

ANALISIS PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN CSR PERUSAHAAN (Studi di PT Arara Abadi)

Khinski Meita Ratu¹, Amalia Djuwita²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

khinskimratu@students.telkomuniversity.ac.id¹, djuwita@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam kegiatan CSR perusahaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran, kendala serta bagaimana sikap dan tindakan praktisi humas PT. Arara Abadi melalui program CSR yang telah dijalankan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan pengumpulan data observasi, wawancara, dan kepustakaan. Informan pada penelitian ini berjumlah 3 orang, yaitu 2 orang informan kunci dan 1 orang informan pendukung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini adalah peran humas PT Arara Abadi terutama dalam kegiatan CSR perusahaan cukup penting, peran humas tersebut juga meliputi beberapa aspek yaitu sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Beberapa peran tersebut diterapkan kepada khalayak eksternal perusahaan seperti masyarakat, media atau pers, dan pemerintahan.

Kata Kunci: Peran Humas, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

ABSTRACT

This research aims to find out the role of public relations in the company's CSR activities. The purpose of this study is to determine the role, constraints and how the attitudes and actions of PR practitioners at PT. Arara Abadi through CSR programs that have been carried out. This research uses a descriptive qualitative method. By using observation data collection, interviews, and library research. There are 3 informants in this research, namely 2 key informants and 1 supporting informant who were selected using purposive sampling technique. The results of this study is the role of PR practitioners at PT Arara Abadi especially in the company's CSR activities is quite important, the role of PR practitioners also includes several aspects, namely as expert prescriber, communication facilitator, problem solving process facilitator, and communication technician. Some of those roles are applied to the company's external audiences such as the public, media or press, and government.

Keywords: The Role of Public Relations, Corporate Social Responsibility

I. Pendahuluan

Hampir semua bentuk organisasi, lembaga dan perusahaan membutuhkan peran hubungan masyarakat (humas) atau *public relations*. Secara garis besar peran humas adalah berperan sebagai komunikator antara organisasi, lembaga dan perusahaan dengan publiknya, baik publik internal ataupun eksternal. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjalin komunikasi yang baik dengan publiknya, salah satunya yaitu melalui kegiatan CSR perusahaan.

Humas harus mampu memahami dinamika sosial serta kesan-kesan yang akan dihasilkan. Jelas hal ini sangat berkaitan dengan masalah khalayak atau publik, karena proses komunikasi publik merupakan bagian penting dari setiap kegiatan dan proses. Banyak kunci keberhasilan kegiatan humas didasarkan pada prinsip-prinsip komunikasi yang efektif, dan kemudian pemahaman rinci tentang khalayak sasaran akan sangat membantu untuk komunikasi yang efektif.

Adapun peran humas menurut Cutlip, Center dan Broom (2009:46), adalah sebagai berikut:

- a) Penasihat Ahli (*Expert Prescriber*),
- b) Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*),
- c) Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Process Facilitator*),

d) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*).

Dapat diketahui bahwa humas berperan cukup penting dalam suatu perusahaan, terutama untuk menjalin hubungan dengan khalayak eksternal perusahaan seperti masyarakat, pers dan pemerintahan. Kegiatan yang dapat menunjang peran humas tersebut salah satunya adalah program CSR yang dibuat oleh perusahaan. PT Arara Abadi juga memiliki humas yang berperan penting dalam kegiatan perusahaan terutama ketika berhubungan langsung dengan publik. Humas PT Arara Abadi memiliki peranan yang tak jauh berbeda dengan humas pada umumnya.

Beberapa program CSR PT Arara Abadi berkaitan dengan peran humas. Program CSR ini bertujuan untuk mendukung kegiatan kepedulian terhadap lingkungan, salah satunya yaitu Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA). Program DMPA ini merupakan program yang diselenggarakan perusahaan dengan mengikutsertakan masyarakat sekitar dengan bersama-sama menjaga kelestarian lingkungan sekitar.

