

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kehidupan sehari-hari manusia saat ini tidak terlepas dari kegiatan konsumsi. Dimana Indonesia merupakan Negara dengan mayoritas penduduk yang mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokok. Beras merupakan makanan utama bagi penduduk Indonesia. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu harga beras semakin meningkat dan membuat masyarakat mulai beralih ke makanan yang mengandung karbohidrat lainnya seperti gandum, jagung, singkong dan lain sebagainya karena memiliki harga yang relatif lebih murah. Biasanya, produk pangan lokal ini berkaitan dengan kebudayaan masyarakat setempat. Namun hingga saat ini produk pangan lokal belum mampu menggeser beras impor dan tepung terigu (gandum impor) yang mendominasi makanan di Indonesia.

Pangan lokal merupakan produk pangan yang telah diproduksi dan biasanya berkaitan erat dengan budaya masyarakat setempat. Pangan lokal yang beraneka ragam dalam jumlah yang banyak dapat berpotensi pada kemandirian nasional. Kurangnya inovasi teknologi menyebabkan belum berkembangnya produk pangan lokal yang penggunaannya masih banyak dengan tepung terigu dan beras. Padahal penggunaan tepung terigu di negara ini sudah terlalu banyak. Kemenperin menyatakan bahwa konsumsi tepung terigu nasional pada tahun 2012 mencapai 1,22 juta ton setahun.

Pemenuhan kebutuhan energi, protein, lemak, dan karbohidrat dalam upaya peningkatan kebutuhan dikeluarga maka dengan menambahkan snack untuk selingan makan setiap hari. Snack harus memenuhi kebutuhan zat gizi yang dapat meningkatkan kesehatan pada konsumen. Snack harus aman, sehat dan mengandung zat gizi untuk memenuhi kebutuhan gizi pada konsumen (Niland dan Brooks, 2019).

Tepung terigu biasa digunakan pada pembuatan roti dan mie instan. Bagi proses pembuatan roti kandungan gluten yang dapat membentuk struktur pada adonan. Gluten membuat adonan kenyal dan dapat mengembang, bila terkena bahan cair maka gluten akan mengembang dan saling mengikat dengan kuat membentuk adonan yang sifatnya liat (Anshari, 2010). Penggunaan tepung terigu yang berlebihan dapat mengganggu kesehatan yaitu kerusakan usus halus. Kerusakan usus halus menyebabkan gangguan penyerapan zat gizi yang masuk ke dalam tubuh. Kandungan gluten pada tepung terigu juga tidak baik untuk penderita autisme. Tepung terigu juga memiliki kandungan glikemik yang tinggi sebesar 70. Konsumsi makanan yang mengandung glikemik tinggi akan meningkatkan kadar gula darah sehingga tidak baik untuk penderita Diabetes Mellitus. Adanya dampak yang tidak baik bagi kesehatan, maka penggunaan tepung terigu harus dikurangi (Anshari, 2010).

Makanan berbasis gandum atau tepung terigu telah menjadi makanan pokok di banyak Negara, salah satunya adalah Indonesia. ketersediaannya yang melimpah di pasaran dunia, proteinnya yang tinggi, pengolahannya yang praktis dan mudah telah menjadikan makanan berbasis tepung terigu merambah cepat ke berbagai Negara. Negara-negara pengekspor gandum antara lain Australia, Kanada, Amerika, Rusia, Cina. Biasanya terigu yang datang masih berupa butiran biji gandum. Lalu melalui

proses pencucian, pengupasan sekam, penggilingan dan pemutihan (*bleaching*) maka jadilah tepung terigu yang halus dan bewarna putih. (Anshari, 2010)

Tepung Terigu sendiri adalah bahan makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tepung Terigu mengandung energi sebesar 365 kilo kalori, protein 8,9 gram, karbohidrat 77,3 gram, lemak 1,3 gram, kalsium 16 miligram, fosfor 106 miligram, dan zat besi 1 miligram. Selain itu di dalam Tepung Terigu juga terkandung vitamin A sebanyak 0 IU, vitamin B1 0,12 miligram dan vitamin C 0 miligram. Hasil tersebut didapat dari melakukan penelitian terhadap 100 gram Tepung Terigu, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 100 %.

