

Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* “Kampung HSSE Pertamina” PT. Pertamina (Persero)

Celyne, Otto Bambang Wahyudi, Titi Nur Vidyarini

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

celynehl@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE yang dilakukan PT. Pertamina (persero). Dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE PT. Pertamina (persero), ini, PT. Pertamina memilih RW 04 Jagir, Wonokromo, Surabaya sebagai publik sasarannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus intrinsik. Dalam penelitian evaluasi program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE PT. Pertamina (persero), peneliti menemukan bahwa adanya program partisipatif dalam perencanaan program ini serta adanya hambatan karena kecemburuan antar warga dalam pelaksanaan program.

Kata Kunci: Program, Evaluasi, *Corporate Social Responsibility*, PT. Pertamina (persero).

Pendahuluan

Program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE (*Health, Safety, Security and Environment*) Pertamina mulai diselenggarakan pada tahun 2010 dan masih berjalan hingga saat ini. Program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE Pertamina diselenggarakan karena PT. Pertamina (persero) dengan melihat permasalahan yang terjadi di masyarakat yang berada di sekitar area kantor PT. Pertamina Marketing Operation Region V Surabaya. PT. Pertamina (persero) melihat permasalahan yang terjadi di RW 04 Kelurahan Jagir, Wonokromo yaitu lingkungan yang tidak tertata, kumuh dan kotor. Selain itu, banyaknya sampah berserakan membuat lingkungan RW 04 ini menjadi kotor dan tidak sehat. Ditambah pula dengan kebakaran yang terjadi di kampung padat penduduk di dekat Kampung Hijau. Pada kejadian kebakaran tersebut delapan unit mobil pemadam kebakaran mengalami kesulitan menjangkau lokasi karena akses jalan masuk kampung tak lebih dari satu meter dan jauh dari sumber air. Hal ini merugikan warga kampung padat penduduk karena api mudah merembet ke rumah-rumah disekitarnya.

Wujud dari komitmen perusahaan, PT. Pertamina (persero) melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Berangkat dari permasalahan yang ada, PT. Pertamina (persero) mulai dengan membenahan lingkungan dan juga pengolahan sampah. Tidak hanya berputar pada pengelolaan sampah saja, namun juga terdapat kegiatan-kegiatan lainnya hingga membagi warga menjadi tiga kelompok yaitu Wasiat (Warga Siap Tanggap Darurat), Lansia Selamat (Lanjut Usia Sehat Langgeng dan Bermanfaat) serta Bank Sampah. Dalam setiap kelompok akan memiliki kegiatan dalam bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan yang berbeda-beda (www.pertamina.com, 9 Juli 2018).

PT. Pertamina (Persero) merupakan perusahaan energi nasional yang dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia (BUMN). Bidang usaha PT. Pertamina (Persero) adalah bidang energi dan petrokimia, terbagi ke dalam dua sektor, yaitu Hulu dan Hilir serta Sektor Gas, Energi Baru dan Terbarukan (GEBT) untuk usaha menggantikan peran sumber energi dari minyak bumi dan batu bara. PT. Pertamina (Persero) yang merupakan perusahaan energi tentu mengakibatkan dampak negatif bagi masyarakat di sekitar wilayah perusahaan PT. Pertamina (Persero). Maka dari itu PT. Pertamina (Persero) merealisasikan komitmennya untuk menyejahterakan manusia, alam dan lingkungan dengan menyelenggarakan program CSR, terlebih di area sekitar perusahaan. Selain itu, program CSR yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat menjaga hubungan yang baik dengan semua *stakeholders*.

Dalam ISO 26000, *corporate social responsibility* adalah kesediaan sebuah organisasi mempertimbangkan antara sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan untuk bertanggung jawab atas pengambilan keputusan dan lingkungan. Program *corporate social responsibility* dilakukan guna mengedepankan relasi perusahaan dengan *stakeholdernya* dan program ini digunakan sebagai alat untuk membangun relasi (Prayogo, 2013, p.77). Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan harus dapat memberikan dampak positif untuk aspek ekonomi maupun aspek sosial *stakeholders* perusahaan dengan harapan *stakeholders* perusahaan dapat mencapai kesejahteraan. Carroll dalam buku Solihin memaparkan adanya komponen program CSR yang meliputi *economic responsibility*, *legal responsibility*, *ethical responsibility*, dan *discretionary responsibility*. Komponen tersebut harus dapat terpenuhi agar program CSR yang dilakukan dapat memenuhi harapan serta kebutuhan masyarakat (Solihin, 2009, p.21-22).

