

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang berdiri ditengah lingkungan masarakat dituntut memiliki tanggung jawab serta komitmen untuk ikut serta berkontribusi dalam keberlangsungan lingkungan di sekitarnya. Hal tersebut bersamaan dengan pembangunan ekonomi dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Oleh karena itu komitmen tanggung jawab terhadap lingkungan sosial sangat penting dan menjadi suatu kewajiban yang harus dilaksanakan sebagai strategi untuk membangun hubungan baik dengan komunitas lokal meliputi pemerintah dan masyarakat disekitar perusahaan.

Kewajiban ini sejalan dengan kebutuhan akan program tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) perusahaan atau yang disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR), yang merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan sesuai dengan aturan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas.<sup>1</sup> Sesuai dengan pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut *World Business Council on Sustainable Development* yaitu merupakan komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis

---

<sup>1</sup> DPR dan Presiden RI,"Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007", *Otoritas Jasa Keuangan*, 2007, hlm 2. Diakses pada tanggal 20 Febrari 2023 pukul 19.20 WIB

dan ikut serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan”.

2

Pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan ini juga dapat dianggap menjadi jalan tengah sebagai penghubung antara kepentingan masyarakat dan perusahaan. Sehingga dalam pelaksanaan programnya dapat menekankan pembangunan sosial dan lingkungan masyarakat.<sup>3</sup> Program CSR dapat diwujudkan tidak hanya dalam faktor sosial saja, tetapi juga harus sesuai dengan konsep *triple bottom line* yaitu pertimbangan dalam segi ekonomi, sosial dan juga lingkungan para pemangku kepentingan.<sup>4</sup>

Mengacu pada Bab V Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, disebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan aktivitas kegiatan operasional usahanya dalam bidang yang berkaitan dengan pengolahan maupun pemanfaatan hasil sumber daya alam maka diwajibkan untuk melakukan kegiatan TJSL.<sup>5</sup> Karena perusahaan tidak hanya dituntut sebagai pihak yang memproduksi atau menyediakan produk yang diperlukan bagi masyarakat

---

<sup>2</sup> Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility & Ethics Corporate Social Responsibility & Ethics, Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*, 2019, hlm 6 (<<http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/ib.2014.63013>>. diakses pada 20 Februari 2023 pukul 20.05)

<sup>3</sup>“Prodi Ilmu Komunikasi Universitas, Muhammadiyah Surakarta, ‘(Pos Pemberdayaan Keluarga) Pt . Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap ABSTRAK ’: diakses pada 20 Februari 2023 pukul 20.25 WIB

<sup>4</sup> Herlina Astri, "The Influence of Corporate Social Responsibility Toward the Improvement of Quality of Life In Indonesia", *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 3 (2012), hlm 154. diakses pada 20 Februari 2023 pukul 20.30 WIB

<sup>5</sup> DPR dan Presiden RI. “Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007”, *Otoritas Jasa Keuangan*, 2007, hlm 19 diakses pada 20 Februari 2023 pukul 20.05 WIB

luas, tetapi diharapkan juga berperan sebagai pihak yang mampu bertanggung jawab secara sosial.

PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap sebagai salah satu perusahaan yang beroperasi dalam pengolahan minyak dan gas terbesar di Indonesia, mengajak serta masyarakat untuk mengembangkan kapasitas mereka. Secara garis besar pelaksanaan program CSR dari PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap diimplementasikan melalui kegiatan *Community Development* yang menyentuh langsung kedalam kehidupan sosial masyarakat.

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap dalam bidang pemberdayaan masyarakat salah satunya yaitu kelompok mitra binaan program “Masyarakat Mandiri Kutawaru” atau yang disingkat menjadi MAMAKU. Program tersebut dilaksanakan tepatnya di Kutawaru, Cilacap Tengah kabupaten Cilacap. Secara geografis, wilayah ini berada di daerah pesisir pantai dan termasuk dalam daftar Ring 1 yaitu terletak di zona paling dekat dengan daerah operasional perusahaan.

