

Peran Humas Dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (Csr) Pt. Cisarua Mountain Dairy Tbk (Cimory) Kabupaten Bogor

Andika Rezky Argaditya¹, Aditya Ali²

¹Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
andikarezky@student.telkomuniversity.ac.id

²Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
adityaali@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to discuss the role of public relations in implementing PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory) Cisarua District, Bogor Regency. This research uses qualitative methods, the authors hope to be able to clearly describe the forms and mechanisms of implementing Corporate Social Responsibility at PT. Cimory precisely and completely. This study uses the theory of the role of public relations by Cutlip, Center, and Broom (2013), and can be explained by a collection of descriptive data obtained through interviews with informants. The results of this study are the public relations of PT. Cimory has carried out the role as Facilitator of the Problem Solving Process by acting as an advisor and decision-maker in overcoming problems that occur in the "1000 Srikandi Peternak Program", then the role of public relations as a Communication Facilitator plays a role in helping the company or management to hear and accommodate wishes and expectations from the community including criticism and suggestions, public relations also acts as an Expert Advisor by defining problems in the field during the implementation of the "1000 Indonesian Farmer Heroines Program". Public Relations PT. Cimory has carried out his public relations role quite well but needs improvement in carrying out further CSR programs to get good feedback and improve the company's image.

Keywords-public relations of PT. Cimory, peran humas, CSR

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana peran dari hubungan masyarakat dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory) Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penulis berharap dapat menjabarkan secara gamblang dari bentuk dan mekanisme implementasi Corporate Social Responsibility di PT. Cimory dengan tepat dan lengkap. menggunakan teori peran humas oleh Cutlip, Center, dan Broom (2013), dan dapat dijelaskan dengan kumpulan data deskriptif yang di dapat melalui hasil wawancara terhadap narasumber. Hasil penelitian ini adalah humas dari PT. Cimory sudah melaksanakan peran sebagai Fasilitator Proses Pemecahan masalah dengan bertindak sebagai penasihat dan pengambil keputusan dalam mengatasi masalah yang terjadi di "Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia", lalu peran humas sebagai Fasilitator Komunikasi berperan dalam membantu pihak perusahaan atau manajemen guna mendengar dan menampung keinginan dan harapan dari masyarakat termasuk juga kritik dan saran, humas juga berperan sebagai Penasehat Ahli dengan cara mendefinisikan masalah di lapangan pada saat pelaksanaan "Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia". Humas PT. Cimory telah melaksanakan peran humas dengan cukup baik akan tetapi perlu peningkatan dalam menjalankan program CSR selanjutnya untuk mendapatkan feedback yang baik dan meningkatkan citra perusahaan.

kata kunci-humas pt. cimory, peran humas, csr

I. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman setiap organisasi atau perusahaan memerlukan peranan humas untuk mendukung berjalannya organisasi atau perusahaan dalam proses terwujudnya visi misi organisasi atau perusahaan. Peran humas sangat penting sebagai komunikator dan mediator yang menghubungkan suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya yaitu publik internal dan juga publik eksternal. Humas harus bisa menjaga hubungan baik dengan publik internal dan eksternalnya. Humas juga harus paham mengenai kondisi lingkungan sosial dan pengaruhnya dalam masyarakat. Peran humas menurut ahli: Cutlip, Center & Broom (2011) sebagai berikut : Penasehat Ahli (Expert Prescriber), Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Facilitator), Teknisi Komunikasi (Communication Technician).

Sesuai dengan peran humas organisasi atau perusahaan harus menjalin komunikasi dengan publik internal dan eksternal. Salah satu upaya perusahaan menjalin hubungan komunikasi dengan pihak eksternal adalah dengan dilaksanakannya program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Program CSR yang meliputi peningkatan kesejahteraan, peningkatan kelestarian lingkungan, dan juga perkembangan ekonomi yang berkelanjutan merupakan upaya untuk mengembangkan perusahaan berkelanjutan. CSR sendiri adalah kegiatan yang bersifat positif dan di laksanakan dan juga di rencanakan oleh perusahaan dan dengan melaksanakan kegiatan yang bersifat positif dan memberi manfaat guna masyarakat sekitar, maka timbal balik yang positif lah di dapatkan oleh perusahaan tersebut. CSR tentu sudah wajib untuk di laksanakan oleh perusahaan karena sudah di tetapkan pada UU Nomor 40 tahun 2007, Bab 5 pasal 74 yang berisi : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, dan Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Program CSR yang bertujuan untuk mengurangi kemiskinan, pelestarian terhadap lingkungan dan penyempurnaan ekonomi berkelanjutan adalah bagian dari usaha pengembangan secara berkelanjutan (Nurdizal M. Rachman, 2011), Di sini lah humas harus bisa mengambil peran besar dalam program CSR.