Untuk mengetahui bagaimana hasil akhir yang telah diperoleh pada sebuah program tentunya membutuhkan evaluasi dari perusahaan. Menurut Putra (1999, p.70), untuk dapat mengetahui program tersebut efektif atau tidaknya terhadap publiknya diperlukan untuk melakukan sebuah evaluasi dari organisasi tersebut. Evaluasi dapat disebut sebagai suatu usaha untuk menentukan sebuah nilai akhir. Relasi perusahaan dengan *stakeholders* dapat dilihat melalui program *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Cutlip, terdapat empat tahapan proses *Public Relations* yang dimulai dari mendefinisikan problem, perencanaan dan pemograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program (Cutlip, Center, & Broom, 2009, p. 320). Program *Corporate Social Responsibility* “Kampung HSSE Pertamina”



merupakan program berkelanjutan yang dilakukan oleh PT. Pertamina (persero). DI dalam pelaksanaan program *Public Relations* perlu adanya evaluasi sebagai tolok ukur keberhasilan program tersebut. Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai evaluasi program *Corporate Social Responsibility* “Kampung HSSE Pertamina” sebagai tolok ukur keberhasilan program tersebut.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Wattimury (2012). Penelitian yang dilakukan sama dengan penelitian ini yaitu mengevaluasi program *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan metode studi kasus. Dalam penelitian ini, hanya berfokus pada pihak internal perusahaan penyelenggara program dan LSM yang merupakan mitra program *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian terdapat perbedaan dengan penelitian ini yang tidak hanya berfokus pada pihak penerima, namun juga kepada masyarakat yang merupakan penerima manfaat dari program *Corporate Social Responsibility*. Penelitian terdahulu lainnya dilakukan oleh Carissa (2016) mengenai evaluasi tahapan program *Corporate Social Responsibility*. Persamaan dengan penelitian ini adalah merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus intrinsic. Namun, penelitian terdahulu ini memfokuskan pada aspek-aspek yang dapat mempengaruhi evaluasi program *Corporate Social Responsibility*, sedangkan dalam penelitian ini akan memfokuskan pada evaluasi tahapan-tahapan proses *Public Relations*.

Berikutnya penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Mega Septianingsih (2018), penelitian ini meneliti mengenai evaluasi program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT. Pertamina (Persero). Namun penelitian terdahulu ini meneliti mengenai program CSR yang berbeda yaitu Pelatihan Olahsan Mangrove di Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut Tahun 2017. Namun penelitian terdahulu ini lebih memfokuskan pada apakah hasil dari program CSR yang telah dilakukan sama dengan persiapan dan perencanaan yang telah dilakukan.

Bagaimana Evaluasi program *Corporate Social Responsibility* “Kampung HSSE Pertamina” PT. Pertamina (persero) ?

Tinjauan Pustaka

Sub Tinjauan Pustaka

Evaluasi Sebagai Proses *Public Relations*

Evaluasi sebuah program merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations*. Menurut Cutlip (2009, p.320) terdapat empat tahapan proses untuk melaksanakan program dan kegiatan *Public Relations*, dimulai dari mendefinisikan problem atau peluang, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi serta mengevaluasi program. Evaluasi sebuah program



merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations*. Dikutip dari jurnal *The strategic value of corporate social responsibility: A relationship management framework for public relations practice* (2009, p.5) menyebutkan bahwa Ledingham dan Bruning (1998) berpendapat “*suggest that the efficacy of public relations programmes be evaluated using five relationship dimension : trust, openness, involvement, investment and commitment*. Yang artinya keberhasilan suatu program *public relations* dievaluasi menggunakan lima dimensi hubungan yaitu kepercayaan, keterbukaan, keterlibatan, investasi, dan komitmen. Menurut Prayogo (2013, p.220) bentuk evaluasi dapat ditentukan berdasarkan pendekatan program CSR yang digunakan. Menurut Lindenmann (1997) evaluasi adalah setiap dan semua penelitian yang dirancang untuk menentukan efektivitas relative sebuah program, kegiatan atau strategi *public relations* dengan mengukur *output* dan *outcome* yang telah ditetapkan (Iriantara, 2004, p.148).

