



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Evaluasi Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mengubah Sikap dan Perilaku Masyarakat terhadap Perusahaan

Dwinanda Rendy Friadi¹, Effy Rusfian²

¹²Jurusan Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

dwinanda.rf@gmail.com, effy_rusfian@gmail.com

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is an action that appears to produce a good in the social field in accordance with the interest of the company. This study aims to analyze the effectiveness of the Corporate Social Responsibility (CSR) program as a PR communication strategy selected by PT BPI as an effort to approach the community over the people's rejection attitude toward the PLTU project. Implementation of the CSR program is to change attitudes and behavior of society to PT BPI. This research is descriptive qualitative research. From the results of this study, it can be concluded that the implementation of the CSR program as a PR communication strategy undertaken by the Company can change attitudes and behavior of society to the Company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, CSR, Attitudes and Behavior, Society

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu aksi yang muncul untuk menghasilkan suatu kebaikan dalam bidang sosial yang sesuai dengan ketertarikan dari pihak perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi komunikasi PR yang dipilih PT BPI sebagai upaya pendekatan kepada masyarakat atas sikap penolakan warga terhadap proyek PLTU. Pelaksanaan program CSR tersebut untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat terhadap PT BPI. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa implementasi program CSR sebagai strategi komunikasi PR yang dilakukan oleh Perusahaan dapat mengubah sikap dan perilaku masyarakat terhadap Perusahaan.

Kata Kunci : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, CSR, Sikap dan Perilaku, Masyarakat

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Kegiatan CSR bukan hanya sebagai aktivitas bisnis yang mematuhi peraturan oleh pemerintah

atau sebagai etika bisnis, melainkan juga sebagai bentuk komitmen sukarela yang dibuat oleh perusahaan dalam memilih dan menerapkan praktek

tanggung jawab sosial dengan berkontribusi pada masyarakat.

Warga masyarakat di desa-desa sekitar pembangunan proyek PLTU Jawa Tengah tidak menyambut dengan baik. Para warga merasa terancam karena pembangunan proyek tersebut akan mengubah lahan pertanian yang menjadi sumber mata pencaharian masyarakat kabupaten Batang yang sebagian besar berprofesi sebagai petani. Lahan pertanian tersebut akan berubah fungsi menjadi lokasi proyek.

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan yang mengatur pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yaitu Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Terbatas. Menurut Pasal 1 angka 3 UUPT, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Penelitian yang dilakukan penulis ini bertujuan untuk mempelajari sikap dan perilaku penolakan masyarakat sekitar pembangunan PLTU Jawa Tengah. Penolakan tersebut terjadi karena adanya gap informasi yang tidak benar terkait PLTU yang diterima oleh masyarakat. Sebagai upaya dalam melakukan pendekatan ke masyarakat desa, PT BPI menerapkan program CSR sebagai strategi komunikasi PR. Dalam aktivitas sosialisasi dengan masyarakat, tim CSR memberikan penjelasan tentang proyek CSR dan manfaatnya dalam pembangunan masyarakat desa.

Menurut Cutlip, Perusahaan selalu punya kewajiban kepada masyarakat tempat beroperasi. Tantangan bagi perusahaan adalah memahami berbagai variasi dari definisi tanggung jawab sosial. Praktisi PR berhadapan dengan tantangan untuk menentukan apa yang menjadi kepentingan publik dan memenuhi tuntutan *stakeholder*.

Rangkaian Program CSR yang dijalankan oleh PT Bhimasena Power Indonesia merupakan alat PR yang digunakan sebagai strategi oleh Perusahaan kepada masyarakat desa. Manajemen puncak mempercayakan Manager unit CSR berperan pakar perumus atau expert describer sebagai praktisi pakar yang bertugas mendefinisikan problem, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya.

Peran ini akan membuat orang dilihat sebagai pihak yang punya otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus dibereskan atau pihak yang punya otoritas menentukan cara kerja suatu hal.