Program Masyarakat Mandiri Kutawaru atau MAMAKU merupakan program yang memiliki sinergitas antar kelompok di kelurahan Kutawaru, kecamatan Cilacap Selatan, kabupaten Cilacap. Program Masyarakat Mandiri Kutawaru dilaksanakan dengan tujuan untuk mengoptimalkan potensi lingkungan

dan sumber daya manusia yang ada dalam meningkatkan kegiatan ekowisata berbasis energi baru dan terbarukan. Menjadi program binaan yang berfokus pada *eco-tourism* yang terdiri dari 4 kegiatan utamanya yaitu, terdapat pengembangan tambak kepiting cangkang keras dan cangkang lunak, inovasi pengelolaan sampah mandiri berbasis EBT, pengembangan wisata pemancingan ikan bagi kelompok pembudidaya ikan dan pelatihan pengelolaan tambak bagi kelompok mantan pekerja TKW, dari ke empat kelompok kegiatan yang ada tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Program MAMAKU ini juga menjadi bentuk program dari PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV Cilacap* yang berhasil meraih penghargaan *Public Relation Indonesia Awards (PRIA) 2023*, yang diselenggarakan di Bali pada hari Jumat, 17 Maret 2023.

Pelaksanaan kegiatan program CSR tersebut menjadi motif perusahaan dalam membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder* internal maupun eksternalnya. Oleh karena itu dalam pelaksanaannya memerlukan suatu tatanan manajemen komunikasi yang tepat dan sesuai dengan tujuan untuk mengoptimalkan potensi dan sumber daya komunikasi yang dimiliki perusahaan untuk mencapai keefektivan pelaksanaan program. Karena manajemen komunikasi yang baik akan memainkan peran yang sangat penting dalam upaya pelaksanaan kegiatan tanggung jawab perusahaan. Dengan tujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam suatu organisasi dapat dipahami dengan jelas oleh penerima dan mencapai timbal balik atau hasil yang

diinginkan dengan melalui beberapa tahapan dalam proses komunikasinya yaitu mulai dari bagaimana jalanya komunikasi dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai pengendalian evaluasi program.

Pengkomunikasian CSR atau *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan. Dengan tujuan untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas terkait dengan program sosial dan lingkungan yang dijalankan. Komunikasi CSR yang baik juga penting untuk menjaga keberlanjutan program-program CSR. Perusahaan perlu memperhatikan elemen komunikasi efektif yang nantinya akan dapat membantu perusahaan membangun reputasi yang baik dan meningkatkan citra positif di mata publik.

Komunikasi sangat diperlukan bagi organisasi dalam menciptakan, mengembangkan dan menopang struktur sosial. Dengan demikian, komunikasi organisasi dapat membantu memahami situasi yang kompleks, memilih alternatif tindakan, dan mengoordinasikan kegiatan dalam organisasi. Manajemen komunikasi tersebut meliputi proses observasi, analisis, strategi, pengembangan, organisasi, implementasi dan evaluasi proses komunikasi.<sup>6</sup>

Komunikasi yang efektif akan memengaruhi proses keberhasilan komunikasi dalam menyampaikan pesan yang diinginkan. Setiap perusahaan atau organisasi membutuhkan komunikasi yang efektif, hal ini bertujuan agar

---

<sup>6</sup> Mariana Simanjuntak and others, *Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*, 2022 hlm 16 (<<https://books.google.co.id/books?id=yJRyEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>>. diakses pada 22 Februari 2023 pukul 10.25)

pelayanan kepada stakeholder dapat berjalan dengan baik. Komunikasi yang baik akan terlaksana bila direncanakan dan disusun dengan penggunaan manajemen komunikasi yang baik pula. Dalam manajemen komunikasi dapat juga memanfaatkan berbagai sumber daya komunikasi melalui proses manajemen komunikasi yaitu meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi.<sup>7</sup>

Penting untuk diketahui bahwa manajemen komunikasi bukan hanya tanggung jawab suatu organisasi, tetapi melibatkan kerja sama tim dan kolaborasi antara pihak yang terlibat dalam suatu program yang dibentuk dan dilaksanakan bersama. Dengan adanya manajemen komunikasi yang baik, maka dipastikan pelaksanaan program CSR suatu organisasi dapat membangun hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan, untuk meningkatkan produktivitas dan meraih keberhasilan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

Adapun yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen komunikasi dalam proses pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap, melalui program Masyarakat Mandiri Kutawaru (MAMAKU) yang dilihat dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai pengendalian.