Pada program tersebut peran humas penting, terutama yang berkaitan dengan publik eksternal perusahaan seperti masyarakat, pers dan pemerintahan.

Menurut Anne Van Der Maiden (dikutip dari Rumanti, 2002:204) buku *public relations enn kenismaking* (1987) dalam buku dijelaskan bahwa peranan humas yaitu: Menumbuhkan atau mengembangkan hubungan baik antara perusahaan dengan publik baik internal maupun eksternal.

Di mana humas harus bisa memberi penerangan kepada publinyat, humas di anggap sebagai orang yang mempunyai potensi keahlian dalam menanamkan pengertian menumbuhkan motivasi memberikan nasihat terhadap pimpinan dalam memecahkan masalah internal terhadap perusahaan maupun meningkatkan partisipasi publik, humas bertindak sebagai jembatan komunikasi antar perusahaan dengan publik, dan menciptakan saling pengertian, saling percaya dan *image* baik.

Peran seorang humas sangat penting. Seperti apa pandangan publik terhadap perusahaan tersebut tergantung bagaimana

praktisi humas perusahaannya menampilkam *image* perusahaan tersebut. Jika humas pandai dalam membangun komunikasi dan suasana yang baik kepada publiknya, maka akan baik pula impresi publik kepada perusahaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana peran humas dalam kegiatan CSR perusahaan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini untuk tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran praktisi humas serta bagaimana sikap dan tindakan humas PT. Arara Abadi dalam mengatasi setiap kendala yang ada melalui program CSR yang telah dijalankan, terutama yang berkaitan dengan publiknya.

II. Landasan Konseptual

2.1 Peran Humas

Menurut Cutlip, Center dan Broom (2009:46), peran humas dibedakan menjadi 4 (empat), yaitu:

a) Penasehat Ahli (Expert Prescriber)

Seorang praktisi hubungan masyarakat yang berpengalaman memiliki kemampuan yang tinggi dapat membantu mencari solusi serta menyelesaikan masalah dengan publik (Public Relationship).

b) Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator)

Praktisi humas bertindak sebagai mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.

c) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Fasilitator)

Peran praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini adalah bagian dari tim manajemen. Ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

d) Teknisi Komunikasi (Communication Technician)

Peran seorang teknisi komunikasi menjadikan praktisi humas sebagai

Jurnalist in Resident yang hanya menyediakan yang hanya memberikan layanan teknis komunikasi.

2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.1 Definisi Corporate Social Responsibility

Prastowo dan Huda (2011: 17) meyakini bahwa CSR merupakan mekanisme yang wajar bagi perusahaan untuk membersihkan keuntungan yang besar. Sudah diketahui secara umum bahwa metode perusahaan dalam menghasilkan keuntungan terkadang merugikan orang lain, baik sengaja maupun tidak sengaja. Dikatakan bahwa ini merupakan mekanisme yang wajar, karena CSR merupakan hasil dari pengaruh keputusan atau kegiatan perusahaan, maka kewajiban perusahaan adalah membalikkan keadaan orang-orang yang terkena dampak tersebut menjadi keadaan yang lebih baik.

2.2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Manfaat CSR dapat dibagi dua, yaitu manfaat CSR bagi masyarakat, di antaranya meningkatkan dan memelihara citra perusahaan, menjalin hubungan yang baik dengan stakeholders, ciptakan lingkungan sosial yang lebih baik, memiliki kesempatan untuk mendapatkan hadiah, dan meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan. Lalu manfaat CSR bagi

perusahaan, di antaranya peluang penciptaan pengalaman dan pelatihan kerja, representasi bisnis sebagai promosi bagi komunitas, meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum, pengembangan infrastruktur

