

**STRATEGI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
(Study Deskriptif Terhadap PT Taman Wisata Candi Borobudur,
Magelang, Jawa Tengah)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

**ASTARI SULISTIANINGSIH
NIM. 11730061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Astari Sulistianingsih

Nomor Induk : 11730061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Yogyakarta, 7 Agustus 2015

Yang menyatakan,



Astari Sulistianingsih

NIM. 11730061



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
UIN.02/KP 073/PP.09/36/2015

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Astarti Sulistianingsih
NIM : 11730061
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT
(Studi Deskriptif Terhadap PT Taman Wisata Candi Borobudur,
Magelang, Jawa Tengah)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 25 Agustus 2015

Pembimbing

Fatma Dian Pratiwi, M.Si

NIP : 19750307 200604 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 1223 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (Study
Deskriptif Terhadap PT Taman Wisata Candi Borobudur,
Magelang, Jawa Tengah)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Astari Sulistianingsih
NIM : 11730061

Telah dimunaqosyahkan pada : Selasa, tanggal: 22 September 2015
dengan nilai : 83,33 (B+)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos.,M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I

Alip Kunandar, S.Sos.,M.Si
NIP.19760626 200901 1 010

Penguji II

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 9 - 10 - 2015

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



H. Kamsi, MA
NIP. 19570207 198703 1 003

MOTTO

Perfect is not enough, it should be amazing



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Almamater
yang menaungiku Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah robbil 'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pola Interaksi dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Pemberdayaan Masyarakat PT Taman Wisata Candi Borobudur. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menemukan beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, bimbingan, doa dan motivasi dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H.Akh Minhaji, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr.H.Kamsi, M.ag selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs.H.Bono Setyo, M.Si Selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Alip Kunandar Sos.I,M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan dorongan, semangat, serta ilmunya selama penulis menempuh bangku kuliah.
5. Ibu Dra.Fatma Dian Pratiwi, M.Si selaku Dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, pahlawan tanpa tanda jasa yang mendedikasikan hidupnya untuk kepintaran mahasiswanya.
7. Papa Sutarman, Mem Astit, serta adik dan keluarga besar yang tiada hentinya selalu mendoakan dan memberi dukungan materi maupun moril di setiap harinya. Merekalah yang selalu menjadi pemicu semangat penulis dalam menyelesaikan pendidikan hingga strata satu (S1).
8. Untuk Robby Prasetyo Adi yang selalu memberikan support tenaga dan pikiran serta selalu sabar mendampingi memberi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. My beloved friends Grey, Kak Vhelic, Bo Ine, Bo Ifa, Bo Indun, Bo Tamtam, Bo Firman, Keplek, Idham, Rizal dan dek Odi terimakasih telah menemani hari-hari penulis selama di Jogja dan

selalu ada dalam senang maupun sedih serta selalu memberi support dalam pengerjaan skripsi.

10. Untuk teman-teman main anak hits jogja dan teman-teman sosial media yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas support dan memberikan perhatian dalam penggarapan skripsi ini.
11. Untuk seluruh warga PT Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB) khususnya kepada Pak Aryono, Bu Ruri terimakasih sudah membantu dalam penelitian skripsi penulis dan khususnya kepada narasumber Pak Ari serta Bu Ajeng.
12. Masyarakat Desa Borobudur, tempat peneliti tinggal, terimakasih untuk selalu siap membantu peneliti dalam hal apapun.
13. Serta semua pihak yang telah turut membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini. Semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penyusun mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, September 2015

Astari Sulistianingsih

NIM. 11730061

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRACK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
D. Telaah Pustaka	9
E. Landasan Teori	
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2. Pemberdayaan Masyarakat.....	18

F. Kerangka Pemikiran.....	23
G. Metodologi Penelitian	
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Subyek dan Obyek Penelitian	24
3. Metode Pengumpulan Data	25
4. Teknik Analisa Data.....	27
5. Metode Keabsahan Data	29
6. Unit Analisis	30
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Profil PT Taman Wisata Candi Borobudur	
1. Sejarah PT TWCB.....	32
2. Profil Perusahaan	34
3. Tugas Pokok Perusahaan.....	35
4. Fasilitas dan Lingkungan Usaha	36
5. Struktur Organisasi Perusahaan	37
6. Struktur Organisasi Humas PT TWCB	42
7. Hubungan Perusahaan dengan Media	47
B. Gambaran Desa Borobudur.....	45
C. CSR untuk Desa Borobudur.....	49
BAB III PEMBAHASAN	
A. <i>Community Relations</i> PT TWCB dalam pemberdayaan masyarakat.....	60
B. <i>Community Service</i> PT TWCB dalam pemberdayaan masyarakat	69

C. <i>Community Empowering</i> PT TWCB dalam pemberdayaan masyarakat ...	76
--	----

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	87
---------------------	----

B. Saran.....	90
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komponen Pemberdayaan Masyarakat	31
Tabel 2 Kegiatan CSR di Borobudur	52



ABSTRACT

This research aim to describe how patterns of interaction in CSR community development in Borobudur Village. Borobudur Temple Tourism Park Ltd. (BTTP) is a company engaged services to preserve and utilize Borobudur attraction for the general public. although it is a big company, but it can not stand alone without the support of other parties, especially the surrounding community. Corporate Social Responsibility (CSR) and the company is a unity and mutual support to each other. In emplementation, CSR not only has the benefit of maintaining the relationship between companies and stakeholders, but also maintain the continuity of the company in the long term. Moreover, CSR related to sustainable community development and in the long term.

Formulation of the problem in this research is how the interaction patterns of CSR activities of BTTP towards community empowerment around Borobudur. The method used by the researcgers us a qualitative descriptive with the subject of Public Relations of BTTP and communities around the area Borobudur temple implementing CSR activities. In this study, researchers tried to examine how patterns of interaction between its public relations and surrounding communities in Borobudur area to produce a successful CSR activities. CSR activities can be run well because of the pattern of interaction between companies and communities.

The result of this research is CSR community empowerment by BTTP uses interaction patterns that establish a dialouge with the public opinion leaders in order to more easily convey information about the activities that they will do. Community empowerment CSR activities undertaken by BTTP arguably acceptable in society, a sustainable and in accordance with aspects of CSR, namely triple bottom line. CSR is expected to established good relations between the company and the community in the long term and mutually benefit each other.

Keyword : CSR, Borobudur Temple, Community Development

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Candi Borobudur adalah sebuah candi Buddha yang terletak di Borobudur, Magelang, Jawa Tengah yang juga merupakan obyek wisata bersejarah dan salah satu dari tujuh keajaiban dunia yang menjadi tujuan wisata baik wisatawan lokal maupun manca negara. Sebagai salah satu cagar budaya Indonesia, Candi Borobudur telah terdaftar dalam *UNESCO's World Heritage Site of Culture* dengan No. 992 pada 13 Desember tahun 1991 setelah memenuhi 3 kriteria yang terdapat dalam *outstanding universal value*. UNESCO (*United National Educational, Scientific and Culture Organization*) merupakan suatu lembaga dibawah PBB yang menangani situs warisan dunia (*World Heritage Site*). Sebagai warisan dunia situs, situs akan dilindungi dan dimanfaatkan keberadaanya dalam suatu negara sebagai objek wisata. Hal ini menjadi suatu kebanggaan bagi bangsa Indonesia.

Bangunan bersejarah pada Dinasti Saylendra ini sangat populer di kunjungi pada saat libur sekolah, libur lebaran maupun hari libur lainnya. Kemegahan Candi Borobudur mampu menarik jutaan pasang mata untuk melihat dan mengunjunginya. Selain menjadi *destinasi* wisata, Candi Borobudur juga menjadi tujuan ziarah bagi pemeluk agama Budha setiap tahunnya di bulan Mei yaitu pada perayaan Trisuci Waisak.

Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko adalah badan usaha milik negara yang bergerak dalam usaha pengelola obyek wisata Candi Borobudur, Candi Prambanan dan Ratu Boko. PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko melakukan pengelolaan, pemanfaatan dan pemeliharaan ketertiban serta kebersihan kawasan beserta candinya sebagai obyek dan daya tarik wisata berdasarkan petunjuk teknis Direktorat Jendral Sejarah dan Purbakala, kementerian kebudayaan dan pariwisata. Dalam perkembangannya, PT. Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan yang berdiri sejak 15 Juli 1980, diperluas cakupan pengelolaannya dengan masuknya kawasan Ratu Boko sebagai bagian dari manajemen PT Taman sejak tanggal 3 Agustus 1994, sehingga perusahaan berubah nama menjadi PT Taman Wisata Candi Borobudur , Prambanan dan Ratu Boko (PT TWCB). (<http://www.bumn.go.id/borobudur>, Diakses pada 21 Mei 2015 pukul 19.35 WIB)

Pembangunan Taman Wisata Candi Borobudur merupakan kelanjutan dari proses pemugaran Candi Borobudur. Fungsi dari Taman Wisata Candi Borobudur adalah sebagai peredam, mengatur, serta menampung arus pengunjung yang makin bertambah jumlahnya. Dengan demikian, Taman Wisata Candi Borobudur merupakan sabuk pelindung dan pengaman Candi Borobudur. Inilah yang melatar belakangi berdirinya Taman Wisata Candi Borobudur, sebagai pengelola obyek wisata Candi Borobudur dengan upaya melestarikan dan menjaga aset-aset peninggalan

sejarah dan budaya, dikelola oleh sebuah manajemen Kantor Unit Taman Wisata Candi Borobudur dengan maksud dan tujuan pembangunan yang tidak hanya dalam bidang kepariwisataan saja, namun juga dalam bidang keperbakaan, pendidikan, ekonomi serta pengembangan wilayah khususnya wilayah dan masyarakat sekitar area Candi Borobudur. Salah satu bentuk tanggungjawab PT TWCB terhadap masyarakat sekitar Candi Borobudur adalah dengan mengagendakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) setiap tahunnya.

CSR merupakan salah satu tolak ukur untuk citra perusahaan dan melihat seberapa besar peran perusahaan dalam mengembangkan masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan. CSR menurut *Schermerhorn* (dalam Suharto, 2009:102-103) yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai suatu kepedulian perusahaan untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan perusahaan dan kepentingan publik eksternal. kegiatan CSR sendiri memiliki tujuan untuk mengembangkan masyarakat. Selain itu dapat digunakan sebagai jembatan dalam mengurangi kemiskinan baik dalam tatanan global maupun nasional (Suharto, 2009:106). CSR adalah gerakan yang dilakukan perusahaan untuk memperkuat keberlanjutan perusahaan di sekitar kawasan perusahaan tersebut berada dan salah satu bentuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan.

CSR sudah diatur oleh pemerintah dalam UU nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 ayat 1 tentang *corporate social*

responsibility (CSR) yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang bersangkutan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Hadi, 2011:205). Tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar saja, tetapi juga oleh perusahaan mikro, kecil dan menengah. Sedangkan anggaran CSR terlihat pada Peraturan Menteri Negara BUMN No. 4 Tahun 2007, yakni 2% dari laba.

Terlepas dari berbagai macam CSR yang ada, CSR yang dikhususkan bagi pemberdayaan masyarakat (*Community Development*) akan memberikan manfaat langsung dan dampak ganda (*multiplier effect*) yang lebih mampu secara bertahap mengembangkan kemandirian masyarakat untuk terlepas dari kebergantungan kepada pemerintah. Pemberdayaan adalah proses penumbuhan kekuasaan dan kemampuan diri dari kelompok masyarakat yang miskin/lemah, tertindas dan terpinggirkan. Masyarakat hanya didampingi, difasilitasi dalam mengambil keputusan dan berinisiatif sendiri agar mereka lebih mandiri dalam pengembangan dan peningkatan taraf hidupnya. Strategi-strategi dalam melaksanakan kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat merupakan suatu hal penting dengan keberhasilan hasil akhir yang ingin dicapai, yaitu masyarakat yang berdaya.

Tidak sedikit perusahaan-perusahaan di Indonesia memasukkan program CSR dalam agenda kegiatan tahunan dengan tujuan pemasaran, promosi dan meningkatkan citra perusahaan. Salah satu perusahaan yang

menerapkan CSR adalah PT PLN (Persero) yang berkomitmen menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, mengupayakan tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan. kegiatan CSR yang dilakukan PT PLN (Persero) yaitu sosialisasi instalasi listrik kepada pelajar SMA, pelestarian alam, bantuan bencana alam, bantuan peningkatan kesehatan di sekitar instalasi PLN, bantuan produksi dan pengembangan pakan ikan alternatif di sekitar SUTET dan masih banyak lainnya.

Dalam islam, melakukan kegiatan sosial/ kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan mendapat perhatian khusus. CSR merupakan salah satu bentuk kepedulian terhadap sesama dan lingkungan Sebagaimana yang tertuang dalam Q.S. Al-Hadid (57) : 7,

أَمْؤَا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ وَاَنْفَقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَحْلِفِيْنَ فِيْهِ تَالِيْنَ اَمْؤَا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ

Artinya:

“Berimanlah kamu kepada Allah dan RasulNya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya.

Maka orang-orang yang beriman diantara kamu dan nafkankanlah (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.”

Firman Allah diatas menjelaskan bahwa umat manusia haruslah memberikan (sedekah) sebagian hartanya kepada mereka yang

membutuhkan. Hal itu pula yang tercermin dalam kegiatan CSR yang bertujuan membina hubungan harmonis dan untuk mensejahterakan masyarakat.

Sebagai sebuah perusahaan, PT TWCB tentunya bukan hanya bertanggung jawab terhadap pengelolaan obyek wisata Candi Borobudur saja, tetapi juga bertanggung jawab terhadap masyarakat Borobudur yang *notabene* Candi Borobudur bukan hanya aset negara dan dunia, tetapi pula aset masyarakat Magelang, Khususnya Borobudur. Salah satu bentuk tanggung jawab PT TWCB terhadap masyarakat sekitar adalah dengan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan CSR pemberdayaan masyarakat.

Mayoritas mata pencaharian masyarakat sekitar area candi Borobudur sebelum didirikannya PT TWCB adalah petani. Tetapi semenjak berdirinya PT TWCB mengakibatkan peralihan mata pencarian mereka ke perdagangan, khususnya berdagang di sekitar area candi, seperti berdagang pangan, sandang dan segala hal yang berkaitan dengan Candi Borobudur. Maka dari itu, PT TWCB memberikan fasilitas masyarakat sekitar area berdagang dilengkapi dengan kios-kios yang berjejer rapi serta gratis untuk pedagang agar terciptanya kondisi yang rapi dan teratur dalam menjajakan dagangannya.