PT. Cimory melaksanakan program CSR yang bernama Program 1.000 Srikandi peternak Indonesia yang resmi diluncurkan pada Selasa, 14 Desember 2021. Melalui program kolaborasi ini Cimory mengajak setidaknya 1000 peternak perempuan dan juga istri atau putri dari peternak untuk ikutserta mendalami pembelajaran bisnis peternakan khususnya sapi perah dengan cara praktik manajemen yang paling baik dengan banyak literatur soal keuangan dan juga penggunaan internet supaya dapat berkembang lebih pesat di era digital sekarang. Pemberdayaan perempuan merupakan hal yang harus dilakukan agar para perempuan bisa memberikan kontribusi terbaik bagi peningkatan perekonomian keluarga, desa dan negara. Dengan memberdayakan perempuan di peternakan sapi perah, PT. Cimory percaya bahwa para peternak perempuan memiliki potensi besar untuk menaikkan tingkat produktivitas dan kualitas susu di Indonesia. Hal ini sejalan dengan komitmen pemerintah untuk mewujudkan kesetaraan gender dan meningkatkan kualitas serta keterampilan perempuan, termasuk para petani Indonesia. Oleh karena itu PT. Cimory membutuhkan peran humas dalam melaksanakan program CSR nya guna tercapainya tujuan program CSR itu sendiri.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang belakang yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran humas dalam pelaksanaan program CSR PT. Cimory Kabupaten Bogor? Dan kendala apa saja yang dihadapi oleh humas dalam pelaksanaan program CSR PT. Cimory Kabupaten Bogor

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian secara kualitatif berikut adalah mengetahui peran humas dalam pelaksanaan dari program CSR PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory) Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor? Dan mengetahui kendala yang dihadapi humas pada saat pelaksanaan program CSR PT. Cimory kabupaten Bogor dan solusi dari kendalanya.

II. LANDASAN TEORI

A. Peran Humas

Menurut Cutlip, & broom (2011) peranan humas terbagi menjadi empat bagian yaitu:

1. Sebagai Penasihat Ahli

Yaitu seorang pakar humas berpengalaman yang mempunyai kemampuan tinggi dan bisa memberikan bantuan dalam menemukan banyak ide dan solusi untuk menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan publik nya. Tanda seseorang yang menjalani peranan sebagai penasihat ahli adalah bisa membuat kebijakan komunikasi, mendiagnosa masalah humas, membuat rencana dan rekomendasi tindakan yang harus diambil, tanggung jawab pada hasil baik berhasil atau resiko gagal, mendapat pengakuan sebagai pakar dari pihak lain dan dianggap patut dipercaya oleh orang lain didalam perusahaan.

2. Sebagai Pemberi Fasilitas Komunikasi

Praktisi humas bergerak sebagai komunikator dan mediator guna memberikan bantuan kepada manajemen perusahaan untuk mendengarkan apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh publik nya. Sebaliknya praktisi humas juga di harus kan bisa menjabarkan keinginan, harapan dan juga kebijakan perusahaan kepada khalayak. Yang kemudian dapat membangun komunikasi dua arah yang saling mempercayai dan menghargai satu sama

lain. Fasilitator komunikasi berada di tengah yang fungsinya adalah penghubung diantara perusahaan dan masyarakat.