2.2.3 Fungsi Corporate Social Responsibility

Ada lima fungsi CSR, di antaranya yaitu: (1) Izin sosial beroperasi, dengan diterapkannya CSR perusahaan masyarakat akan mendapatkan banyak manfaat. (2) Mengurangi resiko bisnis perusahaan, CSR diharapkan akan membuat hubungan baik antara perusahaan dengan pihak-pihak yang terlibat, sehingga resiko yang mungkin dapat timbul seperti penentangan pendirian perusahaan di lingkungan masyarakat akan berkurang. (3) Melebarkan akses menuju market, semua investasi dan biaya program tanggung jawab sosial perusahaan sebenarnya menciptakan peluang bagi perusahaan untuk memperluas pasar. (4) Memperbaiki hubungan dengan stakeholders, pelaksanaan program CSR dapat membantu hubungan baik antara perusahaan dengan stakeholder. (5) Meningkatkan produktivitas karyawan. Reputasi dan citra perusahaan yang baik akan menambah rasa bangga tersendiri bagi karyawan yang bekerja di dalam perusahaan.

2.2.4 Model Corporate Social Responsibility

Menurut Elizabeth Redman (2003) menunjukkan bahwa ada tiga model tanggung jawab sosial perusahaan:

a) Model konflik tradisional

Dalam model konflik tradisional, konflik antara masyarakat, lingkungan dan tanggung jawab kepentingan tidak bisa dihindari. Keputusan ini membutuhkan kebijakan pemerintah guna untuk mengembalikan keseimbangan sosial yang optimal.

b) Model pemberian uang tunai

Model ini adalah ideologi kebanyakan perusahaan, dan perusahaan harus mengambil tanggung jawab sosial sebagai investasi yang akan membantu perkembangan bisnis mereka di masa depan. Perekrutan dan loyalitas karyawan yang berkualitas tinggi dapat membantu mencapai tujuan ini.

c) Model tujuan ganda yang harus dikembangkan secara merata

Model tersebut menggambarkan perusahaan yang harus berkomitmen untuk mengembangkan tujuan sosial dan lingkungan mereka.

2.2.5 Implementasi Corporate Social Responsibility

Tahapan implementasi CSR menurut Wibisono (2007) adalah sebagai

berikut:

1. Tahap perencanaan

Tahapan ini meliputi 3 langkah utama, yaitu membangun kesadaran, evaluasi CSR dan membangun manual CSR. Pengembangan kesadaran merupakan langkah awal dalam membangun kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan komitmen manajemen, dan dapat dilakukan melalui seminar, workshop, dan lain-lain. Pada tahap pembuatan manual CSR dilakukan dengan benchmarking, menggali dari referensi atau mencari bantuan tenaga ahli independen di luar perusahaan.

2. Tahap implementasi

Pada tahap ini sumber daya diatur, dan personel disiapkan sesuai dengan jenis tugas, pengarahan, supervisi, dan pekerjaan sesuai rencana, dan evaluasi dilakukan untuk menentukan tingkat pencapaian target. Tahap implementasi meliputi tiga langkah utama yaitu sosialisasi, implementasi dan internalisasi.

3. Tahap monitoring dan evaluasi

Tahapan ini perlu diselesaikan dengan mengukur efektivitas pelaksanaan CSR guna membantu perusahaan merumuskan kembali kondisi dan ketentuan pelaksanaan CSR dan pencapaian perusahaan, sehingga dapat diupayakan perbaikan yang diperlukan berdasarkan

rekomendasi.

4. Tahap pelaporan

Untuk keperluan proses pengambilan keputusan dan transparansi, diperlukan laporan untuk membangun suatu sistem informasi materi dan informasi terkait tentang perusahaan.

III. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Yang didefinisikan Mukhtar (2013: 10), metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Tujuan peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui bagaimana kegiatan peran humas dalam meningkatkan citra perusahaan di mata stakeholder melalui kegiatan CSR di PT. Arara Abadi dengan mengumpulkan informasi yang aktual, mengidentifikasi masalah, hingga mengetahui efek dari kegiatan CSR tersebut terhadap citra perusahaan di mata stakeholder.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma interpretif. Yang mana menurut Hendrarti (2010:4), paradigma interpretif memandang bahwa ilmu sosial sebagai analisis sistematis atas '*socially meaningful action*' melalui pengamatan langsung terhadap aktor sosial dalam latar alamiah agar dapat memahami

dan menafsirkan bagaimana para aktor sosial menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka. Selain itu, tujuan peneliti menggunakan paradigma interpretif karena paradigma tersebut sesuai dengan apa yang ingin sedang diteliti, yaitu untuk mencari pemahaman dan makna dari peran humas dalam meningkatkan citra perusahaan di mata stakeholder melalui kegiatan CSR yang di PT. Arara Abadi. Untuk mendapatkan fakta yang dan data yang akurat, peneliti melakukan observasi, analisis dokumen, serta mewawancarai narasumber yang memiliki pengetahuan dan kompeten di bidangnya.

Subjek dari penelitian ini adalah PT. Arara Abadi yang terletak di daerah Pinang Sebatang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Dengan informan penelitian berjumlah 3 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 teknik pengumpulan data, yaitu observasi dengan melakukan pengamatan pada kegiatan CSR Desa Makmur Peduli Api (DMPA) baik yang sedang maupun sudah terlaksana, wawancara pada saat wawancara dilakukan secara langsung dan tidak langsung (menggunakan perantara media sosial) dengan informan untuk memperoleh informasi atau data yang sesuai dengan objek penelitian, serta kepustakaan pada teknik ini peneliti

mengumpulkan berbagai macam sumber informasi dan data yang ada pada perusahaan serta referensi buku ataupun jurnal terkait. Hal ini bertujuan untuk mencari jawaban dari permasalahan yang sudah peneliti buat sebelumnya.

IV. Hasil dan Pembahasan

Peneliti akan menyajikan hasil dan pembahasan mengenai peran humas PT. Arara Abadi dalam pelaksanaan program CSR Desa Makmur Peduli api (DMPA). Data yang ditemukan peran humas terdiri dari 4 :

1. Sebagai penasehat ahli

Peran humas PT Arara Abadi dalam pelaksanaan CSR Desa Makmur Peduli Api (DMPA) salah satunya yaitu sebagai penasehat ahli. Dalam hal ini humas PT. Arara Abadi membantu mencari solusi dari masalah yang ditimbulkan oleh kebakaran hutan dan lahan (karhutla) yang sempat marak terjadi khususnya di wilayah sekitar perusahaan. Humas PT. Arara Abadi mencari solusi dengan melakukan kegiatan lain yang lebih bermanfaat.

2. Sebagai fasilitator komunikasi

Peran humas PT. Arara Abadi dalam proses pelaksanaan program CSR Desa Makmur Peduli Api (DMPA) yaitu sebagai fasilitator komunikasi atau mediator penyampaian pesan yang dapat memberikan sebuah pemahaman

dan pengarahan serta menginformasikan dan menjembatani masyarakat dengan perusahaan. Selain itu, memberikan informasi terkait tujuan diadakannya program tersebut untuk mengubah *mindset* masyarakat dan dapat mengedukasi masyarakat mengenai bahaya pembakaran hutan dan lahan. Selain itu, humas juga sebagai pemberi informasi kepada wartawan atau pers. Hal ini dimaksudkan, humas PT. Arara Abadi turut mengundang wartawan atau pers selama kegiatan berlangsung. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan program CSR DMPA, sehingga stakeholder dapat melihat dan menilai secara langsung bagaimana kegiatan CSR berlangsung. Selain membangun kerjasama dengan masyarakat dan wartawan, peran humas pun membangun kerjasama dengan pemerintah. Pemerintah yang ikut terlibat biasanya kecamatan setempat.