Selain itu, berbagai kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan oleh PT TWCB diantaranya yaitu mewadahi kesenian-kesenian daerah Magelang untuk kemudian menggandeng dan

memfasilitasi para seniman tersebut. ASKRAB (Asosiasi Kesenian Rakyat Borobudur) mendapatkan pemberdayaan, pengembangan serta difasilitasi agar bisa pentas dihadapan khalayak ramai. Tidak hanya dalam bidang ekonomi dan kebudayaan, PT TWCB juga melakukan pelatihan pemberdayaan masyarakat menggandeng Forum Rembug Klaster Pariwisata Borobudur. Dalam kegiatan ini, masyarakat diberi keterampilan membuat kerajinan bambu, keterampilan sadap pinus, kerajinan kaleng bekas dan kerajinan pahat batu. Beberapa kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT TWCB diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar Candi Borobudur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti membuat rumuswan masalah sebagai berikut: **“Bagaimana Strategi *Corporate Social Responsibility* PT Taman Wisata Candi Borobudur dalam Pemberdayaan Masyarakat sekitar area Candi Borobudur?”**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kegiatan CSR yang dilakukan PT TWCB dalam memberdayakan masyarakat sekitar area Candi Borobudur.

2. Manfaat Penelitian

a. Akademis

- 1) Bagi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan pada pengembangan penelitian, terutama yang berkaitan dengan CSR pada sebuah perusahaan.
- 2) Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi yang positif dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang serupa.

b. Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Manajemen PT TWCB dalam program CSR perusahaan
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan penambah wawasan dan sumbangan kepastakaan, bagi pembaca yang memiliki minat lebih dalam materi yang serupa atau berkaitan dapat dijadikan acuan dalam penelitian lanjutan dimasa yang akan datang.

D. Telaah Pustaka

Penelitian atau pembahasan dengan tema *corporate social responsibility* sudah banyak dikaji dalam berbagai penelitian. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta pada tahun 2014, yang berjudul **“Kontruksi Sosial atas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta (Deskriptif Kualitatif Program Desa Mandiri di Desa Kepuhan Argorejo, Sedayu, Bantul”**) yang diteliti oleh Chusniyatul Munawaroh. Dalam penelitiannya, skripsi ini membahas mengenai Program CSR yang dilakukan PT. PLN (persero) area Yogyakarta terhadap masyarakat Desa Kepuhan Argorejo, Sedayu, Bantul. Metode penulisan yang digunakan yaitu metode studi deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Persamaan dari penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama mengangkat tema mengenai CSR perusahaan dengan pendekatan kualitatif serta metode pengumpulan data yang menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada permasalahan penelitian, subjek, objek, tujuan penelitian, dan lokasi penelitian. Permasalahan penelitian yang akan peneliti ambil CSR yang dilakukan PT. TWCB dalam pemberdayaan masyarakat Borobudur. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Chusniyatul yaitu kontruksi sosial Program CSR PT. PLN (Persero) area Yogyakarta terhadap masyarakat Sedayu, Bantul.

Pustaka Kedua yang peneliti gunakan ialah skripsi yang berjudul **“Program Corporate Social Responsibility dalam meningkatkan Citra Positif (Studi Korelasi PT. Tiga Pilar Sejahtera Pada**

masyarakat Desa Sepat, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen)”.

Karya Wulan Ramadiyanti Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga tahun 2008. Skripsi ini membahas mengenai Program CSR dalam meningkatkan citra positif PT. Tiga Pilar Sejahtera pada Masyarakat Desa Sepat, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen. Penelitian ini sama-sama mengangkat mengenai Program CSR dalam sebuah Perusahaan Metode penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif, sumber data primer dan skunder, metode pengumpulan data yang menggunakan wawancara dan observasi. Sedangkan perbedaannya terdapat pada permasalahan penelitian, lokasi penelitian, subjek, objek, tujuan penelitian, metode keabsahan data dan metodologi penelitian. Dimana dalam uji validitas.

Pustaka Ketiga adalah penelitian dari Ryryn Is muntary tahun 2014 yang berjudul. **“Manajemen Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap)”** Skripsi ini membahas manajemen CSR PT. Pertamina (Persero) unit Cilacap dalam pemberdayaan masyarakat. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengangkat pemberdayaan masyarakat, serta metode penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek, objek, tujuan penelitian, dan lokasi penelitian.

Tabel 1**Matrik Tinjauan Pustaka**

No	Peneliti	Judul	Lokasi	Metode	Tujuan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Chusniyatul Munawaroh	“Kontruksi Sosial atas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta (Deskriptif Kualitatif Program Desa Mandiri di Desa Kepuhan Argorejo, Sedayu, Bantul)”	PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta	Deskriptif	Mengetahui kontruksi sosial Program CSR PT. PLN terhadap Desa Kepuhan Argorejo, Sedayu, Bantul. krisis PT.	Perbedaan dari ketiganya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada objek penelitian, ruang lingkup penelitian, fokus penelitian, serta tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian yang benar - benar peneliti lakukan sendiri dan hasilnya diperoleh tanpa mengambil proses dan hasil penelitian

2.	Wulan Romadanniyati	“Program Corporate Social Responsibility dalam meningkatkan Citra Positif (Studi Korelasi PT. Tiga Pilar Sejahtera Pada masyarakat Desa Sepat, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen)”	PT. Tiga Pilar Sejahtera	Deskriptif	Mengetahui Program CSR PT. Tiga Pilar Sejahtera terhadap peningkatan Citra Positif	yang pernah dilakukan sebelumnya.
3.	Ryryn IsMuntary	“Manajemen Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap)”	PT. Pertamina (Persero) Unit IV Cilacap	Deskriptif	Mengetahui manajemen CSR PT. Pertamina (Persero) Cilacap dalam pemberdayaan masyarakat.	

Sumber : Olahan Peneliti

E. Landasan Teori

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

a. Pengertian CSR

- 1) Menurut The world Business Council for Sustainable (WBCSD),
CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well of the local community and society at large.
- 2) carroll similiarly (1979) salah satu teori CSR awal menyatakan bahwa Bisnis meliputi ekonomi, hukum, etika, dan discretionary harapan bahwa masyarakat memiliki organisasi pada suatu titik waktu tertentu.
- 3) Menurut Suhandari M. Putri dalam artikelnya Scema CSR dalam kompas, 4 Agustus 2007 yg dikutip oleh DR. Hendrik Budi Untung,S.H.,C.N.,M.M dalam bukunya “*Corporate Social Responsibility*”(2008:1). CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antar perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.
- 4) Nor Hadi dalam bukunya yang berjudul Corporate Social Responsibility mengungkapkan bahwa CSR suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan

untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

b. Teori CSR

Menurut buku *Corporate Responsibility* yang ditulis oleh Nor Hadi, terdapat tiga macam teori dalam CSR, salah satunya adalah :

1. Teori Stakeholder

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*Shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*Stakeholder*), selanjutnya disebut tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*).

c. Prinsip-prinsip CSR :

Nor Hadi (2011:59) mengungkapkan ada tiga Prinsip-prinsip CSR :

1. *Sustainability* (Keberlanjutan)

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.

2. *Accountability* (Pertanggungjawaban)

Upaya perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab atas aktifitas yang telah dilakukan.

3. *Transparency* (Keterbukaan)

Keterbukaan perusahaan atas aktifitas CSR menentukan respon masyarakat bagi perusahaan.

d. Tiga zona implementasi dalam CSR :

Gambar 2
Tiga Zona Implementasi CSR



Sumber : Edi Suharto (2009:107)

Penjelasan :

1. *Profit* : Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomis yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *Planet* : Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keberagaman hayati. Biasanya program CSR ini berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman dan lain sebagainya.
3. *People* : Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.

2. Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

- 1) Menurut Payne dalam buku Isbandi Rukminto Adi (2008:77-78) menyatakan bahwa pemberdayaan sebagai kegiatan membantu klien untuk memperoleh daya guna mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan dilakukan, terkait dengan diri mereka termasuk mengurangi hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan melali peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimiliki dengan mentrasfer daya dari lingkungannya.
- 2) Menurut Sutrisno (2000:185) dalam perspektif pemberdayaan, masyarakat diberi wewenang untuk mengelola sendiri dana pembangunan baik yang berasal dari pemerintah maupun dari pihak lain. disamping mereka harus aktif berpartisipasi dalam proses pemilihan, perencanaan, dan pelaksanaan pembangunan.
- 3) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2003, hl. 241), secara etimologi pemberdayaan berasal dari kata “berdaya” yang artinya kekuatan kemampuan bertenaga atau mempunyai akal untuk mengatasi sesuatu.
- 4) Pemendagri RI Nomer 7 Tahun 2007, pasal 1 ayat 8 Tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah suatu strategi yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan

kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

b. Program Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Nor Hadi (2011:130) pemberdayaan masyarakat dibagi menjadi tiga strategi:

1) *Community Relations*

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada stakeholder. Program CSR banyak diarahkan pada kegiatan kedermaan (*Charity*) berjangka pendek, habis pakai dan kegiatan sosial bersifat insidental.

2) *Community Service*

Strategi implementasi CSR yang menitikberatkan pada pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat/umum. Perusahaan hanya sebagai fasilitator, masyarakat memberdayakan dirinya sendiri.

3) *Community Empowering*

Strategi CSR yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Strategi ini mendudukan masyarakat sebagai mitra dan memberikan penguatan.

c. Proses Pemberdayaan

Menurut I Gede Pitana ada tiga proses yang harus dilewati dalam memberdayakan masyarakat :

1) Tahap *Enabling Setting*

Tahap ini adalah proses pemberdayaan yang memperkuat situasi kondisi ditingkat lokal menjadi lebih baik, sehingga masyarakat lokal bisa berkreavitas.

2) Tahap *Empowering Local Community*

Setelah *local setting* disiapkan, masyarakat lokal harus ditingkatkan pengetahuan dan keterampilannya sehingga mampu memanfaatkan setting dengan baik.

3) Tahap *Socio-political Support*

Tanpa dukungan politik dan sosial yang memadai, masyarakat lokal tidak bisa memanfaatkan pengetahuan dan keterampilannya dengan baik. maka dari itu dukungan sangat diperlukan.

d. Tujuan Pemberdayaan

Menurut Totok Mardikanto dalam bukunya yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Dalam perspektif Kebijakan Publik” terdapat beberapa tujuan pemberdayaan masyarakat meliputi beragam upaya perbaikan sebagai berikut;

1) Perbaikan Pendidikan (*better education*)

Pemberdayaan dirancang sebagai suatu bentuk pendidikan yang mampu menumbuhkan semangat belajar seumur hidup.

2) Perbaikan aksesibilitas (*better accessibility*)

Dengan tumbuh dan berkembangnya semangat belajar seumur hidup, diharapkan akan memperbaiki aksesibilitasnya, utamanya aksesibilitas dengan sumber informasi/ inovasi, sumber pembiayaan, penyedia produk dan peralatan.

3) Perbaikan tindakan (*better action*)

Dengan berbekal perbaikan pendidikan dan aksesibilitas, diharapkan akan terjadi tindakan-tindakan yang semakin lebih baik.

4) Perbaikan kelembagaan (*better institution*)

Dengan perbaikan tindakan, diharapkan akan memperbaiki kelembagaan, termasuk pengembangan jejaring kemitraan-usaha.

5) Perbaikan usaha (*better business*)

Perbaikan pendidikan, aksesibilitas, kelembagaan diharapkan akan memperbaiki bisnis yang dilakukan.

6) Perbaikan pendapatan (*better income*)

Dengan terjadinya perbaikan bisnis yang dilakukan, diharapkan akan dapat memperbaiki pendapatan yang diperoleh termasuk pendapatan keluarga dan masyarakat.

7) Perbaikan Lingkungan (*better enviroment*)

Perbaikan pendapatan diharapkan dapat memperbaiki lingkungan (fisik dan sosial) karena kerusakan lingkungan seringkali disebabkan oleh kemiskinan pendapatan

8) Perbaikan kehidupan (*better living*)

Tingkat pendapatan dan keadaan lingkungan yang membaik, diharapkan dapat memperbaiki keadaan kehidupan setiap keluarga dan masyarakat.

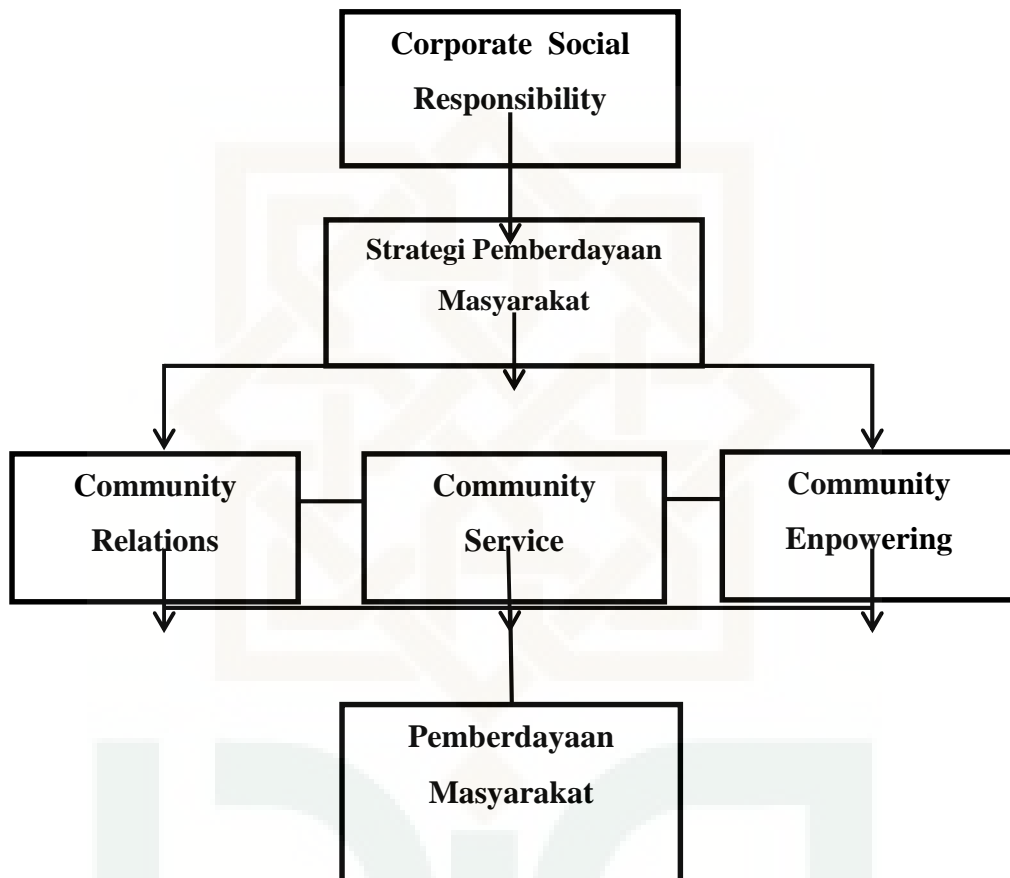
9) Perbaikan masyarakat (*better community*)

Keadaan kehidupan yang lebih baik yang didukung oleh lingkungan (fisik dan sosial) yang lebih baik, diharapkan akan terwujud kehidupan masyarakat yang lebih baik pula.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus kerangka pemikiran yakni,

Gambar 3: Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif yang menitikberatkan kepada keahlian peneliti dalam memahami dan menjabarkan sebuah situasi dan fenomena,

bukan hanya mencari sebab dan akibat dari sebuah fenomena. Dalam penelitian ini, peneliti bertugas untuk memilih informan sebagai sumber data, lokasi penelitian yang valid, melakukan pengumpulan data, menjabarkan dan mengolah data yang sudah didapat, menafsirkan, menilai kualitas data serta kemudian menyimpulkan hasil dari data tersebut.

