

Evaluasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Sebagai Community Relations PT. Jasa Marga (Persero) Cabang Surabaya-Gempol

Maura Fajirin Pratiwi, Otto Bambang Wahyudi & Titi Nur Vidyarini, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Maurapратиwi16@gmail.com

Abstrak

PT. Jasa Marga (Persero) Cabang Surabaya-Gempol menjalankan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Pihak perusahaan mengatakan bahwa program tersebut merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap perekonomian masyarakat sekitar jalan tol. Perusahaan juga berharap bahwa dari adanya program tersebut bisa membangun relasi yang baik dengan masyarakat. Namun, meskipun sudah dilakukan bertahun-tahun Program Kemitraan dan Bina Lingkungan masih mendapati hambatan-hambatan. Peneliti melakukan evaluasi untuk melihat akar permasalahan dari hambatan yang ada. Evaluasi dilakukan dengan menyocokkan proses *community relations* dan menganalisis temuan data untuk didapatkan akibat dari hambatan-hambatan tersebut. Hasilnya ditemukan bahwa komunikasi dua arah dengan para Mitra Binaan masih kurang karena masyarakat cenderung pasif. Perusahaan juga harus lebih transparan dan memperbaharui pelaporan mengenai *corporate social responsibility* dimana hal ini terkait dengan Program Bina Lingkungan dan juga mampu menjadi sarana komunikasi dengan masyarakat. Evaluasi program yang dilakukan perusahaan hanya mencakup sebagian kecil yaitu untuk menunjukkan indeks kepuasan, akan lebih baik apabila mencakup berhasil tidaknya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan mewujudkan kesejahteraan serta melihat bagaimana kondisi hubungan dan komunikasi dengan masyarakat.

Kata Kunci: *Evaluasi, Community Relations, Evaluasi Program Public Relations, PT. Jasa Marga (Persero) Cabang Surabaya-Gempol.*

Pendahuluan

Sebagai pendukung program pemerintah BUMN memiliki peranan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang diatur dalam Peraturan Menteri Undang-Undang (UU) Republik Indonesia No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU tersebut menjelaskan bahwa BUMN mempunyai peranan penting dalam penyelenggaraan perekonomian nasional guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Lalu pada Pasal 1 diungkapkan bahwa sebagian besar modal BUMN dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan (hukumonline, n.d). Pemerintah bertindak sebagai regulator dan pemegang saham melalui Kementerian BUMN. Berdasarkan hal ini lalu BUMN ditugaskan untuk menjadi agen pembangunan untuk

menegaskan misi pemerintahan menjadikan BUMN berperan besar dalam perekonomian nasional (kompas, 2018).

PT. Jasa Marga sebagai BUMN pendukung pembangunan, merupakan pionir pembangunan infrastruktur jalan tol di Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 1978, Jasa Marga memiliki tekad untuk memberikan inovasi baru dalam membantu Indonesia untuk lebih maju. Sepak terjang Jasa Marga diawali dengan membangun jalan tol Jakarta-Bogor-Ciawi (Jagorawi) pada tahun 1978 hingga pada tahun 2017 dengan mengeluarkan inovasi yaitu pengoperasian jalan tol dengan transaksi non tunai (cms.jasamarga.com, 2017).

Jasa Marga tergolong dalam perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang berbentuk Persero. Dalam hal ini maka Jasa Marga beroperasi dengan turut serta melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan dan program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya pembangunan di bidang pengusahaan jalan tol dengan sarana penunjangnya dengan menerapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas. Perusahaan Jasa Marga berkeyakinan bahwa dengan keunggulan daya saing dan nilai-nilai berkelanjutan yang dimiliki, ia mampu mewujudkan keseimbangan antara kinerja ekonomi (*profit*), dukungan karyawan dan lingkungan sosial (*people*), serta dukungan lingkungan alam sekitar (*planet*). Jasa Marga mewujudkan phal tersebut dengan mengimplementasikan prinsip *Triple Bottom Line* (3Ps). Komitmen tersebut kemudian dijabarkan melalui adanya seksi yang bertanggung jawab atas berbagai program kerja khususnya terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (cms.jasamarga.com, 2017). Dari prinsip yang diterapkan dalam perusahaannya, PT. Jasa Marga (Persero) mendapatkan penghargaan di ajang BUMN Hadir Untuk Negeri Award pada tahun 2018 untuk program Bedah Rumah Veteran yang termasuk dalam program Bina Lingkungan (koranbumn.com, 2018).