3. Sebagai Pemberi Fasilitas Pemecah Masalah

(Ruslan, Rosady, 1997) Peran humas sebagai pemecah masalah humas di sini merupakan bagian utama dari manajemen di maksudkan untuk memberi bantuan kepada pimpinan perusahaan baik hanya sebagai pemberi nasihat ataupun langsung mengambil tindakan keputusan dalam menyelesaikan masalah yang sedang di hadapai secara profesional dan rasional. Untuk masalah yang besar divisi lain yang terkait dilibatkan dengan membentuk tim untuk membantu penyelesaian masalah.

4. Sebagai Teknisi Komunikasi

Fungsi humas menulis dan edit berita termasuk pada akun media karyawan, berita yang akan direlease, pengembangan isi web. Berfungsi juga sebagai wartawan dan wajib menyebarkan informasi ke khalayak dan memberikan kontrol penuh mengenai semua informasi penting dan berita kepada media massa.

B. Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Definisi CSR

Perusahaan perseroan atau PT di Indonesia memiliki pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat sekitarnya atau di lingkungan tempat perusahaan berada. (Irham Fahmi:2015) CSR merupakan komitmen organisasi atau perusahaan dengan memberi perhatian tanggungjawab sosial dan memprioritaskan pada seimbangannya perhatian pada bidang ekonomi, sosial dan juga lingkungan atau dunia usaha merupakan kontribusi didalam perkembangan ekonomi yang berlanjut. Dalam kegiatannya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat yang tinggal di lingkungan perusahaan. Hal tersebut membentuk hubungan yang harmonis diantara perusahaan dengan masyarakatnya. Agus Rusmana et al (2019:72) mengemukakan bahwa CSR adalah sebuah kewajiban perusahaan kepada *stakeholders* secara langsung maupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan dan kesejahteraan masyarakat dengan pertimbangan dampak negatif yang perusahaan lakukan. Hubungan dengan masyarakat tersebut dapat diwujudkan melalui program CSR.

2. Fungsi CSR

(Kholishoh Khilda,2010) Terdapat tiga fungsi CSR:

a. Fungsi untuk individu karyawan

- 1) Belajar cara lain dalam usaha.
- 2) Merasakan tantangan dan juga dapat berkembang di tempat baru.
- 3) Mengembangkan keterampilan yang sudah mereka punya dan juga dapat mengasah keterampilan baru.
- 4) Perbaiki ilmu perusahaan atas komunitas lokal dan beri kontribusi pada komunitas.
- 5) Mendapat pemahaman baru tentang usaha.

b. Fungsi untuk penerima program

- 1) Dapat memiliki keahlian dan ketrampilan yang tidak ada di perusahaan atau tidak punya uang buat mengadakan.
- 2) Mendapatkan ketrampilan manajemen yang bawa hal segar dan kreatif didalam pecahkan masalah.
- 3) Mendapat pengalaman dari perusahaan besar.

c. Fungsi untuk perusahaan.

- 1) Kompetensi karyawan diperkaya setelah selesai kan tugas bersama komunitas.
- 2) Tingkatkan ilmu mengenai komunitas local.
- 3) Kesempatan tanamkan bantuan praktis pada komunitas
- 4) Tingkatkan citra dan keuntungan perusahaan sebab pegawai jadi duta besar untuk pegawai.

d. Tujuan CSR

- 1) Minimalisasi resiko sosial.
- 2) Menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat.
- 3) Berperan aktif didalam perbaikan masyarakat dengan mengikutsertakan perusahaan di masyarakat sekitar
- 4) Ekspansi bisnis perusahaan.
- 5) Tumbuh kembang kepercayaan dan mitra usahaTingkatkan keinginan masyarakat supaya perusahaan dapat mencapai sasaran sosial dan ekonomis.