2. Subyek dan Obyek penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah PT TWCB dan masyarakat sekitar Candi Borobudur. Selanjutnya peneliti akan mencari data, bertanya dan wawancara kepada divisi humas PT TWCB dalam menjalankan kegiatan CSR di area Candi Borobudur dan masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan CSR yang diselenggarakan oleh PT TWCB.

b. Obyek Penelitian

Obyek Penelitian ini adalah kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat sekitar candi Borobudur.

3. Metode Pengumpulan Data

a) Jenis Data

1) Data Primer

Data primer merupakan hal terpenting yang didapat secara langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan wawancara mendalam

sebagai metode pengumpulan data primer. Wawancara mendalam merupakan data yang diperoleh langsung dari narasumber.

Wawancara adalah pertemuan secara langsung antara reponden dan pewawancara melalui pertemuan muka ke muka (Wirawan, 2009:252)

2) Data Sekunder

Merupakan data yang digunakan peneliti untuk membantu dan mendukung data primer. Peneliti akan menggunakan metode observasi dan dokumentasi sebagai pelengkap dalam metode pengumpulan data.

Dalam Menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu observasi (pengamatan), Wawancara mendalam (*depth interview*), dan dokumentasi.

b) Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Obervasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. (Bungin, Burhan, 2007:115).

Peneliti akan melakukan observasi terhadap objek di lokasi tempat berlangsungnya suatu peristiwa atau kegiatan, sehingga peneliti berada bersama objek yang diteliti.

2. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Selanjutnya peneliti juga akan melakukan wawancara mendalam kepada informan. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh data dengan cara terjun langsung ke lokasi dan bertanya jawab secara bertatap muka langsung kepada sumber informan yang akurat dan dapat dipercaya.

Dengan wawancara mendalam peneliti akan mendapatkan data-data yang akurat dan dibutuhkan oleh peneliti. wawancara akan dilakukan terhadap divisi Humas PT TWCB dan masyarakat Candi Borobudur yang terlibat langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif untuk menelusuri data historis seperti buku, foto, rekaman suara dan sebagainya. Observasi digunakan untuk memperoleh data–data sekunder sebagai pelengkap data primer.

Dokumentasi yang akan peneliti gunakan dalam melakukan penelitian meliputi dokumen publik dan dokumen privat berupa surat-surat atau arsip yang berkaitan dengan tema penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Tahap analisis data memegang peranan sangat penting dalam riset deskriptif kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitatif riset. Kemampuan periset memberikan makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperoleh memenuhi unsur reliabilitas dan validitas atau tidak. Sedangkan reliabilitas dan validitas terletak pada diri peneliti sebagai instrumen riset.

Penelitian deskriptif ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles dan Humbermen dalam buku "*Metode Penelitian Kualitatif*" (moelong, 2002:248), dalam buku tersebut dijelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu :

a. Pengumpulan data

Data yang didapatkan peneliti dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan diatas, meliputi observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

b. Reduksi Data

Yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan dan verifikasi.

c. Penyajian data

Penyajian data, seluruh data yang diperoleh langsung di lapangan berupa hasil wawancara mendalam dan dokumentasi atau dianalisis sesuai dengan teori – teori yang telah di dapatkan sebelumnya, sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang pola interaksi kegiatan CSR PT TWCB terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar Candi Borobudur.

d. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun secara tepat dalam penyajian data. Peneliti dapat memaparkan kesimpulan dan sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan skripsi ini.

G. Metode Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data atau uji validitas data bertujuan untuk mendeteksi keabsahan data dan kebenaran data yang diperoleh dalam penelitian. Validitas data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjukkan pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2008:97).

Guna menentukan sah atau tidaknya data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka pemeriksaan data penelitian dilakukan dengan triangulasi dan ketekunan pengamatan. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu.

Dalam konteks penelitian ini, triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data, berasal dari Humas PT TWCB dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan CSR PT TWCB. Teknik yang dilakukan adalah dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang dilakukan dengan (paton, 1987) : (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan prang di depan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang, (5) membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah

berupa kesamaan atau alasan–alasan terjadinya perbedaan. (Moloeng, 2006: 330).

H. Unit Analisis

Menurut Hamidi (2005:75-76) menyatakan bahwa unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian.

Berdasarkan objek yang akan diteliti dan teori yang sudah dipaparkan diatas, penelitian ini adalah kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat yang dilakukan PT TWCB kepada masyarakat sekitar Candi Borobudur. Dalam hal ini Program pemberdayaan masyarakat dari Nor Hadi yaitu *Community Relations-Community Service-Community Empowering* dikaitkan atau dimasukkan dengan fokus kegiatan pemberdayaan masyarakat yaitu:

Tabel 1
Komponen Pemberdayaan Masyarakat

Komponen	Keterangan
Community Relations	Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kegiatan-kegiatan yang diarahkan pada kedermaan (charity), berjangka pendek, habis pakai, dan kegiatan lain bersifat insidental.
Community Service	Strategi implementasi CSR yang menitikberatkan pada pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan

	masyarakat/umum. Perusahaan hanya sebagai fasilitator, masyarakat memberdayakan dirinya sendiri.
Community Empowering	Strategi CSR yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Strategi ini mendudukan masyarakat sebagai mitra dan memberikan penguatan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pembahasan dan beberapa hal menjadi kesimpulan atau jawaban dari rumusan masalah penelitian ini yang berjudul Strategi Corporate Social Responsibility Pemberdayaan Masyarakat PT TWCB, peneliti mendapat benang merah dari hasil penelitian ini.

Strategi PT TWCB dalam CSR pemberdayaan masyarakat dibagi menjadi tiga,

1. community relation

Melalui penyamaan pemahaman antara perusahaan dengan *stakeholder* dalam kegiatan ini adalah masyarakat Kecamatan Borobudur khususnya masyarakat Desa Borobudur dengan cara melakukan pendekatan ke *opinion leader* yang dipercaya oleh masyarakat.

2. community service

Perusahaan menempatkan diri sebagai pelayan masyarakat dengan memberikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satunya dalam bidang pembangunan infrastruktur yang dibutuhkan masyarakat Borobudur. Masyarakat dibimbing untuk menjadi mandiri

dalam pemecahan masalah yang ada, PT TWCB sebagai fasilitator.

Dalam strategi ini, masyarakat menanggapi dengan antusias yang baik.

3. *Community empowering*

strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT TWCB selanjutnya. Strategi ini menitikberatkan pada kemandirian masyarakat untuk kemudian dikembangkan dan diberi penguatan oleh PT TWCB. Dalam strategi ini masyarakat diposisikan sebagai mitra usaha. Disini masyarakat menjadi lebih memahami potensi yang dimiliki dan ikut berpartisipasi aktif dalam mengembangkan pemberdayaan yang sudah ada.

Melihat dari hasil akhir di masyarakat, dari ketiga strategi yang dilakukan oleh PT TWCB strategi pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan *community empowering* merupakan strategi yang paling tepat untuk pemberdayaan masyarakat Borobudur. Walau proses pemberdayaannya memakan waktu lama tetapi hasil yang didapat lebih besar dan berkelanjutan.

Sebagaimana kegiatan sosial lainnya, CSR pemberdayaan masyarakat bukanlah hal instan yang bisa langsung masuk kedalam masyarakat, namun perlu diadakannya strategi jitu dan tepat sasaran yang diterapkan perusahaan ke masyarakat, agar masyarakat bisa menjadi masyarakat yang berdaya guna.