Sejak tahun 2016, PT. Jasa Marga Surabaya-Gempol memfokuskan kinerja dengan komunitas eksternal yang merupakan salah satu publik mereka melalui Seksi *Community Development Program* (CDP). Seksi ini menjalankan aktivitas *community relations* yang diharapkan akan membantu perusahaan dalam mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat. Jasa Marga melaksanakan aktivitas *community relations* sebagai bentuk untuk memberikan dampak nyata bagi *stakeholder* dan merupakan bentuk untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat, menjalankan amanah dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan. Aktivitas *community relations* yang dijalankan oleh CDP adalah program *Corporate Social Responsibility* yang diberi nama PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Seksi CDP merupakan divisi tingkat cabang yang berada di bawah Unit CDP berkedudukan di kantor pusat.

Tujuan dari program ini adalah untuk mendukung program Kementrian BUMN dan juga untuk menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan mitra binaan. Penyaluran bantuan Program Kemitraan dilakukan sebanyak dua kali setiap tahunnya. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Cabang Surabaya-Gempol dilaksanakan pertama kali pada tahun 1997 (Abd. Kadir, *personal communications*, 2018). Di tahun 2017, mitra binaan yang dimiliki PT. Jasa

Marga Cabang Surabaya-Gempol sejumlah 111 mitra dan menyalurkan dana sebesar Rp2.115.000.000. Hal ini membuat Cabang Surabaya-Gempol memiliki mitra binaan terbanyak kedua setelah Kantor Pusat dengan jumlah 713 mitra binaan (cms.jasamarga.com, 2018). Pada tahun 2018, Cabang Surabaya-Gempol mengalami peningkatan mitra binaan dengan jumlah 114 mitra binaan yang tersebar di wilayah kota dan kabupaten di Jawa Timur seperti Surabaya, Sidoarjo, Mojokerto, Malang, Kediri, Pasuruan, dan Probolinggo (pkbl.jasamarga.com, 2018). Usaha kecil dan menengah yang menjadi mitra binaan PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol bergerak di beragaam sektor seperti industri, jasa, perkebunan, perdagangan maupun pertanian. Berdasarkan Annual Report Tahun 2017, PT. Jasa Marga melaporkan mengenai jumlah mitra binaan, jumlah masyarakat yang terbantu dalam program, dan jenis bantuan yang telah dilakukan (bantuan pendidikan, sarana-prasarana masyarakat, kesehatan, bantuan bencana alam, sarana ibadah, pelestarian alam, dan pengentasan kemiskinan).

Sedangkan Program Bina Lingkungan, yaitu program untuk membantu memperbaiki kondisi sosial masyarakat oleh BUMN. Program Bina Lingkungan mendapatkan dana untuk program melalui pemanfaatan dana sebagian laba BUMN. Program ini bergerak untuk membantu masyarakat dengan berbagai macam bantuan, seperti bantuan untuk korban bencana alam, bantuan pendidikan dan/atau pelatihan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan sarana dan atau prasarana dan bantuan sarana ibadah.

Proses kegiatan PKBL diawali dengan mendefinisikan *problem* yang terjadi di masyarakat, melakukan perencanaan pula bersama dengan segenap *staff* yang berkaitan, melakukan kegiatan komunikasi baik dengan pihak kantor pusat dan juga dengan *stakeholder* yang terkait dengan program, pada akhir kegiatan perusahaan pula melakukan kegiatan evaluasi. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Abd. Kadir selaku Manager Seksi CDP mengungkapkan bahwa program PKBL BUMN bisa dikaitkan dengan komunikasi karena melalui PKBL yang merupakan perwujudan nyata perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat.

“Perusahaan telah mempunyai visi-misi, program, dan tanggung jawab dan perusahaan memiliki upaya untuk menginformasikan ke masyarakat akan hal ini melalui tindakan nyata yaitu PKBL. Jika sudah dijalankan program, maka komunikasi telah terjalin”. (Abd. Kadir, *personal communication*, Feb 19, 2019) Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa PKBL dilakukan sebagai bentuk dan wujud komunikasi perusahaan ke komunitas atau masyarakat. Rochman Ammas selaku Staff Seksi CDP pada tahun 2018 mengatakan bahwa kelebihan PKBL terletak pada bunga pinjaman yang lebih rendah sebesar 2% dibanding PKBL BUMN lain yang sebesar 3% . Namun dengan bunga yang rendah masih terdapat beberapa mitra binaan yang menyepelekan angsuran.