Corporate Social Responsibility

Salah satu aktivitas *public relations* adalah eksternal *public relations*, dimana aktivitas ini ditujukan untuk publik eksternal perusahaan dengan diharapkan dapat menciptakan kedekatan serta kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. Salah satu aktivitas *public relations* adalah program *corporate social responsibility* (Seitel, 2011, p.455). *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial (Situmeang, 2016, p.9). Dalam ISO 26000, *corporate social responsibility* adalah kesediaan sebuah organisasi mempertimbangkan antara sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan untuk bertanggung jawab atas pengambilan keputusan dan lingkungan. Program *corporate social responsibility* dilakukan guna mengedepankan relasi perusahaan dengan *stakeholdernya* dan program ini digunakan sebagai alat untuk membangun relasi (Prayogo, 2013, p.77).

Kusuma (2010) menyatakan, berbeda dengan *charity*, program *Corporate Social Responsibility* berbeda karena bukan sekadar memberikan sumbangan baik uang maupun barang saja. program *Corporate Social Responsibility* ini juga meningkatkan pengetahuan warga. Dengan tujuan berupa peningkatan *skill* atau kemampuan masyarakat agar berdaya secara mandiri khususnya dalam bidang ekonomi (p.11-12). Menurut CSR Forum dalam Wibisono (2007) memberi definisi, “*CSR mean open and transparent business practice that are based on ethical values and respect for employees, communities and environment*” (p.8). Program *corporate social responsibility* tidak selalu menargetkan publik luar, melainkan juga publik internal. Publik internal yang dimaksud adalah pemegang saham, karyawan, keluarga karyawan dan lain sebagainya. Kegiatan *corporate social responsibility* untuk publik internal dilakukan untuk mensejahterakan karyawan dan dapat mencapai perkembangan secara maksimal dalam jangka waktu panjang sehingga tidak mengecewakan para pemegang saham. Sedangkan kegiatan *corporate social responsibility* untuk publik eksternal dilakukan seperti kegiatan sosial yang berbentuk pemberdayaan masyarakat yang dapat meningkatkan ekonomi.



Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata, gambar dan bukan berupa angka-angka. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus intrinsik karena berfokus pada kasus itu sendiri yaitu evaluasi program. Studi kasus intrinsik, fokusnya pada kasus itu sendiri karena kasus tersebut menghadirkan situasi yang tidak biasa atau unik (Creswell, 2015, p.139).

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini adapun subjek penelitian ini yang merupakan *Communication & CSR PT. Pertamina* (persero) serta *HSSE (Health, Safety, Security & Environment) Pertamina Terminal Bahan Bakar Minyak Group* dan objek dari penelitian ini adalah program *Corporate Social Responsibility “Kampung HSSE Pertamina” PT. Pertamina* (persero).

Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moleong, 2002, p.190). Tiga teknik analisis data yang digunakan yaitu penjadohan pola, eksplanasi data dan analisis deret waktu (Yin, 2013, p.34).

Temuan Data

Dalam melakukan evaluasi program *Corporate Social Responsibility “Kampung HSSE Pertamina”*, peneliti memperhatikan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan evaluasi program *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan enam aspek yang perlu diperhatikan adalah persiapan program atau kegiatan, kemungkinan tindak lanjut perluasan atau penghentian program atau kegiatan, kemungkinan melakukan modifikasi program, temuan mengenai dukungan masyarakat kekuatan politik atau kelompok profesi terhadap program atau kegiatan *Corporate Social Responsibility*, temuan tentang hambatan yang berasal dari masyarakat kelompok politik atau profesi terhadap program *Corporate Social Responsibility*, hasil akhir program *Corporate Social Responsibility*.

Persiapan Program atau Kegiatan

Pada tahap persiapan program atau kegiatan *Corporate Social Responsibility “Kampung HSSE Pertamina”*, dari hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti mendapati bahwa selama dalam perencanaan program ini melibatkan semua pihak untuk ikut serta dalam perencanaan program. Keterlibatan seluruh pihak dalam proses perencanaan program tercipta program partisipatif antara



penyelenggara program, penerima manfaat program dan juga mitra yang ikut terlibat dalam program *Corporate Social Responsibility*. Dalam hal persiapan program atau perencanaan program, ketiga informan memberikan pernyataan yang hamper sama yaitu, semua pihak khususnya masyarakat ikut dilibatkan dalam melakukan perencanaan program ini. PT. Pertamina (persero) Bersama dengan fasilitator berdiskusi bersama dengan masyarakat khususnya tokoh masyarakat untuk mengetahui masalah yang ada di masyarakat dan kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh masyarakat sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman program yang dijalankan.