Dalam setiap kegiatan CSR yang dilakukan PT TWCB selalu menitik beratkan pada kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan menitik

beratkan segala aspek yang ada di lingkungan masyarakat. Strategi yang dilakukan oleh PT TWCB Di harapkan dengan adanya kegiatan CSR ini, masyarakat bisa mengetahui potensi diri mereka dan lingkungan untuk kemudian di kembangkan dalam kehidupan sehari-hari. PT TWCB tidak hanya memberikan langkah awal dalam kegiatan CSR, tetapi tetap mengawasi keberlanjutan kegiatan tersebut.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, sudah terjadi perubahan di masyarakat Borobudur sebelum dan sesudah kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat. Masyarakat Borobudur saat ini sudah bisa dikatakan masyarakat yang berdaya, dilihat dari cara mereka mengenali potensi yang dimiliki dan perbaikan kehidupan yang dirasakan serta mampu mendayagunakan itu semua.

Pada dasarnya perusahaan dan masyarakat adalah *stakeholder* yang saling membutuhkan dan mempengaruhi satu dengan lainnya. *Opinion Leader* dalam hal ini Lurah maupun perangkat desa lainnya memiliki peran yang cukup penting dalam berjalannya kegiatan CSR. Karena mereka merupakan penyambung lidah dari perusahaan ke masyarakat dan merupakan orang kepercayaan masyarakat.

Tetapi dalam pelaksanaannya, hendaknya perusahaan bisa membedakan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab personal perusahaan. Dimana banyak perusahaan yang masih rancu dalam mengartikan kepentingan dari dua hal tersebut yang sudah jelas berbeda. Begitu pula masyarakat, hendaknya bisa membedakan antara kepentingan

bersama dan kepentingan pribadi dalam pelaksanaan CSR, karena saat ini banyak yang memanfaatkan CSR sebagai senjata dalam mengeruk keuntungan dari perusahaan.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan pembahasan terkait dengan strategi CSR pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT TWCB pada masyarakat sekitar area Candi Borobudur, Penulis memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk mendalami tentang pemberdayaan masyarakat tidak hanya terkait kajian CSR saja, tetapi kajian lainnya seperti pola interaksi agar penelitiannya bisa lebih mendalam.

Penelitian ini bisa dijadikan acuan PT TWCB dalam melaksanakan kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat selanjutnya dan bisa mengembangkan dan menerapkan strategi lain yang bisa diaplikasikan di masyarakat. Sehingga hasil yang di dapat dari pemberdayaan masyarakat itu sendiri bisa lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Adi, Isbandi Rukminto. 2008. *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 2009. Diterjemahkan oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung: Syaamil Al-Qur'an.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Firsan, Nova. 2011. *Crisis Public Relations*.
- Kartasmita, Ginanjar. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat, Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT Pustaka Cresindo.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mardikanto, Totok. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Parwito, Ph. D. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis.
- Rudito, Bambang. 2013. *CSR (Corporate Respon Sosiability)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sarwono, Sarlito W. 2015. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Rajagrafindo Perkasa.
- Sukardi, David. 2009. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber Skripsi

Skripsi Chusniyatul Munawaroh “Kontruksi Sosial atas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta” (Deskriptif Kualitatif Program Desa Mandiri di Desa Kepuhan Argorejo, Sedayu, Bantul). (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2015).

Skripsi Wulan Ramadiyanti “Program *Corporate Social Responsibility* dalam Meningkatkan Citra Positif” (Studi Korelasi PT Tiga Pilar Sejahtera Pada Masyarakat Desa Sepat, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen). (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2008)

Skripsi Ryryn Is Muntary “Manajemen *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Masyarakat” (Studi Deskriptif Kualitatif di PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap). (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2014)

Sumber Internet

<http://www.bumn.go.id/borobudur> Diakses pada 21 Mei 2015 pukul 19.35 WIB

L

A

M

P

I

R

A

N

Wawancara 2

Pewawancara : Astari S
Nama Informan : Ari Nuryanto
Umur : 47
Pekerjaan : Ketua Pedagang dan ketua kesenian Topeng Ireng Bumi Kawedar
Lokasi Wawancara : Kediaman Bapak Ari, Desa Bumisegoro Borobudur

1. Apakah Kegiatan CSR menjadi suatu prioritas untuk PT TWCB?
 - Sebenarnya di perusahaan kita, CSR sebagai pemenuhan kewajiban sebagai BUMN kepada masyarakat seperti yang tertuang di undang-undang dan juga kewajiban kepada pemerintah juga.
2. Sudah berapa lama kegiatan CSR tersebut dilakukan?
 - CSR sendiri dilakukan sudah sejak lama sejak berdirinya perusahaan kira-kira tahun 1980 dengan nama bina lingkungan dulunya mbak
3. Dalam satu tahun, berapa kali kegiatan CSR tersebut dilakukan?
 - Tidak ada ketentuan khusus berapa kali dalam satu tahun CSR harus dilaksanakan, disesuaikan dengan kebutuhan. Tetapi setiap

tahun pasti akan selalu mengadakan kegiatan rutin seperti pembagian sembako di hari besar keagamaan, di hari ulang tahun perusahaan. Memberikan santunan kepada Panti Asuhan.

4. Siapa saja Sasaran *stakeholder* dalam pelaksanaan CSR?

- sasaran utama kami masyarakat Desa Borobudur pada khususnya dan masyarakat wilayah Kecamatan Borobudur pada Umumnya, tapi yang lebih diprioritaskan ya Desa Borobudur yang menjadi letak Candi Borobudur. Kecamatan Borobudur terdiri dari 20 Desa Borobudur, sementara Desa Borobudur sendiri terdiri dari 21 Dusun.

5. Bagaimana hubungan antara PT TWCB dengan *stakeholder* khususnya masyarakat sekitar area Candi Borobudur?

- Hubungan PT TWCB dengan masyarakat adalah mitra. Saling mendukung dan saling membutuhkan. PT TWCB dan masyarakat memiliki kedudukan dengan porsi yang sama.

6. Bagaimana tanggapan awal masyarakat ketika kegiatan pemberdayaan masyarakat muncul?

- tanggapan kita sih baik mbak, terima-terima aja lah wong mau dikasih bantuan, siapa sih yang gak mau dikasih bantuan dari orang lain.

7. Bagaimana pihak PT TWCB dalam memberikan informasi/ mengkomunikasikan kegiatan CSR kepada masyarakat sekitar area Candi Borobudur?

- Biasanya manggil perangkat desa, tokoh desa, ketua pedagang, ketua asosiasi seniman diajakin musyawarah dan rembukan, biasanya rutin mbak tiap sebulan sekali. Nanti hasil rembukan itu baru disebarin sama anggota.

8. Berapa kali dalam sebulan sosialisasi dilakukan?

- Biasanya sebulan sekali, tapi disesuaikan dengan kepentingan mbak biasanya.

9. Siapa yang paling bertanggungjawab penuh atas adanya kegiatan CSR dalam masyarakat?

- ya seluruh masyarakat mbak.

10. Bagaimana peran opinion leader kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?

- biasanya mereka itu jadi penyambung lidah dari perusahaan ke masyarakat mbak, kita masyarakat desa pilih pemimpin juga berdasarkan kepintaran yang dimiliki, jadi kalau ada apa-apa maju paling depan.

11. Bagaimana antusias dan tanggapan masyarakat terhadap kegiatan CSR yang dilakukan PT TWCB?

- animo masyarakat baik apalagi kegiatan sosial banyak yang membutuhkan. jika ada yang tidak senang dengan kegiatan ini, porsinya hanya kecil.

12. Selama ini kegiatan CSR apa saja yang telah dilakukan pihak TWCB, khususnya dalam bidang pemberdayaan masyarakat yang dirasakan masyarakat?