Peneliti tertarik untuk meneliti program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Jasa Marga Surabaya-Gempol karena meskipun merupakan program pemerintah, namun masyarakat penerima bantuan masih merasa sosialisasi tentang program ini masih kurang meskipun pada *Annual Report 2017*

menunjukkan bahwa Cabang Surabaya-Gempol memiliki jumlah mitra binaan kedua terbesar setelah kantor pusat. Padahal manfaat dari program ini baik untuk membantu kesejahteraan masyarakat. Selain itu pengungkapan hasil evaluasi laporan di tahun 2018 mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan belum dipublikasikan oleh media internal PT. Jasa Marga (Persero). Hasil evaluasi dan pelaporan terakhir yang telah dipublikasikan terakhir yaitu pada tahun 2017 (cms.jasamarga.com, 2017). Lalu berdasarkan *Annual Report 2017* PT. Jasa Marga (Persero), pengungkapan hasil evaluasi yang mengungkap kelebihan dan hambatan atau masalah dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan belum dipublikasikan. Dengan adanya pengungkapan kedua hal tersebut dapat membantu pelaksanaan program di periode selanjutnya. Kelebihan yang ada bisa dipertahankan dan permasalahan yang ada bisa diminalisir.

Menurut Brown dalam hubungan masyarakat (*community relations*) ini peran masyarakat bertindak sebagai pendukung aktivitas sosial perusahaan (Brown, 2012, p. 373). Sewaktu perusahaan akan melaksanakan program, masyarakat akan mendukung dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menjalankannya dalam lingkungan mereka. Tugas perusahaan dalam hal ini menyelenggarakan dialog dan berhubungan dengan komunitas. Di sisi lain hal ini membutuhkan strategi apa yang diinginkan dalam hubungan dengan perusahaan dan menentukan apa manfaat yang akan didapat oleh masyarakat.

Kemudian dalam penelitian ini peneliti menggunakan referensi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rachmat (2014) dengan judul Evaluasi Community Relations pada PT. Amita Bara Sejahtera (ABS) Jember pasca pemberitaan kasus ledakan tabung gas elpiji 3 kg di media massa (tahun 2009-2014). Penelitian ini berfokus pada *relationship management* dan juga pada konsep *community relations*. Sedangkan peneliti akan meneliti apakah program PKBL sudah sesuai dengan konsep *community relations* serta kelebihan dan hambatan apa dalam menjalankan program ini.

Peneliti akan melakukan evaluasi untuk mengetahui hambatan dan keunggulan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dengan memperhatikan proses *community relations* yang dimulai dari pengumpulan fakta, perumusan masalah. Perencanaan, aksi dan komunikasi, dan hasil dari evaluasi (Iriantara, 2004, p.80-81) dan melihat kesesuaian proses *community relations* dengan fakta proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di PT. Jasa Marga Surabaya-Gempol. Penelitian ini pun diharapkan dapat membantu perusahaan untuk melihat hasil dari *community relations* yang telah dijalankan oleh perusahaan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yaitu bagaimana evaluasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebagai *Community Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Cabang Surabaya Gempol?

Tinjauan Pustaka

Community Relations

Menurut Harrison (2008, p. 484) *community relations* adalah hubungan antara perusahaan dan komunitas yang memiliki wujud dan dampak. Wujud hubungan ini berupa pertemuan atau sebuah program.

Dalam Harrison (2008, p. 489) sebuah program yang efektif terdiri dari elemen inti atau rencana sebagai berikut: melakukan analisis berdasarkan riset, program atau proyek. Kegiatan elemen- elemen inti tersebut seperti menanalisis situasi, menganalisis stakeholder yaitu komunitas secara objektif.

Lattimore (2010, p. 258-261) mengungkapkan bahwa untuk mewujudkan program *community relations* yang efektif maka memerlukan langkah-langkah berikut: menetapkan sasaran, mengenali komunitas, berkomunikasi dengan komunitas, saluran komunikasi.