---

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm 24

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana manajemen komunikasi dalam proses pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap, melalui program Masyarakat Mandiri Kutawaru (MAMAKU) ?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu antara lain untuk memperoleh gambaran situasi secara langsung dan menganalisis bagaimana proses manajemen komunikasi dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap, melalui program Masyarakat Mandiri Kutawaru (MAMAKU) yang dilihat dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai pengendalian.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dari dilaksanakannya penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi dan masukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan

dengan manajemen komunikasi dalam pelaksanaan program CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat untuk peneliti dari dilakukannya penelitian ini yaitu agar peneliti dapat memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai bagaimana manajemen komunikasi dalam pelaksanaan program CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Dapat memahami jalanya proses terkait bagaimana pelaksanaan program, kerjasama team sampai hasil akhir. Dengan demikian dari penelitian yang dilakukan juga diharapkan menjadi sarann dan masukan bagi perusahaan untuk dapat mengevaluasi dalam pelaksanaan program.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

#### **1.5.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis datanya bersifat induktif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif. Metode



ini juga sering digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan mengandung makna.<sup>8</sup>

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu jenis pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan memahami fenomena, kejadian, atau konteks secara mendalam tanpa melakukan pengukuran kuantitatif. Metode ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data non-angka untuk menghasilkan pemahaman yang kaya dan terinci tentang subjek penelitian. Deskriptif kualitatif tidak bertujuan untuk menyusun statistik atau mengukur frekuensi, tetapi lebih fokus pada interpretasi dan pemahaman konteks di sekitar fenomena yang sedang diteliti.

### **1.5.2 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah proses manajemen komunikasi dalam pelaksanaan program Masyarakat Mandiri Kutawaru, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah sebagai bentuk komunikasi organisasi yang bertujuan untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas terkait dengan program sosial dan lingkungan yang dijalankan.

Subjek dalam penelitian ini yaitu 2 orang *officer* dari fungsi *Corporate Social Responsibility* PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV*

---

<sup>8</sup> Zuchri Abdussamad. "Metode Penelitian Kualitatif" CV. syakir Media Press, 2021. Hlm 79 diakses pada 22 Februari 2023 pukul 11.45

Cilacap yaitu Bapak Aditya Anung D.N selaku *Senior Officer* CSR & SMEP dan Bapak King Amil Hamzah selaku *Junior Officer* CSR & SMEP dan yang bertugas memegang tanggung jawab penuh dalam pelaksanaan program MAMAKU, kemudian ada 2 orang informan pendukung yaitu bapak Rato Mirza selaku *local hero* yang dipercaya penuh dan memiliki peran penting serta memiliki kapabilitas dalam memimpin masyarakat setempat, dan satu orang ketua kelompok kampoeg kepinging yaitu bapak Lasno sebagai perwakilan dari salah satu kelompok mitra binaan program MAMAKU.

### **1.5.3 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menjelaskan gejala, fenomena, kejadian dan peristiwa yang kemudian dapat dianalisis berdasarkan kategori tertentu. Data ini tidak dapat diukur maupun dihitung secara akurat, pada umumnya data kualitatif dinyatakan dengan kata-kata bukan dengan angka. Data kualitatif dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data yang berupa hasil teks wawancara dengan informan sebagai sampel dalam penelitian yang sedang dijalankan, atau disebut data primer. Kedua yaitu data sekunder, berupa data yang sudah ada dalam berbagai bentuk seperti dokumen, surat, gambar, foto dan hasil rekaman.

## 1.6 Teknik Pengumpulan Data

Observasi, wawancara, dan dokumentasi merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data.

### a) Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang paling signifikan adalah siklus persepsi dan memori yaitu proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam penelitian ini jenis observasi yang digunakan yaitu observasi berperan serta atau biasa disebut *participant observation*. Dalam jenis observasi ini, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari yang diamati. Dengan demikian data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan mampu memahami makna dari setiap perilaku yang diamati.<sup>9</sup>

### b) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan jumlah responden yang sedikit. Dalam beberapa hal, metode wawancara

---

<sup>9</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta, 2016. hlm.145 diakses pada 22 Februari 2023 pukul 11.55

mengasumsikan bahwa subjek atau respondenlah yang paling mengerti tentang dirinya sendiri, sehingga pernyataan tersebut benar dan dapat dipercaya.

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur. Karena peneliti tidak mengikuti panduan wawancara yang telah ditentukan sebelumnya. Pertanyaan yang diajukan hanya dituangkan dalam pedoman wawancara yang digunakan. Gambaran tentang masalah yang mungkin mewakili berbagai pihak yang terlibat dalam objek penelitian dapat diperoleh melalui wawancara ini.