Rangkaian Program CSR yang dijalankan oleh PT Bhimasena Power Indonesia merupakan alat PR yang digunakan sebagai strategi oleh Perusahaan kepada masyarakat desa. Manajemen puncak mempercayakan Manager unit CSR berperan pakar perumus atau expert describer sebagai praktisi pakar yang bertugas mendefinisikan problem, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya. Peran ini akan membuat orang dilihat sebagai pihak yang punya otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus dibereskan atau pihak yang punya otoritas menentukan cara kerja suatu hal.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa keadaan mayoritas masyarakat di sekitar area pembangunan PLTU Batang menggantungkan pendapatan sehari-hari pada hasil pertanian dan laut. Dengan alasan usia umur yang tidak lagi muda dan kurangnya *skill* menjadi penyebab masyarakat menolak lahan pertanian menjadi lokasi proyek pembangunan. Kehadiran Organisasi LSM lingkungan, dengan aksi kampanye menyebarkan informasi untuk mengajak masyarakat menolak proyek PLTU yang membawa dampak negatif semakin menguatkan alasan untuk menolak pembangunan

Menurut Carrol (2006) , aktivitas CSR meliputi harapan akan tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan bantuan sukarela yang dimiliki oleh masyarakat kepada organisasi dalam satu waktu tertentu. Empat tanggung jawab tersebut antara lain, pertama adalah *economic responsibilities*, yaitu tanggung jawab ekonomi yang dilakukan oleh sebuah institusi dengan cara memproduksi barang atau jasa yang sesuai keinginan masyarakat dan dijual dengan harga sewajarnya, atau sesuai dengan nilai sebenar atas barang atau jasa yang ditawarkan namun tetap memberikan keuntungan kepada para investornya dan juga perusahaan. Kedua adalah *legal responsibilities*, yaitu tanggung jawab perusahaan yang dilakukan dengan cara melakukan praktik bisnis dengan benar dan sesuai ketentuan undang-undang yang berlaku di wilayah tersebut. Ketiga adalah *ethical responsibilities*, yaitu Tanggung jawab etika meliputi aktivitas atau praktik bisnis yang sesuai dengan norma, standar dan harapan

konsumen, karyawan, shareholder dan komunitas untuk diperlakukan adil, benar, dihargai dan melindungi hak moral *stakeholder*. Keempat adalah *Philanthropic Responsibilities*, yaitu Tanggung jawab bantuan sukarela menggambarkan harapan publik terhadap perusahaan sebagai bagian dalam masyarakat. Aktifitas humas berkaitan erat dengan pelaksanaan program-program organisasi yang dapat meningkatkan pemahaman antara organisasi dengan publiknya.

Public Relations memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjalin hubungan baik dengan berbagai kepentingan tersebut. Secara sederhana, PR memiliki peran dan fungsi untuk selalu berupaya semaksimal mungkin untuk menghindari atau setidaknya meminimalisir munculnya keluhan, konflik, isu-isu dan sebagainya. Kegiatan PR sendiri berakar pada pola pikir pragmatis dan harmonis. Pola pikir pragmatis yang berarti bahwa kerja PR tetap mengacu pada misi utama Perusahaan, yakni menjadi unit penunjang dalam rangka pencapaian keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan pola pikir harmonis menunjukkan bahwa kerja PR menjaga keseimbangan antara misi perusahaan untuk pencapaian target di suatu pihak dengan kepentingan publik di pihak lain. Dengan demikian, dalam menjalankan berbagai bentuk program dan kegiatannya, PR dapat menjalankan dua fungsi yaitu manajemen dan fungsi komunikasi.

Edward J Robinson dalam Cutlip (2006) memandang bahwa praktisi PR sebagai “ilmuwan perilaku dan sosial terapan” yang menggunakan riset untuk membantu dalam proses pemecahan problem. Dalam bentuknya yang paling maju, PR adalah bagian proses perubahan dan pemecahan masalah di organisasi yang dilakukan secara ilmiah. Tahap pertama adalah mendefinisikan masalah Public Relations. Pada tahapan ini, riset terhadap audiens ke lapangan merupakan langkah awal penting sebelum melakukan perencanaan program yang akan di implementasikan dalam memecahkan masalah. Cutlip (2006) lebih dalam menjelaskan dalam melakukan analisis faktor internal dan eksternal dengan menilai aspek kekuatan (strength) organisasi dan kelemahan (weakness) organisasi (w), dan mengidentifikasi peluang (opportunity – O) dan ancaman (threat – T).

Tahap kedua adalah Perencanaan dan Pemrograman. Langkah ini akan

mempertimbangkan temuan dari langkah dalam komunikasi, kebijakan dan program organisasi. Stephen, dalam Cutlip (2006) menjelaskan bahwa strategi dapat didefinisikan sebagai penentuan tujuan dan sasaran usaha jangka panjang, dan adopsi upaya pelaksanaan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Langkah ketiga yaitu mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang di desain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program. Norman R Nager (2006) menjelaskan bahwa tindakan PR adalah tindakan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh departemen PR atau bagian lain dari organisasi. Langkah ke empat yaitu evaluasi program. Tujuan evaluasi adalah membuat penilaian yang sistematis dan objektif mengenai kegiatan tersebut masih berlangsung maupun sudah selesai. Evaluasi dilakukan untuk melihat relevansi dan pencapaian hasil, efisiensi, efektivitas, dampak dan keberlanjutan dari kegiatan tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana peneliti diharapkan dapat menghasilkan informasi berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya. Dengan kata lain, pendekatan kualitatif merupakan proses atau prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dengan melibatkan interaksi sosial antara informan dan peneliti.