Sub Tinjauan Pustaka

Iriantara (2004, p. 148) evaluasi program dalam Public Relations pada dasarnya menggunakan tahapan atau langkah yang sama dengan langkah evaluasi program lainnya. Cutlip, Center, & Broom (2006, p. 320) memaparkan proses *Public Relations* terdiri dari empat tahapan, yaitu: Mendefinisikan *problem*; Perencanaan dan pemrograman dengan menyusun strategi tentang apa yang harus dilakukan, dikatakan, dan alasannya; pengambilan tindakan dan berkomunikasi dalam implementasikan program; mengevaluasi program yang sudah dijalankan dengan mengamati, mengukur, dan menarik kesimpulan tentang pencapaian program dan kesesuaian program dengan tujuan dan standar yang berlaku.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, menggunakan teknik wawancara mendalam.

Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah para Mitra Binaan dari Program Kemitraan, penerima bantuan Program Bina Lingkungan, dan pihak internal perusahaan yaitu khususnya karyawan Seksi *Community Development Program* di PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol. Objek penelitian ini adalah program *Community Relations* di PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Teknik ini terdiri dari tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan serta pengujian kesimpulan (Pawito, 2007, p. 106). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi data-data yang kemungkinan berguna untuk penelitian. Yang kedua, penyajian data melibatkan pengorganisasian data satu dengan yang lain dan dikaitkan sehingga membentuk gabungan data yang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menyimpulkan pola data yang telah dibentuk dan dianalisis.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan para Mitra Binaan dari Program Kemitraan, penerima bantuan Program Bina Lingkungan, dan pihak internal perusahaan yaitu khususnya karyawan Seksi *Community Development Program* di PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol. Selanjutnya data akan dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif agar kemudian bisa didapatkan kesimpulan.

Temuan Data

Melihat lokasi dan situasi pengembangan usaha, PT. Jasa Marga Surabaya Gempol melakukan bantuan terhadap masyarakat sekitar jalan tol sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat di sekitar jalan perusahaan. Pihak masyarakat yang diutamakan berada pada *Ring-1* lingkungan perusahaan. Bentuk kepedulian itu bertujuan agar tidak mematikan usaha masyarakat di sekitar jalan tol PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol.

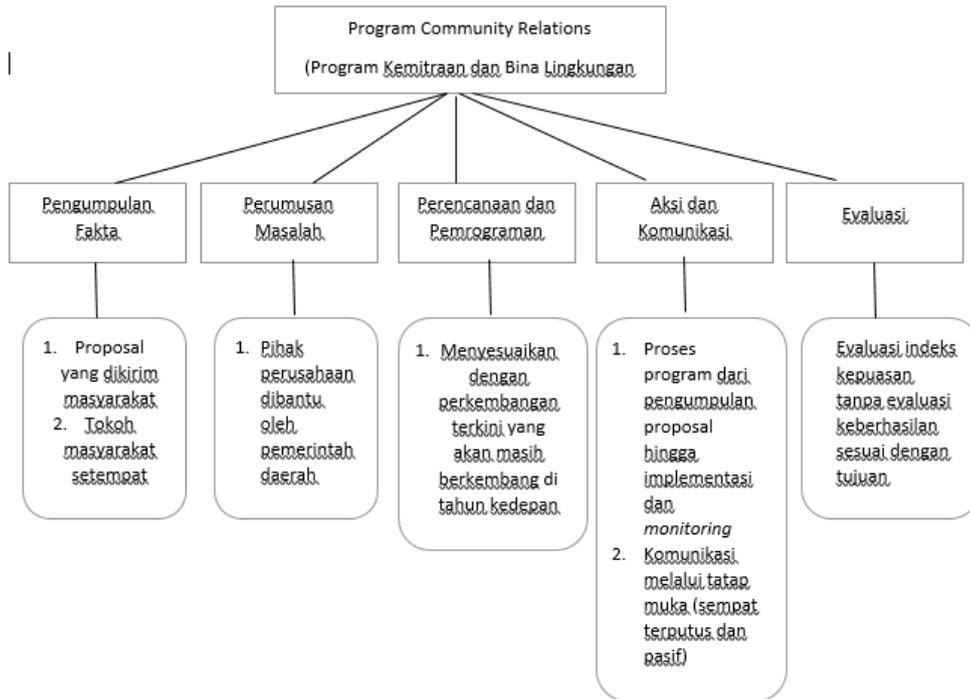
“Sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Supaya masyarakat di sekitra jalan tol itu bisa tumbuh dan berkembang dengan adanya jalan tol itu tidak mematikan perekonomian disitu.”