Suatu perusahaan pasti membutuhkan komunikasi antar perusahaan dengan perusahaan lainnya dan komunikasi dengan pelanggannya agar terjadi keharmonisan dan keselarasan serta agar terciptanya suatu interaksi yang baik bagi atasan, bawahan, dan pelanggan maka setiap perusahaan membutuhkan Public Relations yang dapat menjadi penengah perusahaan dan para konsumen tersebut.

Gluten adalah sebuah glycoprotein yang terdiri dari komponen gliadin dan glutenin. Gluten banyak terkandung dalam padi – padian seperti gandum, gandum hitam, oat, barley atau tepung terigu. Gluten juga sering ditambahkan pada pembuatan makanan untuk menambahkan tekstur dan volumenya (Niland dan Brooks, 2019).

Gluten banyak dikenal sebagai anggota family protein prolamin yang tersimpan dalam biji-bijian seperti gandum. Setiap jenis gandum memiliki jumlah simpanan gluten yang berbeda – beda. Gluten kaya akan protein non esensial prolin dan glutamin yang sulit dicerna tubuh (Niland dan Brooks, 2019).

Gluten dihidrolisis secara parsial oleh enzim protease begitu masuk ke saluran pencernaan, baik oleh enzim pepsin dan tripsin. Setelah protein gluten mencapai lapisan lamina propria usus dengan transport transeluler kemudian gluten akan dicerna oleh enzim transgluteminase (tTG). Siklus glutamin dan prolin yang berulang akan menjadi substrat yang dicerna lebih sering oleh tTG. Enzim transglutaminase memodifikasi dengan dua cara: deaminasi atau pelepasan ikatan gugus amin pada glutamin dan transaminase atau pertukaran glutamin dari gliadin menjadi lysine dari tTG (Balakireva et al, 2016). Sementara itu katabolisme prolin terjadi di mitokondria. Karena prolin tidak ikut serta dalam transaminase, mitogen asam amino ini tidak dapat dipertahankan selama oksidasinya dan hanya dikeluarkan selama terjadi transaminase glutamate menjadi alfa ketoglutarat (Murray, 2014).

Gluten free diet atau diet bebas gluten telah lama menjadi terapi utama pada pasien dengan gangguan pencernaan seperti *celiac disease*, *irritable bowel syndrome* dan lain – lain. Diet ini juga diterapkan oleh orang – orang yang memiliki sensitivitas pada gluten atau *nonceliac gluten sensitivity* (NCGS). Bahkan diet bebas gluten juga telah banyak diterapkan oleh orang yang tidak memiliki alergi pada gluten PWAG (*People who avoid gluten*). Kebanyakan PWAG melakukan diet karena ingin mendapatkan manfaat kesehatan seperti terhindar dari penyakit kardiovaskular dan penurunan berat badan (Niland dan Brooks, 2019).

Hubungan antara diet bebas gluten pada pasien psikiatri juga mulai banyak ditemukan. Contohnya skizofrenia memiliki pathogenesis yang sama dengan penyakit gangguan pencernaan *celiac disease*. Sehingga penderita skizofrenia juga melakukan terapi diet bebas gluten. Selain skizofrenia juga banyak penyakit

psikiatri yang berhubungan dengan gangguan absorpsi gluten seperti *mood disorder*, depresi, gangguan rasa cemas dan penyakit bipolar (Porcelli et al, 2014).

Tubuh yang sehat merupakan faktor yang sangat penting, karena bila tubuh tidak sehat segala aktivitas akan terganggu, sedangkan bila memiliki tubuh sehat segala aktivitas dapat dikerjakan dengan lancar dan dapat menikmati hidup dengan senang hati (bahagia). Salah satu cara untuk menjaga kebugaran tubuh adalah dengan menerapkan pola hidup sehat.