C. Manfaat CSR:

(Ratnasari, Ratri,2016) Dalam pelaksanaan CSR bisa membantu perusahaan untuk:

1. Tingkatkan citra baik perusahaan di mata masyarakat
2. Jadi media promo gratis yang menguatkan *personal branding* perusahaan
3. Tingkatkan value perusahaan dan bedakan perusahaan dengan pesaing
4. Bisnis mempunyai potensi jalin kerjasama saling menguntungkan dengan berbagai pihak.
5. Buka kesempatan pasar dengan luas

D. Motif melakukan CSR

Dalam melaksanakan CSR didasari motif manajemen. Michael E. Porter (2006) empat motif mendasari CSR adalah:

1. Kewajiban moral: Berhasilnya profitable dicapai dengan tetap menghormati nilai etika.
2. Keberlanjutan: Pemenuhan kepentingan pada saat sekarang namun tidak mengabaikan kepentingan masa datang.
3. Izin operasi: Membangun citra baik guna mendapat izin pemerintah dan stakeholder.
4. Reputasi: Menaikkan nama baik merek kepada stakeholder.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Literatur 1 (Skripsi)	
Judul	Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati
Peneliti	Ari Triwindari
Sumber	http://repository.radenfatah.ac.id/4703/1/Ari%20Tri%20Windari%2012510012.pdf
Tahun	2016
Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
Hasil	Humas PT.Semen Baturaja sudah melaksanakan kegiatan corporate social responsibility tetapi kurang bekerja secara maksimal karena kurang nya SDM
Persamaan	Membahas mengenai peran humas dalam program CSR
Perbedaan	Perbedaan terdapat pada objek yang di teliti

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian sesuai dengan kenyataan yang terjadi tanpa adanya manipulasi oleh peneliti. (Sugiyono,2005) Metode penelitian kualitatif meneliti obyek secara alami dimana kunci dari keberhasilan dari penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Penelitian kualitatif meneliti obyek alamiah yang keberhasilannya bergantung pada peneliti. Dalam suatu penelitian diperlukan sebuah langkah yang wajib ditempuh oleh penulis untuk menjabarkan dan menjawab sebuah masalah untuk mencapai tujuan penelitian.

Pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian tentang Peranan Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk (Cimory) Kabupaten Bogor ini adalah pendekatan kualitatif.

(Nazir, 2011:54) mengatakan bahwa deskriptif merupakan pendekatan yang meneliti suatu objek, kondisi, pemikiran atau kumpulan manusia pada masa kini. Dengan pendekatan kualitatif, penulis berharap dapat menjabarkan secara gamblang dari bentuk mekanisme penerapan CSR di PT. Cimory yang tepat dan lengkap. Hal ini bisa disampaikan dengan menggunakan data deskriptif yang didapat melalui hasil wawancara terhadap narasumber secara langsung yang mempunyai peran didalam pelaksanaan program CSR di PT. Cimory dan

penelitian secara langsung ke lapangan. Peneliti pada penelitian ini hendak memberi penjelasan tentang peranan humas pada pelaksanaan program CSR dengan teori peran humas dari Cutlip, center and broom (2011).

Peneliti mempergunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian “Peranan Humas dalam pelaksanaan program CSR PT. Cimory Tbk Kabupaten Bogor.” (Creswell and Creswell, 2018) Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang memandang arti sebuah fenomena berdasar pada pengalaman pribadi hingga bersifat subjektif didalam pencarian arti dengan mengimplikasikan interaksi dengan partisipan pendukung berdasarkan pertanyaan atau diskusi guna memberi desain pada sebuah fenomena. Hingga penelitian ini berproses secara subjektif, yaitu sesuai dengan interpretasi peneliti dengan pertanyaan yang akan disampaikan pada partisipan atau nara sumber untuk memberi bantuan menganalisis peran humas dalam pelaksanaan program CSR di PT. Cimory Tbk. Kabupaten Bogor.

Subyek penelitian yaitu individu ataupun kelompok yang jadi responden guna membantu peneliti didalam pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti didalam penelitian. Subyek penelitian untuk penelitian ini adalah HR, *General Affairs and Public Relations* manajer PT. Cimory sebagai *key informan*, GA and PR supervisor sebagai informan pendukung serta Dosen dan Praktisi Humas PT. Pos Indonesia sebagai informan ahli. Sedangkan Obyek penelitian adalah permasalahan ataupun pembahasan dari penelitian yang hendak dilaksanakan. Obyek dalam penelitian ini yaitu peran humas di PT. Cimory dalam program CSR. Dari obyek penelitian tersebut, peneliti akan menghubungkan dengan teori peran humas dari Cutlip, center and broom (2011) sehingga bisa ditarik kesimpulan yang menghasilkan sebuah pengetahuan tentang kesesuaian peranan humas pada PT. Cimory dengan teori terkait.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peran Humas PT. Cimory sebagai Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem solving process fasilitator*) program CSR.