Adapun ungkapan lain dari Abdul Kadir yang menyatakan bahwa sebagai BUMN, PT. Jasa Marga turut andil untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat untuk menanggulangi kemiskinan, memberikan kesempatan usaha, dan meningkatkan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar jalan tol. Berikut pernyataannya:

“BUMN perlu ikut serta bertanggung jawab dalam pemberdayaan masyarakat khususnya di bidang perekonomian dengan meningkatkan lapangan pekerjaan, kesempatan usaha, dan menanggulangi kemiskinan melalui pendanaan usaha mikro kecil dan koperasi. Nah, dengan adanya usaha maju kan meningkatkan lapangan pekerjaan, kesempatan usaha, dan menanggulani kemiskinan. Artinya setelah dibantu diharapkan perusahaan itu, usaha kecil ini berkembang. Ya kan. Bisa me..me..meluangkan apa membuka kesempatan kerja baru bagi masyarakat. Jadi, tujuan PKBL adalah sebagai selain melaksanakan eee Undang-Undang dan Peraturan juga sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, gitu. “

Analisis dan Interpretasi

Analisis dan Interpretasi aktivitas Program Kemitraan dan Bina Lingkungan berdasarkan teori Proses *Community Relations*



Bagan 1 Bagan aktivitas Program Kemitraan dan Bina Lingkungan berdasarkan teori Proses *Community Relations* (Iriantara, p. 80-81, 2004)

Sumber: Olahan peneliti, 2019.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh peneliti dari informan, peneliti menemukan bahwa terdapat proses *community relations* yang dilakukan dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebagai cara untuk menjalin hubungan dengan komunitas. PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengaturan dan pengembangan jalan tol. Maka adanya masyarakat di sekitar perusahaan akan dipengaruhi dan juga dipengaruhi oleh perusahaan akibat dari adanya ekspansi atau perluasan pengembangan kebijakan perusahaan atau pun pengembangan infrastruktur. Menurut Yosai Iriantara kategori dikatakannya pihak-pihak sebagai publik perusahaan apabila pihak-pihak tersebut memiliki kepentingan langsung atau tidak langsung terhadap organisasi dan saling mempengaruhi dan dipengaruhi (Iriantara, 2004, p. 7).

Seksi *Community Development Program* melaksanakan Program Kemitraan dan sudah terwujud sebagian besar tujuan dari pelaksanaan aktivitas dan program *community relations* yang dilakukan oleh *public relations* menurut Moore (2004).

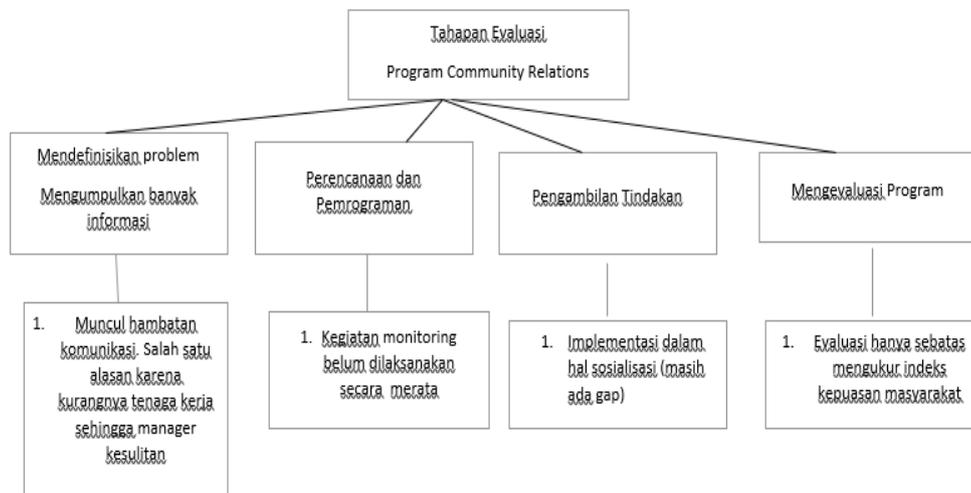
Sebagai bentuk *community relations* dari perusahaan, ada beberapa tujuan-tujuan yang belum tercapai berdasarkan teori dari Moore.

