai dengan bantuan (fisik), tetapi dengan meningkatkan peranserta dalam pemecahan masalah masyarakat melalui perencanaan yang konstruktif yang didukung masyarakat.

### **Sikap Masyarakat Terhadap Perusahaan**

Sikap masyarakat terhadap perusahaan adalah perasaan, pikiran, dan kecenderungan individu yang kurang lebih bersikap permanen terhadap perusahaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa sikap yang ditunjukkan responden beragam terhadap dua obyek sikap, yaitu sikap terhadap kegiatan komunikasi publik perusahaan, dan sikap terhadap kegiatan pengembangan masyarakat yang dilaksanakan perusahaan. Jumlah responden yang bersikap negatif terhadap perusahaan (52,00%) lebih banyak dari responden yang bersikap positif (40,67%), sementara itu 7,33% responden ragu-ragu atau tidak menunjukkan sikap.

**Sikap Terhadap Komunikasi Publik Perusahaan.** Terhadap obyek sikap komunikasi publik perusahaan sebagian besar responden menunjukkan sikap cenderung negatif, baik terhadap kebenaran pesan (64,67%), kedudukan masyarakat dalam proses komunikasi (68,00%), maupun perhatian perusahaan terhadap umpan balik pesan (66,67%).

Model komunikasi publik yang dilaksanakan perusahaan dinilai oleh mayoritas responden (69,33%) belum memperhatikan pendekatan budaya masyarakat setempat. Sikap negatif masyarakat ini didasarkan pada pengalaman pendekatan komunikasi perusahaan melalui KK pada tahap

konstruksi pertambangan Batu Hijau. Komunikasi KK yang cenderung menyuarakan kepentingan perusahaan dan kurang memperhatikan aspirasi masyarakat, terlebih lagi adanya kasus penyalahgunaan kekuasaan oleh oknum tertentu, menimbulkan antipati di kalangan sebagian masyarakat.

Tabel 3. Sebaran Responden Berdasarkan Sikap Terhadap Komunikasi Publik Perusahaan

No	Sikap	Persentase Sikap (%)			
		Positif	Ragu-ragu	Negatif	Jumlah
1.	Perusahaan telah memperhatikan kebenaran pesan yang disampaikan kepada komunitas	21,33	14,00	64,67	100,00
2.	Kedudukan komunitas dalam kegiatan komunikasi publik perusahaan adalah setara	18,67	13,33	68,00	100,00
3.	Perusahaan telah memperhatikan umpan balik pesan yang disampaikan komunitas	23,33	10,00	66,67	100,00
4.	Model komunikasi publik perusahaan telah memperhatikan pendekatan budaya komunitas	18,00	12,67	69,33	100,00

Ketidaktepatan penanganan perusahaan terhadap masyarakatnya sejak pertama kali perusahaan hadir menimbulkan kesalahan yang membawa dampak jangka panjang. Kenyataan ini perlu mendapatkan perhatian manajemen untuk mencari model komunikasi yang tepat, misalnya dengan model asimetris dua arah yang telah memperhatikan umpan balik publik, dan memakai prinsip persuasi dalam penyampaian. Setelah itu ditingkatkan lagi menggunakan model ko-orientasi yang tidak hanya merubah orientasi publik terhadap perusahaan, tetapi juga menggambarkan bahwa perusahaan dan publiknya bersama-sama menyesuaikan persepsi tentang suatu ide atau sikap.

**Sikap Terhadap Kebijakan Pengembangan Masyarakat oleh Perusahaan.** Terhadap obyek sikap pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan, responden menunjukkan sikap positif dan negatif yang berimbang. Sikap negatif yang lebih banyak ditunjukkan terhadap program peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan usaha lokal (50,67%), dan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dalam

pengelolaan lingkungan hidup yang bijaksana (59,33%). Kegiatan pengembangan usaha lokal memang baru menjangkau sebagian kecil masyarakat, sedangkan sikap negatif terhadap pengelolaan lingkungan hidup adalah karena masyarakat belum melihat secara nyata tindakan pengelolaan lingkungan hidup oleh perusahaan.