Pada setiap perusahaan mempunyai dinamika atau permasalahannya masing masing. Tinggal bagaimana sebuah perusahaan mengatasi masalah yang ada dengan memaksimalkan peranan manajemen. Menurut dari penelitian (Ardianto & Soemirat, 2017) Dengan adanya beragam dinamika yang perusahaan hadapi, membuat perusahaan memerlukan peran dari humas dalam menjalankan usahanya guna memperbesar peluang tercapainya tujuan dari perusahaan. Dinamika yang sering dihadapi oleh perusahaan biasanya berujung sebuah masalah atau kendala yang terjadi dan humas harus segera mencari solusi tersebut. Bisa dilihat humas sudah menjadi fasilitator proses pemecahan masalah jika seorang praktisi humas mempunyai rencana yang sudah sistematis kemudian humas juga bekerjasama dan mengajak pihak manajemen untuk lebih berpartisipasi serta lebih efektif dalam keterlibatannya. Humas juga membuat solusi alternatif dalam penyelesaian masalah.

(Cutlip, center & broom, 2011) menyampaikan humas berperan sebagai fasilitator proses pemecahan masalah dengan mencari solusi yang terbaik sesuai keadaan yang dibutuhkan. Pada pelaksanaan program CSR PT. Cimory, humas telah melaksanakan perannya sebagai fasilitator proses pemecahan masalah bertindak sebagai penasihat dan sebagai pengambil keputusan dalam mengatasi persoalan sedang dihadapi secara profesional dan rasional bekerjasama dengan divisi lain yang berkaitan sebagai tim sebagai pemecahan masalah atau *problem solver*. Humas sebagai penanggungjawab “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” memberikan masukan hal yang terjadi di lapangan, advice kepada pimpinan dan pihak manajemen agar bisa mendapat solusi yang tepat sasaran. Humas juga terkadang menjadi pengambil keputusan pada masalah urgent yang terjadi di lapangan pada saat menjalankan “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia”

B. Peran Humas PT. Cimory sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*) program CSR.

Humas PT. Cimory mempunyai peran menjadi pendengar dan perantara antara perusahaan dan masyarakat, interpreter dan mediator. Kemudian humas juga berperan dalam membantu pihak perusahaan atau manajemen guna mendengar dan menampung keinginan dan harapan dari masyarakat termasuk juga kritik dan saran. Begitu juga sebaliknya humas mempunyai kemampuan untuk memberi penjelasan kepada masyarakat tentang kebijakan perusahaan, keinginan dan harapan perusahaan. Hingga terbentuk komunikasi yang timbal balik, dengan komunikasi tersebut bisa terciptanya saling mengerti, percaya, hormat, dukung dan juga toleransi yang timbul dari dua belah pihak yaitu manajemen dan masyarakat.

Humas menjadi fasilitator komunikasi guna terciptanya pengertian, menghargai dan dukungan para peserta menerima dengan baik maksud dan tujuan program ini. Di dukung juga oleh suami atau ayahnya. Dengan demikian menjadi modal awal kesuksesan pelaksanaan program. Dengan antusias dan kesadaran perempuan untuk ikut serta dengan bekerja dan berkarya menjadikan keluarga, lingkungan dan daerahnya maju dan sejahtera.

Merujuk dari temuan (Pratiwi, 2011) Humas mempunyai peran seperti jembatan komunikasi diantara perusahaan dengan masyarakatnya. Dalam CSR “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” humas sudah melakukan perannya sebagai fasilitator komunikasi, humas sudah menjadi mediator dan jembatan komunikasi

antara pihak manajemen dengan masyarakat, khususnya peternak peternak perempuan yang menjadi peserta “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia”. Humas melakukan komunikasi dua arah antara peternak dan pihak manajemen untuk menghindari kesalahpahaman dan tercipta rasa saling mengerti, percaya dan hormat. Humas juga melaksanakan peran sebagai *interpreter* yaitu menerjemahkan keinginan manajemen dan keinginan peternak perempuan.