Selama menjalankan pengamatan peneliti melihat bahwa belum pernah pihak ada perusahaan menjawab kritik dan memukul balik serangan dari tekanan kelompok setempat yang salah paham mengenai perusahaan dan industri. Dalam aktivitas di Program Kemitraan, Mitra Binaan kurang bisa terbuka untuk mengungkapkan kritik kepada masyarakat. Peneliti memperkirakan bahwa masyarakat merasa sungkan apabila mengungkapkan keluh kesahnya. Perusahaan yang membantu Mitra Binaan merupakan pihak yang lebih dominan dalam hubungan diantara mereka. Sehingga karena belum ada terjadi lontaran kritik maka perusahaan belum ada menjawab kritikan dan memukul balik serangan dari tekanan kelompok setempat yang salah paham mengenai perusahaan dan industri.

Kedua yaitu tidak adanya tujuan untuk menunjukkan kepada warga bahwa mereka adalah warga dan majikan yang baik. Alasan ketiadaan ini karena perusahaan menganggap bahwa kedudukannya dengan masyarakat adalah sebagai mitra atau rekan. Maka tidak ada yang diatas dan tidak ada yang dibawah. Pihak masyarakat juga menganggap begitu. Rekan yang baik akan saling menghormati satu sama lain, saling memberikan masukan, serta saling mendengarkan keinginan masing-masing.

PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol telah mendapatkan beberapa tujuan yang diinginkan oleh perusahaan dari pelaksanaan aktivitas dan program *community relations* yang dilakukan oleh *public relations* menurut Moore (2004). Sebagai bentuk *community relations* dari perusahaan, ada beberapa tujuan-tujuan yang belum tercapai berdasarkan teori dari Moore. Beberapa tujuan tersebut yang bisa dijalankan yaitu dengan memberikan bantuan Program Bina Lingkungan bersifat kebudayaan dan kesenian untuk bisa melestarikan budaya lokal dan bisa berdampak pada peningkatan produksi lokal. Seperti misalnya perusahaan bisa membantu memberikan bantuan berupa alat cetak kain yang lebih modern sehingga produksi usaha *garment* milik masyarakat bisa meningkat dan mampu dijual secara luas.

Analisis dan Interpretasi Evaluasi *Community Relations*



Bagan 2 Tahapan Evaluasi *Community Relations* pada PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol.
Sumber: Olahan Penulis, 2019

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, informan dari pihak perusahaan tidak memiliki jawaban yang seragam terkait dengan proses evaluasi. Peneliti menilai bahwa hal ini terkait dengan komunikasi antar karyawan. Sebagai pelaksana program, baik itu atasan atau pun *staff-staff* dibawahnya harus memahami bagaimana evaluasi yang dilakukan. Apabila tidak dipahami bentuk evaluasi yang dilakukan maka muncul ketidaktahuan cara untuk mengatasi hambatan yang ada.

Evaluasi terhadap program yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan dari ketiga informan hanya dirasakan oleh dua informan. Kedua informan merupakan Mitra Binaan, sedangkan penerima bantuan Bina Lingkungan merasa puas namun sedikit kecewa karena hubungan dengan perusahaan menjadi sedikit renggang karena terjadi perubahan jabatan. Kritik ini mungkin saja tidak dirasakan oleh perusahaan saat ini karena berdasarkan form survei kepuasan hanya dalam format yang sesuai dengan Program Kemitraan dan bukan diperuntukkan pada Program Bina Lingkungan. Alasan menggunakan teori evaluasi PR karena Seksi CDP melakukan aktivitas PR.