Kemungkinan Tindak Lanjut, Perluasan atau Penghentian Program atau Kegiatan

Pada aspek ini, dari proses wawancara yang telah dilakukan peneliti menemukan bahwa program akan dihentikan di tahun 2021. Kemudian semua pihak yang terlibat dalam program *Corporate Social Responsibility* menyampaikan hal yang sama yaitu mengetahui mengenai adanya penyelesaian program atau *exit program* di tahun 2021 mendatang.

Kemungkinan Melakukan Modifikasi Program

Dalam aspek ini, peneliti menemukan bahwa program *Corporate Social Responsibility* ini telah melakukan modifikasi program. Dengan adanya isu mengenai kebakaran yang terjadi di kampung padat penduduk, PT. Pertamina (persero) menambahkan aspek HSSE yaitu *Health, Safety, Security and Environmental*. Modifikasi yang dilakukan tersebut juga berpengaruh dalam perubahan nama program yang awalnya adalah “Kampung Hijau Pertamina” berubah menjadi “Kampung HSSE Pertamina”. Dalam aspek ini peneliti menemukan bahwa seluruh pihak baik fasilitator maupun masyarakat menyadari akan adanya modifikasi program.

Temuan Tentang Dukungan Masyarakat, Kekuatan Politik atau Kelompok Profesi Terhadap Program atau Kegiatan *Corporate Social Responsibility*

Dalam aspek ini, peneliti menemukan bahwa masyarakat mendukung adanya program *Corporate Social Responsibility*, hal tersebut dibuktikan dengan masyarakat lebih antusias dengan program yang diadakan serta masyarakat aktif untuk meminta program atau kegiatan baru pada pihak PT. Pertamina (persero). Selain dari masyarakat juga terdapat tokoh masyarakat seperti ketua RW mendukung program *Corporate Social Responsibility* sehingga dapat berjalan sesuai dengan perencanaan program.

Temuan Tentang Hambatan Yang Berasal Dari Masyarakat, Kelompok Politik atau Profesi Terhadap Program *Corporate Social Responsibility*

Pada aspek ini, peneliti menemukan bahwa adanya hambatan yang terjadi. Hambatan yang terjadi berasal dari masyarakat. Karena warga yang antusias, menimbulkan kecemburuan antar warga. Dikarenakan adanya perbedaan program



yang diberikan di setiap RT, memunculkan persaingan antar warga ketika adanya lomba antar RT. Kecemburuan ini berujung dengan adanya perusakan fasilitas yang telah diberikan PT. Pertamina (persero).

Hasil Akhir Program *Corporate Social Responsibility*

Melalui hasil wawancara, peneliti mendapatkan bahwa ada beberapa hal yang telah dihasilkan dari program *Corporate Social Responsibility* ini, baik berupa fisik maupun *skill*. Hasil akhir dari program *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan oleh PT. Pertamina (persero) telah meningkatkan perekonomian warga serta telah membuat lingkungan Kampung HSSE Pertamina menjadi asrih dan tertata. Selain itu, masyarakat dapat menjadi mentor untuk kampung lainnya. Saat ini, masyarakat memiliki proteksi resiko terjadinya kebakaran serta sigap tanggap dalam keadaan darurat kebakaran.

Analisis dan Interpretasi

Analisis Mengidentifikasi Problem (atau peluang), Perencanaan dan Pemrograman

PT.Pertamina (persero) dalam mengidentifikasi problem serta melakukan perencanaan dan pemrograman *Corporate Social Responsibility* melakukan *social mapping*. PT. Pertamina (persero) telah turun ke lapangan untuk melihat secara langsung kondisi masyarakat dan sekaligus untuk melihat bagaimana respon masyarakat di RW 04 Jagir, Wonokromo tersebut terhadap program yang akan di berikan PT. Pertamina (persero). Identifikasi kelembagaan dan individu ini dilakukan secara akademik melalui suatu penelitian lapangan, yakni mengumpulkan data secara langsung, menginterpretasikannya dan menetapkan tata hubungan antara satu dengan lain satuan sosial dalam kawasan komunitas yang diteliti (Prayogo,2013). Dari *social mapping* yang dilakukan ditemukan isu mengenai lingkungan.