Hal hal yang menunjukkan bahwa fasilitator komunikasi sudah berjalan adalah humas memastikan pihak manajemen senantiasa mendapatkan informasi ter *up to date*, humas selalu membuat laporan hasil penilaian masyarakat, humas berusaha ciptakan kesempatan supaya pihak manajemen senantiasa bersedia mendengar pendapatnya, menjaga supaya setiap individu didalam perusahaan mendapat informasi, humas juga sebagai wakil perusahaan jika ada acara atau pertemuan.

C. Peran Humas PT. Cimory sebagai Peran Humas PT. Cimory sebagai Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*) program CSR.

Menurut Rosady Ruslan (2006 : 20-21) Penasihat ahli adalah praktisi humas yang mempunyai pengalaman dan kapabilitas tinggi bisa menyokong ikut mencari solusi didalam menyelesaikan masalah kontak dengan masyarakat. Pihak manajemen bersikap pasif sehingga terima serta percaya saran atau masukan dari penasihat ahli. Masalah kehumasan yang sedang dihadapi perusahaan dipecahkan dan diatasi oleh penasihat ahli.

Sedangkan menurut Cutlip, center & broom (2011) menyatakan humas merupakan sebuah fungsi manajemen yang mengembangkan dan melindungi hubungan baik dan mempunyai manfaat antara perusahaan dengan masyarakat yang berpengaruh pada sukses atau gagalnya perusahaan. Peran humas sebagai penasihat ahli tercermin pada saat menciptakan prosedur komunikasi, masalah atau hambatan humas terdiagnosa, humas membuat rencana dan rekomendasi tindakan yang wajib dilaksanakan, humas bertanggungjawab segala keberhasilan ataupun kegagalan dan dinilai sebagai praktisi pakar humas.

Humas berperan sebagai penasihat ahli yang menampung segala keluhan dan permasalahan yang ada pada masyarakat dan memberikan solusi. Humas juga sebagai fasilitator komunikasi yang menjembatani antara perusahaan dengan masyarakat. Menyampaikan maksud dan tujuan program kepada masyarakat agar supaya program bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Humas PT. Cimory dalam melaksanakan program CSR sudah melakukan perannya sebagai penasihat ahli dengan jalan mendefinisikan masalah di lapangan pada saat pelaksanaan “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” lalu mengembangkan program dan humas bertanggungjawab pada implementasinya. Kendala atau masalah dilapangan di solusi oleh humas. Sehingga kendala atau masalah tersebut tidak mengganggu jalannya program.

1. Mendefinisikan masalah

Peran humas berkaitan dengan permasalahan atau kendala yang timbul pada “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” adalah humas memilah masalah yang ada, memberikan masukan, saran dan solusi sesuai wewenang untuk mengatasi kendala yang ada.

2. Mengembangkan program

Humas membuat program yang sudah ada menjadi lebih baik. Membuat peserta pelatihan peternak perempuan lebih tertarik mengikuti “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” dengan membagi bagikan souvenir berupa botol pedet atau anak sapi yang sangat berguna untuk petani. Selain itu diberikan juga produk dari PT. Cimory dan lunchbox yang membuat peserta program senang.

3. Bertanggungjawab penuh pada pelaksanaannya

Humas mempunyai tanggung jawab dalam berjalannya “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” sesuai dengan tujuan program yaitu pemberdayaan peternak perempuan dan kesetaraan gender bagi kaum perempuan juga untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas susu sapi segar yang berkualitas tinggi dan sehat layak di konsumsi.

Humas PT. Cimory dalam melaksanakan program CSR sudah melakukan perannya sebagai penasihat ahli yaitu divisi yang mempunyai wewenang dalam hal yang berkaitan dengan pelaksanaan program CSR. Humas PT. Cimory memberikan masukan, saran serta solusi sesuai dengan kapasitasnya dengan jalan mendefinisikan masalah di lapangan pada saat pelaksanaan “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” lalu mengembangkan program dan humas bertanggungjawab pada implementasi hasilnya. Kendala atau masalah dilapangan di solusi oleh humas sesuai wewenangnya bersama divisi terkait. Sehingga kendala atau masalah tersebut tidak mengganggu jalannya program.