3. Sebagai fasilitator proses pemecahan masalah

Humas PT Arara Abadi juga berperan dalam fasilitator proses pemecahan masalah, yang mana ketika perusahaan mengalami krisis, humas dapat membantu pimpinan baik sebagai penasihat hingga dalam pengambilan keputusan.

4. Sebagai teknisi komunikasi

Humas PT Arara Abadi berperan sebagai teknisi komunikasi. Sistem komunikasi yang diterapkan di PT Arara Abadi memakai komunikasi satu arah dan dua arah, kemudian juga komunikasi bertingkat. Komunikasi dua arah diterapkan untuk sesama karyawan, sedangkan komunikasi satu dan dua arah diterapkan ke pimpinan perusahaan. Komunikasi satu arah itu diterapkan ketika pimpinan memberi perintah ke karyawannya, kemudian komunikasi dua arah diterapkan ketika ada karyawan yang terlibat langsung dalam *teamwork*. Untuk yang program CSR ini sendiri menggunakan komunikasi satu arah dan dua arah.

Selanjutnya, peneliti akan menyajikan hambatan peranan humas serta solusi dalam pelaksanaan program CSR Desa Makmur Peduli Api (DMPA). Berdasarkan hasil penelitian hambatan dalam bidang dan aspek. Hambatan yang terjadi pada bidang pertanian, dikarenakan hama dan cuaca. Untuk mengatasi hambatan tersebut dengan fact finding dan tak lupa evaluasi kembali program tersebut yang nantinya akan menghasilkan solusi. Kemudian hambatan dari masyarakat, pemahaman/pola pikir masyarakat yang masih kurang terhadap pentingnya menjaga lingkungan. Solusi dari

permasalahan tersebut humas PT. Arara Abadi mengedukasi masyarakat terkait bahaya pembakaran hutan dan lahan serta membuat masyarakat berfikir kreatif untuk memanfaatkan lahan yang juga dapat berpotensi untuk mendapatkan keuntungan, misalnya seperti kegiatan budidaya hewan dan tanaman.

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti paparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa, humas PT Arara Abadi berperan cukup penting dalam kegiatan CSR Perusahaan. Beberapa peranan penting humas PT Arara Abadi di antaranya yaitu sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi.

Kemudian humas PT Arara Abadi memiliki solusi sendiri untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam kegiatan CSR yang telah diselenggarakan oleh perusahaan. Solusi yang diberikan oleh humas PT Arara Abadi yaitu mengedukasi masyarakat serta mengubah *mindset*

mereka untuk melakukan kegiatan yang lebih bermanfaat.

Saran

Berdasarkan penelitian dan uraian kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat memberikan masukan untuk kedepannya, yaitu sebagai berikut :

1. Salah satu peran humas yaitu sebagai fasilitator komunikasi, akan tetapi humas PT Arara Abadi dirasa belum cukup maksimal dalam menyediakan wadah untuk berkomunikasi dengan publiknya. Untuk itu, perlu adanya media sosial korporat untuk menampung kritik dan saran dari publik, apalagi saat ini media sosial identik dengan publik dan sangat diperlukan untuk menunjang kualitas perusahaan itu sendiri.
2. Humas PT. Arara Abadi dirasa perlu untuk meningkatkan efektifitas serta inovasi dari program CSR Desa Makmur Peduli Api ini. Inovasi dilakukan agar masyarakat juga tidak bosan dengan kegiatan yang dilakukan secara berkala setiap tahunnya.

Referensi

- Ardianto, DR. Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat*. Penerjemah Putri Aila Idris, S.Sos. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cangara Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lattimore Dan, dkk. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik*, edisi ke-3. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis public relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rachman, Nurdin M, Asep Efendi dan Emit Wicaksana. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Cetakan 1. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahmatullah dan Trianita, K. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Ringkasan Publik PT. Arara Abadi - 2018
- <https://araraforestry.com>
- <https://www.pahlevi.net/manfaat-csr/>
- <http://repository.uin-suska.ac.id/20127/>