Namun bukan hanya mengenai isu lingkungan saja, tetapi PT. Pertamina (persero) juga memperhatikan mengenai perekonomian warga setempat. Untuk dapat menyelesaikan isu tersebut, PT. Pertamina mengemas kedalam sebuah program *Corporate Social Responsibility*. Mengenai lingkungan dan ekonomi, perusahaan sadar betul untuk dapat memperhatikan lingkungan di sekitar perusahaan. PT. Pertamina (persero) merupakan perusahaan BUMN yang memiliki kewajiban untuk dapat melakukan upaya dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang no 40 Pasal 75 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan menambah dampak positif lingkungan dalam masyarakat di sekitar perusahaan



Komunikasi dalam program *Corporate Social Responsibility* sangat diperlukan. Komunikasi *Corporate Social Responsibility* yang baik harus transparan, sehingga masyarakat mengetahui program *Corporate Social Responsibility* yang akan dilaksanakan dan yang sudah dilaksanakan, dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan kegiatan yang dilaksanakan merupakan sumber informasi bagi masyarakat dan dapat mendidik (Situmeang, 2016, p.19). Dalam proses perencanaan program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE, masyarakat dilibatkan dalam proses perencanaan program. Dalam langkah ini, PT. Pertamina (persero) mengajak masyarakat untuk melakukan perencanaan program. Tetapi selain untuk perencanaan program, PT. Pertamina juga mengkomunikasikan mengenai program ini kepada masyarakat untuk memberikan pengetahuan tentang seperti apa program yang akan dilaksanakan. Dalam hal ini terciptalah yang dinamakan program partisipatif. Program partisipatif merupakan program yang dirancang Bersama antara perusahaan dan *beneficiaries* atau penerima manfaat program (Wibisono, 2007, p.139). Program partisipatif sangat penting karena perusahaan dapat lebih memahami mengenai permasalahan apa saja yang sedang terjadi di masyarakat sehingga program yang perusahaan berikan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat

Dalam perencanaan program akan dibuat *roadmap* dimana *roadmap* digunakan sebagai acuan implementasi program. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman *Corporate Social Responsibility* yang ada, berdasar *roadmap* yang telah disusun (Wibisono, 2007, p. 123). Program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT. Pertamina (persero) memiliki tujuan atau target yang ingin dicapai sehingga program ini akan dihentikan ketika tujuan atau target tersebut telah tercapai. Salah satu proses perencanaan dan pemrograman adalah melakukan penjadwalan. Penjadwalan adalah menentukan waktu yang diperlukan untuk langkah-langkah aksi dan sasaran (Cutlip, 2009, p.356). Dalam hal ini, PT. Pertamina (persero) telah melakukan penjadwalan dengan menargetkan untuk *exit program* di tahun 2021 mendatang dan semua pihak yang terkebetik mengetahui termasuk warga yang merupakan target sasaran program. Namun dalam hal penghentian program ini tidak sepenuhnya diberhentikan pada tahun 2021, namun dilepas secara perlahan agar masyarakat dapat bersiap untuk tetap mandiri melakukan program yang telah diberikan.

Analisis Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Dalam Langkah setelah mengidentifikasi problem dan melakukan perencanaan dan pemrograman adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi. Dalam program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE PT. Pertamina (persero) memberikan dukungan dalam hal penyediaan fasilitas baik berupa dana untuk pembiayaan pelaksanaan program, sarana-prasarana dan pembinaan. Tetapi dalam program ini, PT. Pertamina (persero) tidak hanya memberikan dana tetapi juga mengupayakan agar masyarakat yang menerima program *Corporate Social Responsibility* akan merasakan betul dampak program dan tidak hanya mengharap dana yang di berikan saja. Perusahaan dalam melakukan praktik CSR cenderung bersifat *charity* yang mengakibatkan masyarakat menjadi sangat tergantung dan manja.