D. Peran Humas Teknisi Komunikasi (*Communication technician*) program CSR.

Teknisi komunikasi dalam humas PT. Cimory dilaksanakan sendiri oleh tim humas yaitu membuat dan mengembangkan website perusahaan yang dimana berisikan banyak informasi seperti visi misi, sejarah perusahaan, laporan keuangan, karir, info produk, info pariwisata hingga berita mengenai “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia”. Selain itu humas juga menuliskan *news release* dan *feature* dan juga mengurus kontak media. Untuk bagian internal humas bertindak sebagai jurnalis membuat *newsletter* untuk para karyawan agar karyawan juga bisa mengetahui apa saja yang terjadi di PT. Cimory dan program apa saja yang humas lakukan. Dalam “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” humas melaksanakan peran teknisi komunikasi yaitu memasukkan mengenai program CSR ke dalam website perusahaan kemudian melaksanakan *press release* dan juga melakukan kontak dengan media yang bertujuan untuk memperkenalkan “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” kepada masyarakat luas.

Tujuan dari *press release* adalah dengan diliput nya program tersebut oleh media maka “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” jadi diketahui oleh masyarakat. Dengan adanya program tanggung jawab sosial ini di harapkan dapat meningkatkan citra baik dari PT. Cimory. Di sini humas juga melaksanakan salah satu tujuan penting yaitu membangun jalan menuju keterbukaan kepada stakeholder yang terkait. Selain itu humas juga memberitahukan juga kepada masyarakat mengenai program yang PT. Cimory laksanakan sekaligus menjadi ajang promosi produk susu PT. Cimory berkualitas tinggi.

Hal yang memperlihatkan peran humas sebagai teknisi komunikasi adalah menulis materi atau bahan humas, melakukan edit tulisan dan chek tata bahasa, merawat kontak pada media dan juga mengirimkan *press release*.

E. Kendala Humas dalam Pelaksanaan Program CSR

Dalam setiap program tidak terlepas dari kendala ataupun masalah demikian pula dengan pelaksanaan “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” humas menghadapi beberapa kendala, antara lain humas harus menyesuaikan program dengan budget yang dianggarkan oleh pihak manajemen untuk mendapatkan hasil program yang maksimal. “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” dilaksanakan di enam kota yang berbeda, dan pada setiap kotanya pelatihan dilaksanakan di beberapa lokasi yang berbeda dengan rentang waktu yang hampir bersamaan, dengan keterbatasan jumlah praktisi humas merupakan salah satu kendala dalam pelaksanaan program. Kendala lain adalah dalam pengambilan keputusan, humas dituntut bekerja cepat namun terkadang memerlukan waktu lebih lama karena kaitannya dengan peran humas sebagai fasilitator proses pemecah masalah, humas sebagai advicer kepada pimpinan tidak bisa mengambil keputusan sendiri namun melibatkan pihak manajemen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk (PT. Cimory) peneliti bisa mengambil kesimpulan bahwa humas mempunyai peran penting. Adapun beberapa peranannya adalah sebagai penasihat ahli (*expert presciber*), fasilitator komunikasi (*comunication fasilitator*), fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*) dan teknisi komunikasi (*comunication technician*). Peran humas dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Cimory sudah berjalan dengan baik terbukti dengan keberhasilan program, respon positif dari peserta program. Program tersebut adalah “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia”. Humas mempunyai solusi untuk mengatasi masalah yang terjadi. Dalam menjalankan kegiatan humas sudah sesuai dengan tujuan dan fungsinya yaitu memberikan informasi kepada pihak internal dan eksternal, menjaga hubungan baik, melaksanakan publikasi, menjaga hubungan dengan media, instansi terkait dan masyarakat. Peran humas dalam “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” sudah berjalan dengan baik walaupun belum maksimal. Masih ada kekurangan yang harus humas lengkapi dalam menjalankan perannya.