Peneliti menyimpulkan bahwa dari hasil analisis dan interpretasi evaluasi menggunakan proses *public relations* untuk *community relations* di Program Kemitraan perlu ada beberapa perbaikan. Perbaikan itu diantaranya perlunya membuat panduan pengisian proposal yang lebih informatif agar masyarakat mampu memahami dengan baik dan tidak terjadi kesalahan pengisian atau pun kemungkinan terburuk tidak diisi. Kedua, pihak perusahaan harus melakukan monitoring secara merata ke seluruh Mitra Binaan. Selama ini Saptaningtyas terlihat baik-baik saja di mata perusahaan karena tidak pernah menunggak. Namun ketika terjadi penurunan keuntungan, suatu saat apabila tidak diketahui

perusahaan Saptaningtyas bisa merugi dan menyebabkan tunggakan pembayaran iuran. Perbaikan selanjutnya yaitu dari pihak Mitra Binaan. Para Mitra diharapkan lebih aktif untuk bertanya dan memahami pihak perusahaan lebih baik lagi. Hal tersebut dilakukan agar tidak sering terjadi komunikasi satu arah dengan perusahaan dimana perusahaan yang lebih aktif dan Mitra Binaan cenderung pasif.

Keempat, perlu dilakukan evaluasi tidak hanya dari segi tingkat kepuasan masyarakat namun juga tingkat keberhasilan perusahaan membuat Mitra Binaan menjadi maju, tangguh dan mandiri serta evaluasi komunikasi diantara perusahaan dan Mitra Binaan. Evaluasi komunikasi perlu dilakukan untuk melihat apakah ada kemajuan aktivitas *community relations* yang telah dilakukan melalui Program Kemitraan.

Hasil keseluruhan analisis dan interpretasi mengenai evaluasi Program Bina Lingkungan yaitu perlu adanya pembenahan di beberapa hal. Yang pertama, perlu ada perubahan form yang hanya dikhususkan untuk mengevaluasi Program Bina Lingkungan. Kedua, perlunya membuat sebuah *guide book* yang berisi tentang bagaimana pola hubungan dan cara yang tepat untuk menghubungi komunitas-komunitas yang dimiliki perusahaan. Hal ini untuk meminimalkan putusnya komunikasi dengan komunitas. Ketiga, Perlu juga dibuatkan form khusus yang berbeda dengan form kepuasan Mitra Binaan. Form dengan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan Program Kemitraan tidak akan berkaitan dengan Program Bina Lingkungan.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa aktivitas *community relations* yang dilakukan dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh PT. Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol memiliki tujuan untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan juga sebagai tanggung jawab perusahaan untuk turut mendukung program pemerintah dalam hal memajukan perekonomian masyarakat. . Perbaikan selanjutnya yaitu dari pihak Mitra Binaan. Para Mitra diharapkan lebih aktif untuk bertanya dan memahami pihak perusahaan lebih baik lagi. Hal tersebut dilakukan agar tidak sering terjadi komunikasi satu arah dengan perusahaan dimana perusahaan yang lebih aktif dan Mitra Binaan cenderung pasif. Apabila dijalankan hal ini akan membawa dampak positif bagi kedua belah pihak yaitu perusahaan dan masyarakat. Evaluasi program yang dilakukan oleh perusahaan juga dirasa hanya mencakup sebagian kecil saja yaitu untuk menunjukkan indeks kepuasan. Padahal apabila perusahaan melakukan evaluasi secara menyeluruh dan lebih mendalam kembali, hambatan-hambatan yang ada bisa diminimalisir atau bahkan hilang. Evaluasi akan menunjukkan pula bagaimana cara yang tepat agar perusahaan mampu menghilangkan hambatan karena sudah diketahui penyebabnya.

Daftar Referensi

- Ganie, J. (July 5, 2018). *BUMN pemain global*. Kompas. Retrieved from <https://www.pressreader.com/indonesia/kompas/20180705>
- Harrison, Kim. (2008). *Strategilac public relations: A practical guide to success*. Perth: Century Consulting Group. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Iriantara, Y. (2004). *Community relations: Konsep dan aplikasinya*. 1st ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, T. Suzette., Toth, L. Elizabeth. (2010). *Public relations: Profesi dan praktik*. 3rd ed. Jakarta: McGraw-Hill Education (Asia) & Salemba Empat.
- Moore, Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: Lkis.
- Annual Report 2017. Jasa Marga. 2017. Retrieved from <http://cms.jasamarga.com/id/hubunganinvestor/Annual%20Report/Annual%20Report%202017.pdf>
- Capaian jasa marga sepanjang tahun. (2018). Retrieved from <https://koranbumn.com/capaian-jasa-marga-sepanjang-tahun-2018/>