Dalam proses pelaksanaan program, terdapat dukungan yang datang dari berbagai pihak. Sangat penting untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat yang merupakan target sasaran program. Perusahaan memiliki kewajiban dalam memperhatikan *stakeholder* karena *stakeholder* merupakan pihak yang memiliki pengaruh besar dalam berjalannya perusahaan. Di dalam program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE Pertamina ini mendapatkan dukungan dari masyarakat. Hal ini ditunjukkan ketika masyarakat menunjukkan sikap antusias dengan program yang telah diberikan dan juga tidak pernah mendapatkan keluhan dari masyarakat. Sikap antusias ditunjukkan ketika adanya program baru maupun masyarakat menantikan program atau kegiatan baru yang akan di berikan PT. Pertamina (persero).

Selain ada dukungan, terdapat hambatan. Dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* ini tidak terlepas dari *miss* komunikasi. Scott M. Cutlip berpendapat bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2009,p.6). Maka dari itu ketika terjadi *miss* komunikasi, PT. Pertamina (persero) melakukan diskusi dengan pihak yang terlibat agar mencapai sebuah kesepakatan bersama.

Hambatan lainnya yang dihadapi oleh PT. Pertamina (persero) adalah adanya kecemburuan antar warga. Kecemburuan ini muncul karena disetiap RT di RW 04 memiliki program yang tidak sama dan memiliki program unggulan masing-masing. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa walau program *corporate social responsibility* merupakan program positif dapat membuat warga semangat untuk mengikutinya dapat menimbulkan konflik. Kecemburuan antar warga ini berujung pada adanya perusakan fasilitas Maka dari itu pelaksana program harus lebih waspada agar konflik yang timbul dalam masyarakat tidak meluas atau membesar sehingga dapat berpengaruh pada program *corporate social responsibility*.

Adapun 4 peran utama Public Relations, antara lain (Cutlip, Center, & Broom, 2006. p. 45-47) (1) Teknisi Komunikasi, (2) Penasehat Ahli, (3) Fasilitator Komunikasi, dan (4) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah. Peranan praktisi *Public Relations* dalam pemecahan masalah persoalan *Public Relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal 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. Regester & Larkin (2003, p.41), memberikan definisi tentang manajemen isu sebagai alat yang dapat digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola isu-isu yang berkembang, serta merespons isu sebelum menjadi pengetahuan publik. Pada saat muncul suatu isu, Regester & Larkin menyarankan untuk memahami emosi publik. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa PT. Pertamina (persero) telah melakukan manajemen isu untuk menghindari konflik yang lebih besar.



Menurut Prince of Wales International Business Forum dalam Wibisono (2007) mengatakan bahwa terdapat lima pilar CSR yaitu *building human capital, strengthening economies, assesing social cohesion, encouraging good governance* dan *protecting the environment* (p.119). *Assesing Social Cohesion* sendiri merupakan dimana perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak terjadi konflik. Artinya dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*, perusahaan jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial. Namun dalam program Kampung HSSE ini terdapat kecemburuan antar warga sehingga menyebabkan persaingan dan hingga terjadi perusakan fasilitas. Namun dalam hal ini PT. Pertamina (persero) telah melakukan manajemen isu untuk menghindari konflik yang lebih besar lagi.