B. Saran

Setelah mendapatkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat beberapa saran teoritis dan saran praktis dari peneliti yang bisa menjadi pertimbangan dari segi teoritis dan praktis. Peneliti berharap melalui saran yang diberikan bermanfaat dan dapat diterima dengan baik.

1. Saran Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi landasan pada penelitian selanjutnya, khususnya dalam topik peran humas dalam program CSR perusahaan. Selain itu peneliti mempunyai harapan selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dengan jenis metode penelitian kualitatif untuk menilai keefektifan peran humas dalam menjalankan program pada PT. Cimory.

2. Saran Praktis

Berdasar pada penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, peneliti memiliki saran peran humas bisa ditingkatkan dalam menjalankan program CSR selanjutnya untuk mendapatkan feedback yang baik dan meningkatkan citra perusahaan. Saran lain dari peneliti, humas mempunyai divisi tersendiri agar supaya dapat bekerja lebih maksimal mengingat PT. Cimory adalah *holding company* yang membutuhkan peran humas yang lebih maksimal.

REFERENSI

BUKU

- Abdurrachman, Oemi. (1993). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Cutlip, Scoot M, dkk. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fahmi,Irham. (2015). *Etika Bisnis (Teori Kasus dan Solusi)*. Bandung: Alfabeta
- Jefkins, Frank. (1996). *Periklanan. Edisi Ke-3*. Jakarta: Erlangga
- Kryantoro, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing (Teknik Produksi Media Public Relations Dan Publisitas Korporat)*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Morissan. (2010). *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana
- Rusmana, Agus et al (2019). *The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0: Book Chapter Komunikasi Organisasi*. Bandung: Media Akselerasi
- Ruslan, Rosady. (1997). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiarto. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media
- Sugiarto. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: CV. Solusi Distribusi
- Soemirat, Soleh, Dan Elvinaro. (2015). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Suharmi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suharto, Edi. (2009). *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri memperkuat Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta
- Uchjana Effendy, Onong. (2009). *Human Relation Dan Public Relation*. Bandung: Mandar Maju
- Zainal M, Muhibudin W. (2015). *Manajemen Public Relations Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.

INTERNET

- Putri, Vanya Karunia M. (2021). “*Tugas Pokok Humas Dan Ruang Lingkup Pekerjaannya*”, diakses pada 10 Agustus 2022 dari <https://www.kompas.com/skola/image/2021/12/31/110000269/tugas-pokok-humas-dan-ruang-lingkup-pekerjaannya>,
- (2019). “*PT. Cimory Indonesia*”. diakses pada 25 Juli 2022 dari cimory69.blogspot.com,
- Sarreta, Irene Radius. (2019). “*Cimory, Berawal Dari Keinginan Membantu Peternak Sapi Hingga Jadi Perusahaan Sukses*”, diakses pada 29 Juli 2022 dari <https://www.cermati.com/artikel/amp/cimory-berawal-dari-keinginan-membantu-peternak-sapi-hingga-jadi-perusahaan-sukses>,
- Cimory.com. (2021). *Growing And Prospering Together*. diakses pada 25 Juli 2022, dari https://cimory.com/uploads/investors/CMRY_SR%202021_FINAL.pdf,
- Rahmalia,Nadiyah.(2022). *Manajemen Isu: Arti, Bedanya dengan Manajemen Krisis, dan Langkahnya*. Diakses pada 11 Januari 2023, dari [Manajemen Isu: Definisi hingga Langkah Pentingnya - Glints Blog](https://glints.blog).

SKRIPSI

- Ari T. (2016). *Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati*. (Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri (UIN)Raden Fatah Palembang) Diakses dari <http://repository.radenfatah.ac.id/4703/1/Ari%20Tri%Windari%2012510012.pdf>
- Devi S. (2018). *Peran Humas Dalam Mengelola Kegiatan Corporate Social Responsibility (Studi mengenai Sponsorship di Departemen Humas PT. Pupuk Sriwidjaja)*. (Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Sriwijaya Palembang) Diakses dari https://repository.unsri.ac.id/13075/3/RAMA_70201_07031381419115_0009126007_0014059002_01_front_ref.pdf