Pada pendekatan kualitatif cenderung bertujuan membentuk suatu teori baru, yang dapat menjelaskan fenomena sosial tertentu, pada konteks tertentu. Penulis melakukan penelitian ini pada bulan Mei tahun 2017 di desa-desa sekitar pembangunan PLTU Batang Jawa Tengah seperti desa Ujungnegoro, dsb.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, Patton (2002) menjelaskan bahwa metode ini agar dapat menemukan informan yang kaya informasi sehingga dapat digali lebih dalam. Metode ini tidak mementingkan ukuran jumlah informan untuk diwawancarai karena penelitian kualitatif tidak bisa digeneralisasikan atau bisa dikatakan pemilihan informan tidak didasari pada

kuantitas melainkan pada kualitas informan atas masalah yang diteliti. Peneliti membuat dua kategori kriteria yang digunakan dalam menentukan narasumber penelitian, yaitu kategori pertama merupakan informan dari warga masyarakat yang tinggal di desa sekitar pembangunan proyek PLTU. Kategori kedua adalah informan yang berasal dari internal PT BPI yang menyelenggarakan kegiatan CSR untuk warga masyarakat desa yang tinggal di sekitar pembangunan proyek PLTU.

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa pelaksanaan program CSR PT BPI sebagai strategi komunikasi tersebut sudah mampu mengubah persepsi, sikap dan perilaku yang pada awalnya menolak atas kehadiran Perusahaan yang akan melakukan pembangunan PLTU. Segala bentuk aktifitas Perusahaan dalam pengangkutan material kerap dicegat oleh masyarakat, bahkan pernah terjadi aksi penolakan warga yang berakhir dengan anarkis sehingga aparat keamanan turut diterjunkan untuk mengamankan wilayah. Namun dengan seiring berjalannya waktu melalui pendekatan komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan dengan melibatkan para tokoh masyarakat dan dibantu dinas terkait, secara perlahan tingkat penerimaan masyarakat terhadap Perusahaan semakin berubah. Hal ini juga dapat dilihat dari semakin banyaknya jumlah warga desa baik di wilayah pro maupun kontra yang turut berpartisipasi dalam kegiatan CSR yang dilaksanakan PT BPI.

Saat ini keadaan di desa-desa di sekitar wilayah pembangunan proyek PLTU sudah berjalan dengan kondusif, tidak ada lagi perseteruan antara Perusahaan dengan warga, maupun antara warga yang pro dan yang kontra. Hal ini disebabkan Perusahaan telah memilih strategi komunikasi yang tepat dengan memilih Program CSR sebagai instrumen dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat. Pemilihan strategi komunikasi yang dipilih oleh PT BPI didasarkan dari hasil riset dengan social mapping dan stakeholder mapping. Selain itu, pemilihan pendekatan dengan para tokoh masyarakat baik kepada dinas Pemerintah Kabupaten terkait, pejabat desa, hingga tokoh masyarakat yang dituakan dan juga dengan pemilihan bahasa yang disesuaikan dengan latar belakang masyarakat membuat warga dapat dengan lebih mudah dalam memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Dari hasil penelitian terhadap sosialisasi dan implementasi program CSR yang dilakukan oleh Perusahaan, peneliti melihat bahwa pelaksanaan yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat selain dengan tingkat penolakan warga yang sudah minimal, juga terdapat peningkatan tingkat ekonomi masyarakat. Walaupun begitu, dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, masih terdapat sebagian kecil warga yang tetap dengan sikap penolakan terhadap proyek yang saat ini dalam masa konstruksi. Oleh karena itu, hal ini tetap harus menjadi perhatian PT BPI agar dapat mengantisipasi jika sekelompok kecil warga tersebut melakukan hal yang dapat menimbulkan risiko terhadap Perusahaan.

Langkah-langkah pelaksanaan sosialisasi dan program CSR yang telah berjalan dengan baik perlu dipertahankan dan tetap di evaluasi secara rutin. Hubungan yang telah terjalin dengan baik dengan warga maupun perangkat Desa perlu untuk selalu dijaga dengan kehadiran tim unit CSR PT BPI yang melakukan komunikasi dengan warga dan terus melakukan kegiatan CSR secara berkelanjutan.