Dalam penelitian ini peneliti akan menentukan informan kunci dan informan pendukung, dengan dilakukan wawancara terhadap beberapa pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility*. Yang akan menjadi informan kunci dalam penelitian ini adalah orang yang dianggap berkompeten dalam pelaksanaan program yaitu terdiri dari 2 orang *officer corporate social responsibility* PT. KPI RU IV Cilacap yaitu Bapak Aditya Anung D.N selaku *Senior Officer* CSR & SMEP dan Bapak King Amil Hamzah selaku *Junior Officer* CSR & SMEP, kemudian ada 2 orang informan pendukung yaitu bapak Rato Mirza selaku *local hero* yang dipercaya penuh dan memiliki peran penting serta memiliki kapabilitas dalam memimpin masyarakat setempat, dan satu orang ketua kelompok

kampoeg kepiting yaitu bapak Lasno sebagai perwakilan dari salah satu kelompok mitra binaan program MAMAKU.

Dalam wawancara ini, peneliti sama sekali tidak tahu informasi apa yang akan didapat, oleh karena itu peneliti hanya lebih banyak memperhatikan apa yang dikatakan oleh informan. Peneliti dapat mengembangkan pertanyaan yang lebih mendalam dan terfokus pada satu tujuan berdasarkan analisis dari masing-masing tanggapan tersebut.<sup>10</sup>

c) Dokumentasi

Tujuan penggunaan teknik dokumentasi adalah untuk meningkatkan ketelitian dan keakuratan data atau informasi yang diperoleh dari dokumentasi yang ditemukan di lapangan. Analisis dokumentasi digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan dan mengumpulkan data dari pihak yang berkepentingan dengan subjek penelitian.

## 1.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dengan menggunakan Teknik pengumpulan data atau instrument yang telah ditetapkan, selanjutnya data tersebut perlu dianalisis. Proses analisis data dapat dilakukan dengan dua cara yaitu statistik dan non statistic. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis non statistic, mengingat jenis penelitian ini bersifat kualitatif. Setelah data dan informasi yang

---

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm.140

diperlukan terkumpul selanjutnya dianalisis untuk menemukan makna. Analisis data dalam penelitian kualitatif bergerak secara induktif yaitu data atau fakta yang diperoleh dikategorikan menuju tingkat abstraksi yang lebih tinggi, melakukan sintesis dan mengembangkan teori bila diperlukan. Setelah data terkumpul melalui observasi, wawancara serta dokumentasi kemudian dilakukan pengelompokan dan pengurangan data yang tidak penting. Untuk kemudian dilakukan analisis penguraian dan penarikan kesimpulan terkait makna perilaku dalam latar serta focus penelitian.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis model menurut Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Berikut pengertian dari ketiga tahap analisis data menurut Miles dan Huberman:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data dipahami sebagai cara untuk lebih memfokuskan, menyederhanakan dan memindahkan data mentah kedalam bentuk yang lebih mudah dikelola. Dalam arti lain yaitu membuat ringkasan dan mengkategorikan hasil kedalam bagian-bagian tertentu.

#### 2. Penyajian Data

---

<sup>11</sup> Salim & Syahrur, 'Metodologi Penelitian Kualitatif.Pdf', Bandung:Ciptapustaka Media. 2012, pp. hlm 145. diakses pada 22 Februari 2023 pukul 12.40

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan, Penyajian data dalam bentuk teks naratif yang menggabungkan informasi yang padu untuk mudah diraih dan menemukan kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis.