Tidak ada kata terlambat untuk melakukan pola hidup sehat, dan lakukan perubahan menuju pola hidup sehat sedikit demi sedikit, tidak perlu melakukan perubahan secara drastis. Betapa pentingnya pola hidup sehat, karena menurut hasil penelitian para ilmuwan di Preventive Medicine Research Institute di Sansalito, California, Amerika Serikat, cara terbaik untuk mencegah penyakit kanker adalah dengan melakukan pola hidup sehat. Pola hidup sehat para relawan yang diteliti terbukti mampu mengubah gen mereka, sehingga efektif untuk mencegah penyakit kanker (Dadya Teguh Pramono, 2: 2010). Evanjh (2011: 2) berpendapat bahwa dalam usaha menjalani pola hidup sehat untuk mencegah osteoporosis perlu diperhatikan hal-hal berikut: (1) cukup asupan kalsium, (2) olahraga beban, (3) hindari obat-obat tertentu, dan (4) mengkonsumsi obat (untuk beberapa orang tertentu). Dengan memperhatikan pendapat tersebut, maka kita perlu segera memulai melakukan pola hidup sehat.

Untuk melakukan pola hidup sehat tidak perlu mengeluarkan biaya atau anggaran yang mahal, kita dapat melakukan sesuai dengan kemampuan yang ada, misalnya dengan mengonsumsi sayur-sayuran, buah-buahan dan olahraga secara teratur. Dengan melakukan hal tersebut kemungkinan tubuh akan tetap sehat, sehingga kebugaran jasmani dapat terjaga dengan baik. (Rumanti, 2002:43)

Mengubah pola hidup saat ini menjadi target masyarakat dalam mencapai kehidupan yang lebih baik. Semakin banyak masyarakat yang mulai menerapkan gaya hidup sehat saat ini, salah satunya menerapkan tren *Back To Nature* atau kembali ke alam. Masyarakat saat ini mulai mengonsumsi makanan yang lebih mengandung zat hijau yang terdapat dalam tumbuh-tumbuhan. Misalnya, mengonsumsi sayur-sayuran yang hanya dikukus atau bahkan mentah. Sebab, semakin banyak proses pengolahan akan semakin banyak mengurangi zat gizi yang terkandung dalam makanan. Masyarakat saat ini mulai membatasi untuk mengonsumsi makanan tertentu. Meski terkesan melanggar konsep makanan seimbang dan variatif, namun masyarakat memiliki alasan mengapa hal itu dilanggar. Salah satunya karena mulai menerapkan pola hidup sehat yang diharuskan untuk mengonsumsi makanan yang memiliki kandungan sehat didalamnya.

penjualan produk mi instan hingga kuartal III-2019 mencapai Rp 21,7 triliun. Nilai penjualan ini meningkat 12,3% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya. Penjualan mi instan selalu tumbuh dalam lima tahun terakhir. Penjualan pada kuartal III-2015 hanya Rp 16 triliun, empat tahun kemudian nilainya sudah naik 35%. (Setianto, Budi 2014)

Fungsi utama dari Public Relations menurut Anne Can Der Meiden. Pertama, menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara organisasi perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Kedua, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan meningkatkan partisipasi publik. Ketiga, menciptakan opini publik yang menguntungkan

organisasi/perusahaan dan publik. Keempat, pada dasarnya, *Public Relations* merupakan fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi

yang bersifat komersial maupun organisasi yang bersifat nonkomersil. (Rumanti, 2002:43)

Setelah mengetahui hal tersebut peneliti mendapatkan sebuah kesimpulan bahwa *Public Relations* perusahaan juga harus bisa melakukan komunikasi yang baik dengan publik agar terjadi suatu jalinan kerja yang baik, publik mendapatkan pemahaman yang benar mengenai perusahaan dan dapat hubungan dengan pelanggan dengan baik.

Menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy M.A. fungsi Public Relations Officer (PRO) ketika menjalankan tugas-tugas dan operasionalnya, baik sebagai komunikator dan mediator, maupun organisator adalah (Ruslan, 2005:23) :

1. menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal.
3. menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasinya.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Public Relations di suatu perusahaan membutuhkan suatu *Corporate Public Relations*. *Corporate Public Relations* adalah suatu staf khusus dibawah *Chief Executive Officer* (CEO) atau Pejabat Eksekutif Tertinggi. Levelnya adalah level korporat. Sebuah tim *Corporate Public Relations* harus bekerja sama untuk

menyediakan berbagai sumber daya untuk perusahaan. Untuk modal usaha, hal ini sangat penting untuk memiliki tim *Corporate Public Relations* untuk menangani perhatian publik.

Corporate Public Relations pada perusahaan ini bersangkutan dengan pelanggan. Hal ini terjadi karena pelanggan dapat mempengaruhi perusahaan ini di mana tanpa adanya dukungan dari pihak-pihak pelanggan lainnya. Di sinilah *Corporate Public Relations* bertugas untuk mengelola *stakeholder* termasuk pemegang saham, pelanggan dan pemerintah agar perusahaan ini dapat diakui oleh semua pelanggannya.

Pelanggan menjadi salah satu pihak yang penting dalam *Corporate Public Relations*. peran *Public Relations* salah satunya adalah bagaimana menjaga hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh perusahaan dari pelanggan. Pelanggan (*client*) memiliki pengaruh dalam kegiatan penjualan produk perusahaan atau menjaga citra perusahaan agar semakin baik.

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur merupakan salah satu perusahaan mie instan dan makanan olahan terkemuka di Indonesia yang menjadi salah satu cabang perusahaan yang dimiliki oleh Salim *Group*. Pada awalnya, PT Indofood CBP Sukses makmur Tbk. Jawa Timur adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman yang didirikan pada tahun 1971. Perusahaan ini menetapkan suatu komitmen untuk menghasilkan produk makanan yang bermutu, aman, dan halal untuk dikonsumsi. Aspek kesegaran, higienis, kandungan gizi, rasa, praktis, aman, dan halal untuk dikonsumsi senantiasa menjadi prioritas perusahaan ini untuk menjamin mutu produk yang selalu prima. Didalam perusahaan tersebut menghasilkan produk yang menggunakan bahan produksi yaitu

tepung terigu, penulis ingin jadikan sebagai bahan penelitian untuk diteliti. Bagaimana strategi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur dalam mengatasi permasalahan tentang meningkatnya kesehatan masyarakat yang menggunakan bahan yang mengandung zat tepung bagi pola konsumsi pelanggan.

Selain itu, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur juga memiliki sertifikat *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP) dan sertifikat halal yang berlaku untuk semua produk international. Pada 21 Maret 1998 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur memperoleh sertifikat manajemen mutu ISO versi 9001 yang diserahkan di Jakarta pada 3 Maret 1999. Kemudian pada 5 Februari 2004 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk diperoleh sertifikat ISO 9001:2000 (ISO 9001 versi 2000) dari badan akreditasi SGS *International of Indonesia*.

Masalah yang terdapat pada perusahaan ini yang akan penulis analisis yaitu dilihat dari kacamata penulis apakah strategi yang mereka gunakan sudah terlaksana, apa pengaruhnya terhadap pelanggan dan bagaimana cara mereka menangani strategi tersebut serta apakah strategi tersebut mendapatkan dukungan atau respon positif dari para pelanggan.

Strategi sendiri menurut Purnomo Setiawan Hari sebenarnya berasal dari bahasa Yunani “strategos” diambil dari kata stratos yang berarti militer dan Ag yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang (Purnomo, 2007:65)

Strategi Corporate Public Relations yang akan digunakan oleh peneliti yaitu

Strategi Perencanaan *Public Relations* atau *Strategic Planning*. Menurut Cutlip-Center-Broom dalam Morrisson (2006:136), strategi perencanaan meliputi keputusan sasaran dan tujuan program, melakukan identifikasi pelanggan penentu (*key publics*), menetapkan kebijakan atau aturan, dan memutuskan strategi yang akan digunakan. Public Relations perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur

Tbk. Jawa Timur menggunakan strategi perencanaan untuk merealisasikan semua perencanaan yang ada. Strategi tersebut dipilih untuk mencapai hasil dan tujuan tertentu, juga untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan juga menyelesaikan permasalahan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan. Strategi tersebut dihubungkan dengan para pelanggan yang melakukan kerjasama kerja, yaitu pemerintah, Komunitas, Konsumen (*client*) dan Identitas Korporat. Kaitan tersebut sangat erat karena Public Relations perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur mempunyai tujuan program keseluruhan, sasaran yang ditentukan untuk masing-masing pelanggannya dan merealisasikan strategi yang dipilih.