Tabel 4. Sebaran Responden Berdasarkan Sikap Terhadap Pemenuhan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

No	Sikap	Persentase Sikap (%)			
		Positif	Ragu-ragu	Negatif	Jumlah
1.	Perusahaan telah menciptakan lapangan kerja di pertambangan bagi komunitas	45,33	8,67	46,00	100,00
2.	Perusahaan telah menciptakan peluang berusaha bagi komunitas	46,67	10,00	43,33	100,00
3.	Perusahaan telah mengupayakan peningkatan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan infrastruktur	46,00	6,67	47,33	100,00
4.	Perusahaan telah mengupayakan peningkatan kualitas sumberdaya manusia melalui pelayanan kesehatan	48,67	7,33	44,00	100,00
5.	Perusahaan telah mengupayakan peningkatan kualitas sumberdaya manusia melalui pemberian beasiswa pendidikan	50,00	8,00	42,00	100,00
6.	Perusahaan telah mengupayakan peningkatan kesejahteraan komunitas melalui peningkatan usaha lokal	38,00	11,33	50,67	100,00
7.	Perusahaan telah mengupayakan pengelolaan lingkungan hidup yang bijaksana	22,67	18,00	59,33	100,00

Terhadap masalah penciptaan lapangan kerja dan peluang berusaha, pem-bangunan infrastruktur, pelayanan kesehatan dan pemberian beasiswa pendidikan, sikap positif dan negatif responden berimbang. Sikap positif umumnya ditunjukkan oleh masyarakat yang bertempat tinggal di desa-

desa yang berbatasan langsung dengan kawasan pertambangan, seperti Desa Sekongkang Atas, Sekongkang Bawah, Maluk, SP I Tongo dan SP II Tongo. Untuk saat ini, perusahaan memang memfokuskan program-program pengembangan masyarakat di desa-desa tersebut.

### **Hubungan antara Karakteristik Komunikasi Masyarakat dan Sikapnya Terhadap Perusahaan**

Faktor-faktor komunikasi yang diduga berhubungan dengan sikap responden terhadap perusahaan adalah pemenuhan harapan responden oleh perusahaan (Rk1) dan keterdedahan responden terhadap komunikasi publik perusahaan (Rk2). Hasil uji hubungan menggunakan analisis statistik korelasi peringkat Spearman menunjukkan bahwa kedua faktor komunikasi tersebut berhubungan positif dengan sikap masyarakat terhadap perusahaan.

Faktor pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan (Rk1) berhubungan positif dengan sikap responden (y) terhadap perusahaan dengan koefisien korelasi 0,63867 (nilai kritis  $p=0,05$  pada  $\pm 0,13487$ ). Masyarakat yang merasakan bahwa kebutuhannya mendapatkan perhatian dari perusahaan akan menunjukkan sikap positif terhadap perusahaan, demikian juga sebaliknya apabila masyarakat merasa harapannya tidak terpenuhi maka akan timbul sikap negatif terhadap perusahaan.

Faktor keterdedahan terhadap komunikasi publik perusahaan berhubungan nyata dengan sikap masyarakat terhadap perusahaan dengan koefisien korelasi 0,27827 (nilai kritis  $p=0,05$  pada  $\pm 0,13487$ ). Masyarakat yang terdedah akan memiliki sikap positif dalam memandang keberadaan perusahaan, karena keterdedahan komunikasi dapat menumbuhkan simpati, penerimaan, minat dan pemahaman terhadap perusahaan. Sebaliknya masyarakat yang tidak terdedah cenderung memiliki sikap negatif yang dapat melahirkan permusuhan, prasangka, ketidakpedulian dan ketidaktahuan.

Karakteristik pemenuhan harapan masyarakat oleh perusahaan juga berhubungan positif dengan keterdedahan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang telah terpenuhi harapan-harapannya oleh perusahaan akan lebih baik dalam menerima komunikasi publik perusahaan. Kenyataan ini didukung temuan dalam penelitian bahwa sikap yang ditunjukkan masyarakat berbeda antara satu desa dengan desa lainnya. Masyarakat yang domisilinya bertetangga langsung dengan kawasan pertambangan seperti di Desa Sekongkang Atas, Desa Sekongkang Bawah, SP I Tongo dan SP II Tongo memiliki sikap yang lebih positif dalam memandang keberadaan perusahaan, dibandingkan dengan masyarakat yang berdomisili di desa-desa yang lebih jauh dari kawasan pertambangan, seperti penduduk Desa Goa, Desa Beru, dan Desa Belo, serta masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Taliwang.