Saran

Unit CSR PT BPI perlu dengan secara konsisten melakukan program CSR kepada warga desa untuk menumbuhkan kemandirian masyarakat, tidak hanya saat masa konstruksi proyek, namun unit CSR juga terus melaksanakan program CSR hingga masa operasi Perusahaan.

Perlu adanya metode yang inovatif dengan sasaran sebagian kecil warga yang masih bertahan dengan sikap kontra terhadap Perusahaan. Hal ini perlu menjadi perhatian karena warga dengan sikap kontra dapat menjadi risiko keberlangsungan perusahaan.

Referensi

- Anshen, Melvin (1974). *Managiing The Socially Responsible Corporation*. New York: Macmillan Publishing
- Basrowi, Suwandi (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Baskin, Aronoff, Lattimore (1997). *Public Relations The Proffession and the Practice*.
- Becker-Olsen, K.L., Cudmore, A., & Hill, R.P. (2006). *The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior*.

- Journal of Business Research*, 59, 46-53.
- Bonar, S. K. (1993). *Hubungan Masyarakat Modern (Public Relations)*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Chalal, H., and Sharma, R.D. (2006). *Implications of corporate social responsibility on marketing performance: A conceptual framework*. *Journal of Services Research*, Vol 6 (1), 205-216.
- Cornelius, N., Wallace, J. & Tassabehji, R. (2007). *An analysis of corporate social responsibility, corporate identity, and ethics teaching in business schools*, *Journal of Business Ethics*, 76, 117-135.
- Diermeier, Daniel (2011). Reputation Rules: Strategies for building your company's most valuable asset
- Fan, Ying. (2005). *Ethical branding and corporate reputation*. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol. 10 (4), 341 – 350.
- Faisal, Sanapiah (1990). *Penelitian Kualitatif dasar-dasar dan aplikasi*. Malang: Yayasan Asih Asah Asuh Malang
- Fombrun, Charles J, Gardberg A. Naomi, Sever M. Joy. (1999), *The reputation quotient SM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation*. *Journal of Brand Management*, Vol. 7 (4), 241-255.
- Fombrun, Charles J. (2005). *Building corporate reputation through CSR initiatives: Evolving standards*. *Corporation Reputation Review*, Vol 8, (1), 7-11.
- Iriantara, Yosol. (2004), *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Khairandy, R., *Corporate social responsibility dari shareholder ke stakeholder dan dari etika bisnis ke norma hukum*, *Norwegian Centre for Human Rights*, 2008.
- Mapisangka, Andi (2009). *Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*. (Vol 1) 39-41
- Marken, G.A. (2002). One-minute corporate reputation management. *Public Relations Quarterly*, Vol 47 (4), 21-23.
- Kotler, Phillip and Lee, Nancy. (2005), *Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons Inc.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: Corporate social responsibility*. Jakarta: Fascho Publishing.
- Scott M Cutlip, et al. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: PT Dian Rakyat
- Sylvia, Stewart (2000). *Human Communication konteks-konteks komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Website

- Apriando, Tommy (2016). *Kini Warga Terlarang Masuk Lahan Pertanian Mereka* March 28, 2016 Tommy Apriando, Yogyakarta:
<http://www.mongabay.co.id/2016/03/28/gara-gara-pltu-batang-kini-warga-terlarang-masuk-lahan-pertanian-mereka/>
- Fiyanto, Arif (2014). *Pejuang Lingkungan Bukan Kriminal : Tolak PLTU Batang*:
<http://www.greenpeace.org/seasia/id/press/releases/Pejuang-Lingkungan-Bukan-Kriminal--Tolak-PLTU-Batang/>
- Pramudiarja, AN Uyung (2014). *Cerita Bendera Kuning Tolak PLTU Batang, Pembangkit Terbesar ASEAN*:
<http://finance.detik.com/read/2014/03/19/104101/2530116/1034/ceritabendera-kuning-tolak-pltu-batang-pembangkit-terbesar-asean>
- Pers Release (2016). *JBIC Pertimbangkan Pembatalan Rencana Pendanaan PLTU Batang*:
<http://www.greenpeace.org/seasia/id/press/releases/JBIC-Pertimbangkan-Pembatalan-Rencana-Pendanaan-PLTU--Batang/>
- Pers Release (2016). *Penutupan Areal Persawahan oleh Adaro/BPI untuk PLTU Batubara Batang Diprotes*:
<http://www.greenpeace.org/seasia/id/press/releases/Penutupan-Areal-Persawahan-oleh-AdaroBPI-untuk-PLTU-Batubara-Batang-Diprotes/>