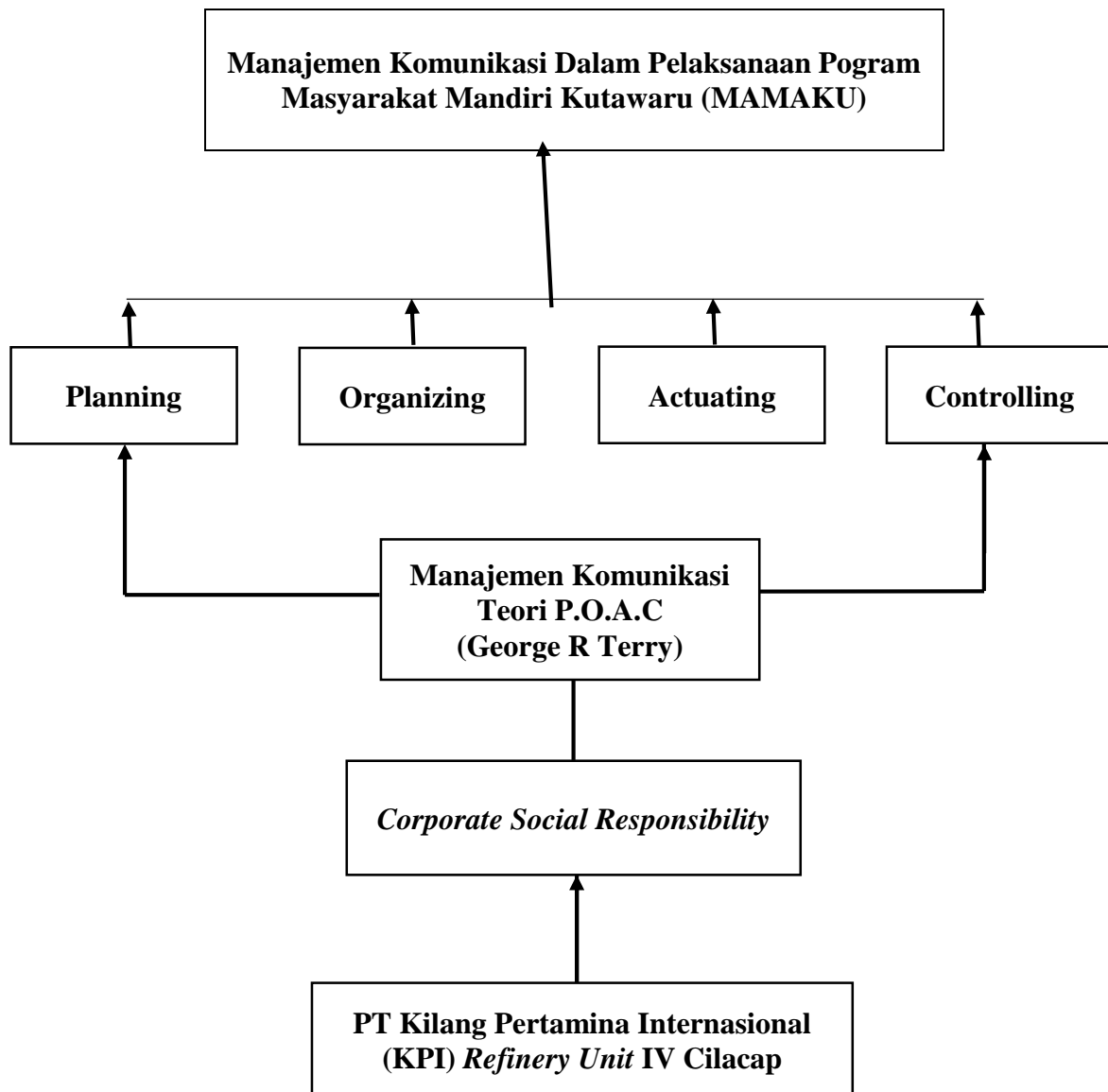
### 3. Menarik Kesimpulan

Setelah penyajian data langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Dalam tahap ini peneliti mencari arti untuk menentukan kesimpulan akhir. Kesimpulan pada tahap pertama bersifat belum jelas sampai mengakar. Kemudian pada tahap kesimpulan final juga kemungkinan besar belum menemukan kesimpulan sampai pengumpulan data terakhir, tergantung pada kecakapan peneliti dalam menarik kesimpulan.

## 8 Kerangka Konsep dan Definisi Konsep

### 1.8.1 Kerangka Konsep

Gambar 1 Kerangka Konsep





### 1.8.2 Definisi Konsep

Definisi konsep atau definisi konseptual merupakan bagian yang menjelaskan tentang batasan yang diberikan peneliti terhadap karakteristik suatu masalah atau variabel-variabel yang diteliti. Definisi konsep memiliki peran penting dalam penelitian karena membantu mengklarifikasi dan mengoperasionalkan konsep yang diteliti. Definisi yang baik dan jelas membantu peneliti dan pembaca memahami dan menggunakan konsep dengan konsistensi.

Definisi konsep juga membantu dalam mengkomunikasikan pemahaman yang konsisten kepada orang lain dan memastikan keseragaman pemakaian konsep di dalam bidang penelitian atau ilmu pengetahuan tertentu. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini yaitu manajemen komunikasi dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*, yang ditinjau berdasarkan fungsi manajemen organisasi menurut George R Terry yaitu mulai dari tahap *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*.

#### a. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan (CSR) menurut *World Business Council for Sustainable Development*, adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan berfokus pada kesejahteraan karyawan dan keluarganya, komunitas, dan masyarakat umum..<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> T Romi Marnelly, "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2.2 (2012), hlm 51. diakses pada 25 Februari 2023 pukul 16.15

*Corporate Social Responsibility* (CSR) terdiri dari dua konsep yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa. *Corporate Social Responsibility* secara umum diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3. 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.