Kegiatan pengembangan masyarakat khususnya kegiatan pembangunan infrastruktur, dalam tiga tahun terakhir dipusatkan di desa-desa yang dekat dengan kawasan pertambangan. Sebelum beroperasinya kegiatan pertambangan, wilayah Sekongkang dan terutama Tongo, merupakan desa-desa yang terpisah jauh dari kota Kecamatan Jereweh dengan sarana transportasi yang tidak memadai sehingga untuk mencapai desa-desa tersebut membutuhkan waktu beberapa jam dengan kendaraan bermotor. Setelah perusahaan melakukan perbaikan jalan, maka jarak Jereweh–Sekongkang dapat ditempuh 15–25 menit dengan kendaraan bermotor.

Disamping sarana jalan, perusahaan akan mengembangkan wilayah Sekongkang menjadi “kota pertambangan” dengan berbagai fasilitas perekonomian sesuai dengan Rencana Tata Ruang yang disusun perusahaan dan Pemda Kabupaten Sumbawa. Sedangkan di wilayah Tongo, perusahaan telah membangun sistem pasokan air bersih yang sangat dibutuhkan masyarakat. Desa-desa lain yang letaknya lebih jauh dari kawasan pertambangan juga mendapatkan program-program pengembangan masyarakat, akan tetapi bentuknya lebih diarahkan pada pengembangan usaha lokal yang membutuhkan waktu untuk dapat melihat hasilnya.

Perusahaan memang telah melakukan kegiatan-kegiatan pengembangan masyarakat yang terencana, akan tetapi masyarakat sepertinya tidak sabar untuk melihat hasilnya. Kenyataan ini tidak terlepas dari orientasi budaya masyarakat yang cenderung berorientasi ke masa kini dibandingkan ke masa depan. Untuk itu, perusahaan perlu mencari dan mengembangkan model komunikasi publik yang tepat dengan lebih memperhatikan pendekatan budaya setempat.

Program pengembangan masyarakat hendaknya diarahkan pada peningkatan peran aktif masyarakat itu sendiri. Suatu program pengembangan masyarakat akan mencapai sasaran jika mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, sampai pada evaluasi dan pemantauannya dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Pihak perusahaan dan pemerintah hendaknya hanya berperan sebagai pendamping, stimulator dan motivator dalam kegiatan pengembangan masyarakat tersebut. Masyarakat perlu diberikan pengertian tentang hak dan kewajibannya sehingga dapat timbul saling pengertian antara perusahaan dan masyarakat.

Dalam perkembangan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, sikap masyarakat terhadap perusahaan akan mengalami perubahan. Untuk itu diperlukan upaya-upaya untuk mempertahankan sikap positif yang ditunjukkan oleh sebagian anggota masyarakat dan mengubah sikap negatif dan juga sikap apatis dari sebagian masyarakat lainnya menjadi sikap positif. Untuk mencapai perubahan sikap ini tidak dapat dicapai dalam waktu singkat, akan tetapi membutuhkan penanganan yang terencana dan berkesinambungan.



Maraknya unjuk rasa yang terjadi di kawasan pertambangan Batu Hijau, disamping karena adanya masalah dalam hubungan komunikasi perusahaan dan masyarakat, juga sebagai dampak dari tumbuhnya reformasi dan kebebasan mengemukakan pendapat. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa realitas baru ini tidak dapat dihindari, sehingga harus lebih menerapkan falsafah usahanya untuk menjadi warga (perusahaan) yang baik dalam menjalankan usahanya, dan harus menginternalisasi biaya-biaya sosialnya.