- Banyak mbak, yang paling terasa itu yang penyediaan kios gratis, terus juga pelatihan homestay, pelatihan kesenian terus bentuk asosiasi ASKRAB itu mbak, desa-desa sekitar sini juga dikembangkan jadi desa wisata.

13. apa saja yang didapatkan masyarakat atas kegiatan Pemberdayaan masyarakat ini?

- Yang jelas masyarakat jadi terbantu mbak, tiap ada kesulitan pasti dibantu, terus kita juga sudah mulai bisa jadi desa mandiri bisa mengembangkan desa kita.

14. Menurut bapak, apakah ada perubahan masyarakat desa sebelum dan sesudah adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT TWCB?

- ada mbak, ada banget. Kita jadi melek terhadap apa yang kita punya, gak tergantung ama orang lain lagi dalam mencari nafkah dan bisa dapat penghasilan tambahan.

-



Wawancara 1

Pewawancara : Astari S
Nama Informan : Riyanto dan Adi Winarto
Umur : 50 dan 55
Pekerjaan : Kasi dan Pelaksana divisi Kemitraan Masyarakat PT
TWCB
Lokasi Wawancara : Kantor PT Taman Wisata Candi Borobudur

1. Apakah Kegiatan CSR menjadi suatu prioritas untuk PT TWCB?
 - Sebenarnya di perusahaan kita, CSR sebagai pemenuhan kewajiban sebagai BUMN kepada masyarakat seperti yang tertuang di undang-undang dan juga kewajiban kepada pemerintah juga.
2. Sudah berapa lama kegiatan CSR tersebut dilakukan?
 - CSR sendiri dilakukan sudah sejak lama sejak berdirinya perusahaan kira-kira tahun 1980 dengan nama bina lingkungan dulunya mbak
3. Dalam satu tahun, berapa kali kegiatan CSR tersebut dilakukan?
 - Tidak ada ketentuan khusus berapa kali dalam satu tahun CSR harus dilaksanakan, disesuaikan dengan kebutuhan. Tetapi setiap tahun pasti akan selalu mengadakan kegiatan rutin seperti pembagian sembako di hari besar keagamaan, di hari ulang tahun perusahaan. Memberikan santunan kepada Panti Asuhan.

4. Siapa saja Sasaran *stakeholder* dalam pelaksanaan CSR?
 - sasaran utama kami masyarakat Desa Borobudur pada khususnya dan masyarakat wilayah Kecamatan Borobudur pada Umumnya, tapi yang lebih diprioritaskan ya Desa Borobudur yang menjadi letak Candi Borobudur. Kecamatan Borobudur terdiri dari 20 Desa Borobudur, sementara Desa Borobudur sendiri terdiri dari 21 Dusun.
5. Bagaimana hubungan antara PT TWCB dengan *stakeholder* khususnya masyarakat sekitar area Candi Borobudur?
 - Selama kurang lebih 30 tahun berdirinya perusahaan, tidak ada kendala atau masalah berarti dengan masyarakat desa, jadi bisa dikatakan kalau hubungan kita harmonis, mitra, Saling mendukung dan saling membutuhkan. Perusahaan dan masyarakat memiliki kedudukan dengan porsi yang sama.
6. Apa ada kerjasama dengan pemerintah? bagaimana bentuk kerjasamanya?
 - Ada banyak mbak kerjasama dengan pemerintah, dinas pariwisata, Dinas pendidikan, Dinas pertanian dan banyak lagi mbak.
7. Bagaimana tanggapan awal masyarakat ketika kegiatan pemberdayaan masyarakat muncul?
 - Ya namanya masyarakat desa mbak, masih belum begitu maju dan mengerti potensi lingkungan. Tanggapan awal mereka baik,

iya-iya ngikut-ngikut angguk-angguk tapi sebenarnya tidak begitu paham apa yang sebenarnya diinginkan perusahaan, nah dalam pelaksanaannya awal-awalnya masih berat, pihak perusahaan harus terus aktif mbak, ketika sudah mulai dirasakan ada manfaat buat mereka, nah baru mereka sadar, kalau sekarang alhamdulillah masyarakatnya sudah mulai inisiatif sendiri, ada program terus ajuin proposal ke kami.

8. Bagaimana pihak PT TWCB dalam memberikan informasi/mengkomunikasikan kegiatan CSR kepada masyarakat sekitar area Candi Borobudur?

- melalui pengumuman informasi yang disampaikan melalui perangkat desa (prabot) untuk kemudian disebarkan kepada masyarakat luas

9. Bagaimana pendekatan yang dilakukan oleh Humas PT TWCB terhadap masyarakat sekitar area Candi Borobudur dalam rangka kegiatan CSR?

- yaitu tadi mbak, pendekatan yang kita lakukan melalui tokoh masyarakat, karena tipikal masyarakat sini sangat percaya omongan tokoh desanya.

10. Berapa kali dalam sebulan sosialisasi dilakukan?

- Disesuaikan dengan kepentingan saja mbak, kalau dengan tokoh desa biasanya tiap selapanan (35 hari)

11. Siapa yang paling bertanggungjawab penuh atas adanya kegiatan CSR dalam perusahaan?

- Kalau disini yang paling bertanggung jawab Direktur operasi dibantu oleh divisi kemitraan masyarakat, dan divisi Humas.

12. Bagaimana peran Humas atau Divisi yang berkaitan langsung dengan CSR dalam kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?

- Disini perannya banyak mbak, pelaksanaan, membuat program, perencanaan anggaran, strategi dan terjun langsung ke lapangan.

13. Bagaimana antusias dan tanggapan masyarakat terhadap kegiatan CSR yang dilakukan PT TWCB?

- animo masyarakat baik apalagi kegiatan sosial banyak yang membutuhkan. jika ada yang tidak senang dengan kegiatan ini, porsinya hanya kecil.

14. Selama ini kegiatan CSR apa saja yang telah dilakukan pihak TWCB, khususnya dalam bidang pemberdayaan masyarakat?

- Banyak mbak, semua yang kita lakukan tujuannya untuk memberdayakan masyarakat

15. Apa tujuan PT TWCB melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat?

- supaya masyarakat lebih bisa berdaya guna, dengan harapan tidak menggantungkan hidup kepada perusahaan tapi bisa membuat lapangan kerja bagi diri mereka sendiri dan mandiri.

16. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh pihak PT TWCB kepada masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan masyarakat?

- Strategi kita simpel mbak, melalui pendekatan, pendekatan lingkungan, pendekatan masyarakat dan pendekatan pemerintah daerah.

17. Media apa saja yang digunakan oleh PT TWCB dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat?

- Media macam-macam mbak, media yang kita gunakan biasanya melalui media pelatihan, media promosi, media iklan dalam bentuk cetak maupun audio, dan audio visual.

18. Apa yang dijadikan tolak ukur oleh PT TWCB dalam melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat?

- Tolak ukur kita berdasarkan data demografi Desa kemudian kita juga ada tim khusus yang survey keadaan lingkungan dan masyarakat desa yang kita terjunkan menginap 2 hari di desa yang di survey untuk kemudian menulis laporannya.

19. Bagaimana cara PT TWCB dalam menyamakan pemahaman kepada masyarakat sekitar area Candi Borobudur ketika akan melaksanakan kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?

- Biasanya kita musyawarah sama kepala daerah, tokoh-tokoh masyarakat, tokoh budaya dan agama, yang berkompeten di daerahnya kita ajak rembungan biar bisa berbagi informasi dan menyampaikan pesan dari kita.

20. Apakah ada budget khusus yang disediakan PT TWCB dalam melaksanakan kegiatan CSR Pemberdayaan masyarakat?

- Ada budget khusus, tetapi disesuaikan dengan kemampuan keuangan perusahaan setiap tahunnya yang diambil dari anggaran perusahaan PT TWCB sendiri.