Dalam artian luas *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan peningkatan kualitas kemampuan anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal maupun eksternal. *Corporate social responsibility* juga merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas

hidup dari karyawan dan keluarganya, komuniti lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Secara sempit, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai kewajiban atau tanggung jawab suatu perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh kegiatan bisnisnya. Dalam konteks ini, fokus utama CSR adalah pada upaya perusahaan untuk berpartisipasi dalam kegiatan amal, memberikan kontribusi positif terhadap komunitas lokal, dan mengelola dampak lingkungan dari operasional bisnis mereka.<sup>13</sup>

Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dapat diwujudkan dalam bentuk pelaksanaan program, salah satunya yaitu dalam bidang pemberdayaan masyarakat atau yang biasa disebut dengan *community development*. PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap sebagai organisasi perusahaan milik negara yang beroperasi dalam pengolahan SDA minyak dan gas terbesar di Indonesia juga berupaya menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bidang pemberdayaan masyarakat yaitu program Masyarakat Mandiri Kutawaru (MAMAKU).

Program Masyarakat Mandiri Kutawaru (MAMAKU) merupakan program yang memiliki sinergitas antar kelompok di kelurahan Kutawaru, kecamatan Cilacap Selatan, kabupaten Cilacap. Program Masyarakat Mandiri Kutawaru

---

<sup>13</sup> Azizul Kholis, "Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi", Economic & Business Publishing, 2020. Hlm 1-3, diakses <http://digilib.unimed.ac.id/48892/1/book.pdf> pada tanggal 14 Desember 2023, pukul 16.25 WIB.

dilaksanakan dengan tujuan untuk mengoptimalisasi potensi lingkungan dan sumber daya manusia yang ada dalam meningkatkan kegiatan ekowisata berbasis energi baru dan terbarukan. Menjadi program binaan yang berfokus pada *eco-tourism* yang terdiri dari 4 kegiatan utamanya yaitu, terdapat pengembangan tambak kepiting cangkang keras dan cangkang lunak, inovasi pengelolaan sampah mandiri berbasis EBT, pengembangan wisata pemancingan ikan bagi kelompok pembudidaya ikan dan pelatihan pengelolaan tambak bagi kelompok ex TKW, dari ke empat kelompok kegiatan yang ada tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

#### **b. Manajemen Komunikasi**

Manajemen komunikasi menurut Parag Diwan yaitu sebagai suatu proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan unsur komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>14</sup>

Dalam dunia organisasi manajemen komunikasi memiliki fungsi sebagai sarana dalam menyamakan persepsi antar seluruh bagian. Komunikasi yang baik akan terlaksana bila direncanakan dan disusun dengan penggunaan manajemen komunikasi yang baik pula. Dalam manajemen komunikasi dapat juga memanfaatkan berbagai sumber daya komunikasi melalui fungsi pokok manajemen

---

<sup>14</sup> Riinawati, 'Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi', Bp, 2019, hlm 27 (<<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=477593>>. diakses pada 27 Februari 2023 pukul 15.35)

meurut George R.Terry yang dikutip dari Barudin , yaitu *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* berbagai unsur-unsur komunikasi.<sup>15</sup>

a. Perencanaan (*Planning*)

Melalui perencanaan setiap organisasi dapat mempersiapkan segala kebutuhan dan merumuskan pelaksanaan kegiatannya secara matang mencakup penetapan tujuan, penentuan, prosedur dan menyusun rencana pelaksanaan kegiatan.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses pemberian tugas, mengalokasikan sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinasi untuk menerapkan rencana yang telah dibentuk sebelumnya.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan dilakukan dengan menggerakkan organisasi agar berjalan sesuai pengorganisasian yang telah dibentuk sesuai pembagian kerja masing-masing. Menggerakkan sumber daya yang ada untuk melaksanakan rencana yang telah ditentukan.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Dalam fungsi pengawasan ini mencakup pengukuran kinerja, dengan membandingkan hasil dengan rencana. Mengawasi jalannya kegiatan agar sesuai dengan rencana dan mengawasi penggunaan sumber daya yang ada

---

<sup>15</sup> Barudin, "Dasar Dasar Manajemen" Alfabeta 2017. Hlm 14, diakses pada 19 Desember 2023, pukul 13.48

untuk meningkatkan efisiensi dan meminimalisir kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Tommy Suprpto, "Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi" Yogyakarta:Media Pressindo, 2009 hlm 123-124 diakses pada 27 Februari 2023 pukul 13.50