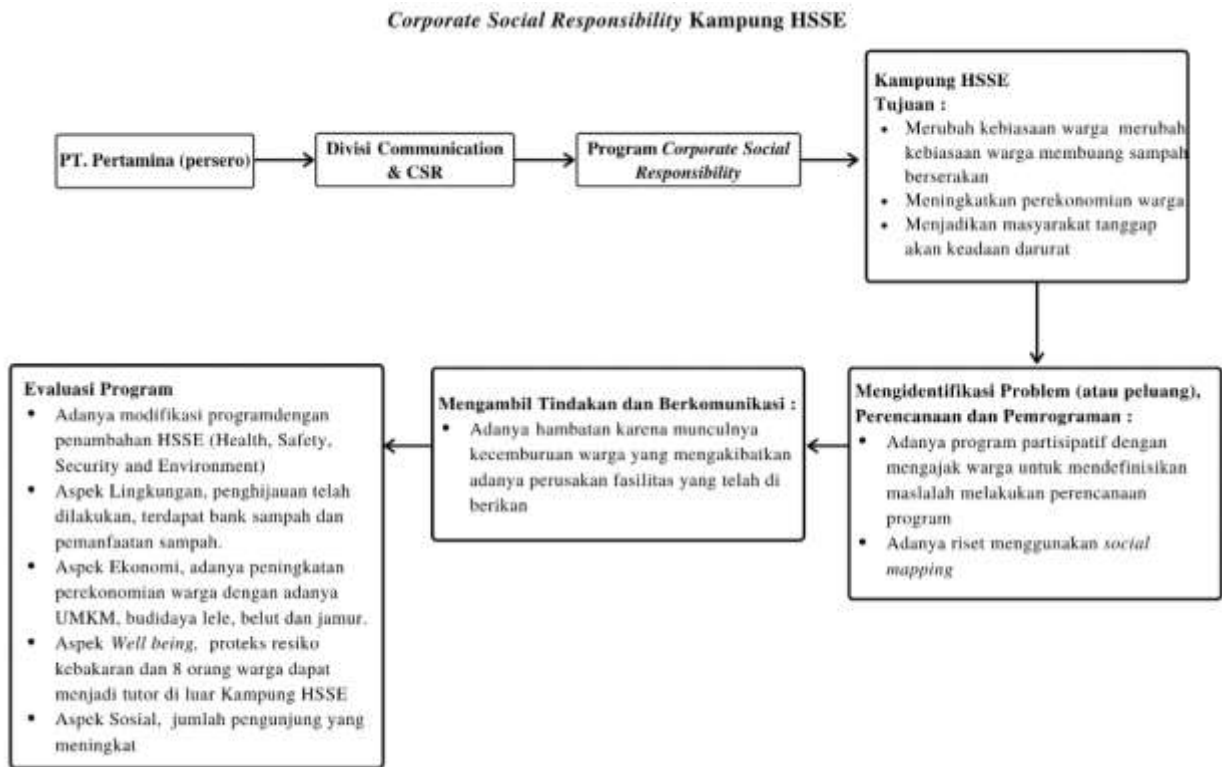
Analisis Evaluasi Program

Dalam program *Corporate Social Responsibility*, salah satu prinsip dasarnya adalah *sustainability*. *Corporate Social Responsibility* tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*) (Situmeang, 2016, p.10). PT. Pertamina (persero) telah melakukan program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE sejak tahun 2010 dan hingga saat ini masih berjalan. Dalam proses pelaksanaannya, PT. Pertamina (persero) telah melakukan modifikasi program dengan menambahkan aspek HSSE dengan melihat isu yang terjadi di sekitar masyarakat yaitu kebakaran di kampung padat penduduk. Modifikasi dilakukan agar menjaga masyarakat serta membuat masyarakat lebih tanggap pada situasi darurat.

Program yang telah berjalan dari tahun 2010 ini telah menghasilkan berbagai perubahan yang terjadi di Kampung HSSE. PT. Pertamina (persero) mengevaluasi program *Corporate Social Responsibility* dengan melihat dalam empat aspek yang telah ditentukan yaitu lingkungan, ekonomi, *well being* dan sosial. Selain dalam proses perencanaan program, dalam evaluasi program, PT. Pertamina (persero) mengajak warga untuk terlibat. Secara keseluruhan PT. Pertamina (persero) telah membentuk citra yang baik karena masyarakat telah merasa terbantu dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina (persero).

Pada tahap persiapan program, PT. Pertamina (persero) melakukan *social mapping* dengan turun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi sehingga mendapatkan informasi mengenai masalah yang terjadi di masyarakat. Pada tahap implementasi program, PT. Pertamina (persero) mendapatkan dukungan dari masyarakat dibuktikan dengan sikap antusiasme masyarakat. Namun dengan sikap antusiasme masyarakat yang tinggi menimbulkan hambatan. Terjadi kecemburuan antar warga karena di setiap RT memiliki program yang berbeda-beda. Kecemburuan antar warga ini mengakibatkan perusakan fasilitas antar warga. Namun dalam hal ini, PT. Pertamina telah dapat menangani hambatan dengan melakukan manajemen isu yang baik sebelum konflik besar terjadi. Pada tahap pengaruh, seluruh masyarakat telah mengetahui program dan ikut aktif dalam setiap program yang diberikan. Selain itu, masyarakat telah merasakan dampak positif terhadap program *Corporate Social Responsibility* Kampung HSSE.