Berdasarkan paparan tersebut, diharapkan peneliti ini mendapatkan jawaban-jawaban yang spesifik dan jelas atas apakah strategi *Public Relations* yang digunakan oleh perusahaan tersebut telah dilakukan dengan benar dan apakah strategi tersebut efektif atau tidak guna menciptakan citra perusahaan yang positif atau *image* yang baik dan mendapatkan *goodwill* dimata publiknya.

1.2 Rumusan Masalah berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah

sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perencanaan Strategi *Corporate Public Relations* oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur dalam mengatasi permasalahan tentang meningkatnya kebutuhan pangan yang sehat bagi masyarakat yang mengandung rendah tepung bagi pola konsumsi masyarakat?

2. Bagaimana strategi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur untuk menghadapi masyarakat yang mulai melakukan pola hidup sehat dan menerapkan segala aktifitas yang berkaitan dengan pola hidup sehat ?

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut

:

1. Bagaimana Strategi *Public Relations* PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur mendefinisikan masalah, perhatian atau peluang perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan.
2. Bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur memahami apa saja permasalahan yang dialami oleh pelanggan.
3. Bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur menganalisis permasalahan yang dialami oleh pelanggan.
4. Bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur menetapkan mana suatu masalah yang perlu dituntaskan
5. Bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur mengatasi permasalahan yang terjadi dari pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur dalam mendefinisikan suatu permasalahan, perhatian atau peluang perusahaan dalam rangka menjalin hubungan dengan pelanggan.
2. Untuk mengetahui bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur menganalisis situasi (internal maupun eksternal) dalam rangka menjalin hubungan dengan pelanggan.
3. Untuk mengetahui bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur menetapkan suatu solusi permasalahan dalam rangka menjalin hubungan baik dengan pelanggan.
4. Untuk mengetahui bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur menetapkan publik sasaran internal atau eksternal yang harus di respon, dijangkau dan dipengaruhi oleh program.
5. Untuk mengetahui bagaimana PT Indofood CBP Sukses Makmue Tbk. Jawa Timur menetapkan strategi terkait dengan issue pola hidup sehat yang beredar di kalangan masyarakat.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi perusahaan dan komunikasi kesehatan. Khususnya *Public Relation* dari segi *Corporate Public Relations* yang berkaitan dengan menyelesaikan suatu permasalahan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang dikaitkan dengan strategi perencanaan *Public Relations* meliputi keputusan sasaran dan tujuan

program, menetapkan kebijakan atau aturan, memberikan solusi di suatu permasalahan dan memutuskan strategi yang akan digunakan.

Dapat dijadikan bahan kajian untuk melakukan penelitian lanjutan dalam konteks dan tempat yang lebih luas. Dan dapat bermanfaat untuk mengkaji, mendalami dan mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya dalam strategi perencanaan meliputi keputusan sasaran dan tujuan program, menetapkan kebijakan atau aturan, dan memutuskan strategi yang akan digunakan.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan jawaban mengenai Strategi *Corporate Public Relations* pada segi perencanaan meliputi keputusan sasaran dan tujuan program, menetapkan kebijakan atau aturan, dan memutuskan strategi yang akan digunakan berkenaan dengan pelanggan bagi perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur
- 2) Dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan dan mengantisipasi masalah-masalah yang serupa di masa mendatang bagi pihak-pihak yang ingin lebih mengetahui Strategi *Corporate Public Relations* apa yang berkenaan dengan menjalin hubungan dengan pelanggan suatu perusahaan seperti Pemerintah, Komunitas, Konsumen (*client*) dan Identitas Korporat.