21. *Feedback* (timbang balik) apa saja yang didapatkan oleh PT TWCB atas kegiatan Pemberdayaan masyarakat ini?

- Yang jelas feedback yang didapat adalah keamanan lingkungan mbak yang terpenting, karena kalau kondisi saja sudah tidak aman sulit akan melaksanakan kegiatan perusahaan.

22. Apakah ada evaluasi sebelum dan sesudah melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat? contoh kegiatan evaluasi tersebut?

- jelas kita adakan evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan, kegiatan monitoring itu harus dan kalau misal ada program kita tidak berjalan sesuai, kita kroscek mbak kendalanya dibagian mana terus kita rubah strategi kita cari yang cocok.

23. Apa target yang ingin dicapai atas kegiatan pemberdayaan masyarakat?

- target sudah pasti masyarakat yang berdaya guna

24. Apa yang menjadi tolak ukur dalam keberhasilan kegiatan pemberdayaan masyarakat?

- jika masyarakat sudah bisa mengenali potensi wilayahnya dan sudah bisa mandiri berdiri sendiri, berdaya gunalah intinya, itulah yang bisa kita katakan kegiatan kita berhasil.



Wawancara 3

Pewawancara : Astari S
Nama Informan : Diah Ajeng Purwani
Umur : 35
Pekerjaan : Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Lokasi Wawancara : Prodi Fishum UIN Sunan Kalijaga

1. Siapa yang paling bertanggungjawab penuh atas adanya kegiatan CSR?

- Perusahaan lebih dikhususkan swasta dan BUMN, di dalam perusahaannya sendiri divisi yang menangani berbeda-beda bisa divisi CSR atau humas, tapi bisa divisi lain tergantung kebijakan perusahaan.

2. Apakah CSR khususnya pemberdayaan masyarakat bagi perusahaan merupakan suatu hal yang harus dijadikan prioritas?

- Tidak harus Kegiatan CSR itu dijadikan sebuah prioritas. Banyak perusahaan yang memasukan kegiatan CSR hanya untuk memenuhi kewajibannya kepada pemerintah, biar kelihatan ada tanggungjawabnya.

3. Bagaimana peran Humas dalam kegiatan CSR Pemberdayaan masyarakat?
 - Humas sebagai garda depan dalam kegiatan CSR, humas yang merencanakan, menghitung anggaran dan terjun langsung dalam pelaksanaan.
4. Apa saja peran serta pemerintah kepada perusahaan dalam kegiatan CSR?
 - Sebenarnya pemerintah itu tidak berkewajiban atas kegiatan CSR, karena pemerintah sendiri sudah memiliki kewajiban kepada fakir miskin dan anak terlantar, tapi ya perusahaan tetap harus berkoordinasi sama pemerintah dalam melaksanakan kegiatan CSR khususnya pemerintah lokal.
5. Strategi apa saja yang harus dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?
 - Meningkatkan partisipasi masyarakat kasuistik, tidak semua lingkungan sama. Jadi strateginya harus disesuaikan dengan lingkungan jadi memberdayakan masyarakat sangat sulit dan harus sesuai sasaran masyarakat.
6. Selama ini kegiatan CSR yang telah dilakukan pihak TWCB, khususnya dalam bidang pemberdayaan masyarakat apakah sudah sesuai?

- Pendidikan, Pembangunan sarana prasarana (fisik) seperti pembangunan masjid, menyediakan perlengkapan, Kesenian, pelatihan seperti pelatihan homestay dan kerajinan semua sudah sesuai dengan prinsip kegiatan CSR, tetapi pengadaan kios bagi pedagang menurut saya bukan merupakan CSR. Karena itu tujuan sebenarnya adalah maintenance wisata agar area Candi Borobudur tertata rapi, tidak semrawut gara-gara pedagang. Hal itu sebenarnya kepentingan perusahaannya sendiri. CSR itu merupakan kegiatan sosial, sementara pemberdayaan masyarakat merupakan tanggung jawab perusahaan secara keseluruhan. Kalau mengenai mewadahi seniman lalu membuat organisasi, itu merupakan suatu CSR, karena tidak mudah melakukan hal itu.

7. Bagaimana salah satu strategi yang dilakukan oleh Humas PT TWCB terhadap masyarakat sekitar area Candi Borobudur melalui dialog kepada opinion leader, apa hal tersebut sudah benar?

- Perusahaan memang harus memiliki kedekatan dengan masyarakat, khususnya opinion leader masyarakat tersebut. Karena akan lebih memudahkan perusahaan dalam penyampaian pesan dan kerjasama dengan masyarakat.

8. Apa saja yang menjadi Tolak ukur dalam kegiatan ini?

- mengetahui kebutuhan masyarakat dan membuat kesadaran masyarakat akan kebutuhannya dalam hal memberdayakan masyarakat sehingga bisa menjadi mandiri.

9. Apa saja bentuk Sosialisasi yang harus dilakukan perusahaan?

- Kasuistik , setiap daerah beda penanganan. bisa pakai opinia]on leader orang yang sangat berpengaruh, atau bottom up mengetuk lingkungan paling bawah satu persatu.

10. Berapa kali sosialisasi harus dilakukan?

- kalau masyarakat awam harus sangat sering dilakukan, sistem indonesia masyarakat dipaksa, akhirnya terpaksa dan akhirnya terbiasa melakukan rata-rata sistemnya seperti itu.

11. Target apa saja yang ingin dicapai dalam kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?

- partisipasi masyarakat lebih baik, dapat membantu masyarakat karena jika masyarakat lebih mandiri bisa menjadi insan lebih baik dan meningkat ekonomi, sosial dan sebagainya.

12. Apa yang menjadi Tolak ukur keberhasilan CSR pemberdayaan masyarakat?

- ketika masyarakat menjadi lebih baik.

13. Apakah Feedback yang didapat perusahaan atas kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?

- Timbal balik disini mungkin tepatnya bukan berupa timbal balik uang, tetapi lebih kepada selain uang. Misal, citra positif dan penerimaan masyarakat atas keberadaan perusahaan. Kalau misal perekrutan tenaga kerja dari masyarakat, itu bukan CSR. Itu memang sudah seharusnya. Lebih tepatnya buat apa perusahaan jauh-jauh cari orang hanya untuk pegawai di perusahaannya. Ini lebih kepada menjaga perasaan masyarakat saja.

14. Apakah kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat yang dilakukan PT TWCB memiliki dampak secara langsung terhadap lingkungan dan masyarakat?

- Kegiatan CSR tentunya bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dan harus berdampak langsung kepada masyarakat. Kegiatan CSR PT TWCB sudah lumayanlah dalam melakukan kegiatan CSR. Yang terpenting adalah keberlanjutan kegiatan tersebut. Jangan hanya kasih umpan saja, tapi diawasi secara keseluruhan kegiatan tersebut sampai berhasil dan memperhatikan aspek melestarikan lingkungan juga tentunya.

15. Apakah selama ini bisa dibilang antara PT TWCB dan masyarakat sudah terlihat terjalin hubungan yang baik?

- Hubungan baik dapat terlihat dari bagaimana antusias dan penerimaan masyarakat pada setiap kegiatan CSR yang dilaksanakan Perusahaan.

16. Bagaimana hubungan baik tersebut terjalin, misal melalui tindakan konkrit?

- biasanya terlihat dengan tidak adanya bentrok pas kegiatan tersebut akan dilakukan.

17. Apakah harus ada Evaluasi dalam kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat?

- harus ada, apakah program yang sudah dilaksanakan berjalan dengan baik, kalau gagal ganti strategi atau teruskan dengan cara berbeda



Kegiatan CSR PT TWCB