Perusahaan bersama pemerintah harus lebih responsif terhadap keinginan masyarakat, karena masyarakat akan menuntut peran yang lebih besar dalam proses penetapan keputusan. Dalam pelaksanaan program pengembangan masyarakat, perusahaan harus selalu berkoordinasi dan bekerjasama dengan pemerintah, sehingga tidak terjadi pengulangan peran pemerintah dan tumpang tindih program. Pemerintah juga dituntut untuk lebih berperan dalam mendukung program-program pengembangan masyarakat sesuai dengan peran dan tugas pembangunan yang harus dilaksanakan.

Ketiga unsur ini, yaitu masyarakat, pemerintah dan perusahaan, harus bekerjasama sesuai peran dan tugas masing-masing dalam mengupayakan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu semua pihak harus berupaya mencapai suatu keadaan yang saling menguntungkan, dengan kesadaran bahwa masing-masing pihak harus melaksanakan tugas dan kewajibannya, untuk kemudian memperoleh apa yang telah menjadi haknya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Secara keseluruhan, anggota masyarakat yang bersikap negatif terhadap perusahaan lebih banyak dari yang bersikap positif. Sikap masyarakat terhadap kebijakan komunikasi publik PT NNT cenderung negatif, sedangkan sikap terhadap kebijakan pengembangan masyarakat oleh PT NNT jumlahnya berimbang antara sikap positif dan sikap negatif, sedangkan sikap masyarakat terhadap komunikasi publik perusahaan cenderung negatif. Dari keragaan sikap masyarakat tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan komunikasi publik dan program pengembangan masyarakat yang dilaksanakan perusahaan belum mampu menciptakan sikap positif masyarakat terhadap perusahaan.

### **Saran-saran**

Dalam upaya menciptakan sikap positif masyarakat terhadap perusahaan, disarankan kepada perusahaan hal-hal sebagai berikut :

1. Terkait dengan kebijakan komunikasi publik perusahaan, disarankan : (a) PT NNT agar merevitalisasi model komunikasi publik yang digunakan dengan lebih memperhatikan kebenaran pesan, umpan balik, dan posisi

- publik dalam kegiatan komunikasi, (b) PT NNT agar meningkatkan intensitas komunikasi dengan masyarakat untuk mengatasi kesenjangan komunikasi dengan melembagakan dialog langsung secara rutin. Misalnya dalam bentuk dialog setiap selesai sholat Jum'at, atau pun dengan memanfaatkan kelembagaan masyarakat yang ada seperti majelis ta'lim dan atau lembaga-lembaga adat seperti *malar*, *besiru*, kelompok kesenian *sakeco*, dan sebagainya, dan (c) PT NNT agar meningkatkan teknik komunikasi dengan lebih memperhatikan pendekatan budaya masyarakat. Misalnya dengan memberikan pemahaman kepada manajemen tentang karakteristik sosial budaya masyarakat setempat, serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami masyarakat setempat untuk berkomunikasi.
2. Terkait dengan kebijakan pengembangan masyarakat, PT NNT agar lebih meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pengembangan masyarakat sehingga tidak timbul kesan bahwa program pengembangan masyarakat hanya untuk orang tertentu saja. Program-program pengembangan masyarakat agar disesuaikan dengan harapan dan kebutuhan masyarakat. Upaya yang dapat ditempuh perusahaan antara lain dengan memberdayakan kelembagaan tradisional masyarakat setempat dalam program-program pengembangan masyarakat.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada The Toyota Foundation bekerjasama dengan Yayasan Ilmu-ilmu Sosial yang telah memberikan bantuan dana sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Effendi, Onong Uchjana., 1998. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Faperta Unram, 1999. *Laporan Akhir Pembinaan Petani Dalam Usahatani Sayur-sayuran di Kecamatan Jereweh Kabupaten Sumbawa*. Kerjasama PT Newmont Nusa Tenggara dengan Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram.
- Mahsun, 1998. *Perubahan Perilaku Sosial Budaya dan Pengembangan Masyarakat di Kecamatan Jereweh, Taliwang dan Seteluk Kabupaten Sumbawa*. Mataram: PT Newmont Nusa Tenggara bekerjasama dengan Lembaga Penelitian Universitas Mataram. Mataram: Lemlit Unram.
- Moore, H. Frazier, 1987. *Hubungan Masyarakat. Buku Satu: Prinsip, Kasus dan Masalah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.