Bagan 1. Alur Program Corporate Social Responsibility Kampung HSSE

Simpulan

Program *Corporate Social Responsibility* “Kampung HSSE Pertamina telah dilakukan dari tahun 2010 hingga 2018. PT. Pertamina berfokus pada dua aspek yaitu lingkungan dan ekonomi. Diawali dengan pembenahan lingkungan, PT. Pertamina (persero) melakukan penghijauan serta pemanfaatan limbah sampah agar menciptakan lingkungan yang bersih dan juga tertata dan ada penghijauan. Lalu dibarengi dengan usaha meningkatkan ekonomi warga setempat, PT. Pertamina (persero) mengadakan kegiatan budidaya lele, belut dan jamur selain budidaya, PT. Pertamina (persero) juga membentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Program ini, mengalami modifikasi program dalam proses implementasinya. Awal pembuatan program ini dinamakan Kampung Hijau berubah menjadi Kampung HSSE. HSSE sendiri merupakan singkatan dari *Health, Safety, Security and Environment*. Modifikasi ini dilakukan karena adanya kejadian kebakaran di daerah Kampung HSSE dan masyarakat tidak dapat mengatasi kondisi tersebut. Maka dari itu PT. Pertamina (persero) melakukan modifikasi agar masyarakat dapat mengatasi situasi dan kondisi kebakaran.

Selama pelaksanaan program ini, masyarakat Kampung HSSE mendukung terlaksananya program *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dibuktikan dengan tidak pernah adanya keluhan dari masyarakat. Akan tetapi dalam proses pelaksanaan program muncul hambatan. Hambatan yang muncul adalah adanya kecemburuan antar warga yang disebabkan program yang diberikan di setiap RT berbeda dan adanya persaingan saat mengikuti perlombaan salah satunya “Surabaya



Green and Clean” . Tetapi kecemburuan antar warga tersebut berdampak buruk pada pelaksanaan program Kampung HSSE ini karena adanya perusakan fasilitas.

Melalui program ini, warga yang awalnya tidak memedulikan lingkungan tempat tinggal mereka menjadi peduli dan melakukan penghijauan Bersama PT. Pertamina (persero). Warga Kampung HSSE saat ini mengalami peningkatan ekonomi dengan adanya program budidaya, dan UMKM. Selain itu warga yang lansia juga menjadi lebih produktif dan memiliki penghasilan. Kemudian warga Kampung HSSE sudah bisa mengedukasi warga kampung lain yang berkunjung maupun kampung yang di datangi.

Daftar Referensi

- Carissa, Ruth. (2016). *Evaluasi program corporate social responsibility “organic intergrated system” PT pembangkitan Jawa-Bali Unit Pembangkitan Paiton*. Surabaya:Universitas Kristen Petra.
- Cutlip, Center, Broom. (2009). *Effective public relations*. Jakarta: Kencana
- Creswell, John. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Pertamina. (9 Juli 2018). Retrieved from <https://www.pertamina.com/id/news-room/energi-news/program-kampung-hsse-untuk-kampung-hijau-pertamina->
- Putra, I Gusti Ngurah. (1999). *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta : Universitas Atmajaya.
- Prayogo, D. (2013). *Socially Responsible Corporation : Peta Masalah, Tanggung Jawab Sosial dan Pembangunan Komunitas pada Industri Tambang dan Migas*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Regester, Michael, Judy Larkin. (2003). *Risk Issues and Crisis Management in Public Relations*. New Delhi: Crest Publishing House.
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat.
- Septianingsih, Mega. (2018). *Evaluasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pertamina (Persero)*. <https://media.neliti.com/media/publications/4303-ID-evaluasi-program-corporate-social-responsibility-dan-community-development-pada.pdf>
- Seitel, F. P. (2011). *The Practice of Public Relation: Eleventh Edition*. New Jersey:Pearson Education, Inc
- Situmeang, I. (2016). *Corporate Social Responsibility Dipandang Dari Perspektf Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta:Ekuilibria.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan aplikasi corporate social responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.
- Wattimury, H. (2012). *Evaluasi Program CSR Anjungan Baca Pertamina PT Pertamina (persero) di RSUD Dr. Soetomo Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristem Petra (Skripsi: Tidak dipublikasikan)
- Yin, Robert K. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.



