BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Setiap perusahaan dituntut untuk mampu menjalankan kegiatan bisnisnya dengan baik sesuai yang telah direncanakan. Kegiatan bisnis yang dijalankan perusahaan menghasilkan sesuatu yang bernilai untuk ditawarkan kepada masyarakat agar mendapat keuntungan. Beberapa macam produk yang dihasilkan sebuah perusahaan harus mengutamakan kualitas yang baik. Sesuai dengan target konsumen yang diinginkan.

PT Pamapersada Nusantara (PAMA) tidak pernah terlepas dari kegiatan interaksi dengan publik-publiknya, oleh karenanya penting bagi perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan segenap publik melalui citra. Sebuah perusahaan akan dipandang baik atau buruknya anggapan publik terhadap perusahaan itu sendiri. Memiliki citra yang baik dari publik menjadi hal penting dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Citra berkaitan dengan gambaran sebuah perusahaan yang dirasakan oleh segenap publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternalnya (PT Pamapersada Nusantara: CSR:7) Hubungan antara perusahaan dengan publiknya ditentukan dengan bagaimana perusahaan mampu mengolah komunikasi dengan baik dan tidak kalah penting komunikasi yang berkelanjutan. Pengolahan komunikasi tersebut dimaksudkan agar umpan balik yang diharapkan oleh perusahaan dari publiknya akan tercapai. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada mereka, agar apa yang kita ingin sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai (Widjaja (2012:10).

Seiring perkembangan teknologi yang begitu cepat, menuntut perusahaan harus mampu mengolah informasi tersebut dengan baik guna mengetahui informasi apa saja yang bermanfaat bagi perusahaan baik informasi bagi publik internal maupun eksternal perusahaan. Pentingnya komunikasi di dalam sebuah perusahaan perlu dikelola secara profesional dalam sebuah bagian khusus di dalam perusahaan yang disebut humas.

Humas di sebuah perusahaan berperan menjaga hubungan baik dengan publiknya baik dalam maupun keluar secara berkelanjutan. Inti tugas Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana akrab saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik (Suhandang:2012:73).

Pentingnya menjaga komunikasi yang harmonis dengan publik internal dan eksternal perlu dilakukan dengan strategi komunikasi yang baik. Para praktisi humas perlu menjalankan konsep-konsep manajemen seperti melakukan perencanaan, melakukan persiapan, dan melakukan aksi, komunikasi dan evaluasi. Hal-hal tersebut inilah yang perlu diterapkan dengan baik karena kegiatan humas kedalam perusahaan diperlukan untuk memupuk adanya suasana yang menyenangkan di antara para karyawan, komunikasi antara bawahan dan pimpinan atau atasan terjalin dengan akrab dan tidak kaku, serta meyakini rasa tanggung jawab akan kewajibannya terhadap perusahaan. Sedangkan kegiatan humas dengan publik di luar perusahaan tersebut merupakan suatu keharusan yang mutlak karena pada dasarnya di dalam masyarakat modern tidak mungkin bagi seorang insan atau suatu badan bisa hidup sendiri tanpa adanya interaksi dengan orang lain.

Keberadaan sebuah perusahaan mutlak membutuhkan citra yang baik dari masyarakatnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian dari kegiatan humas yang bertujuan untuk membangun hubungan dengan masyarakat di luar perusahaan. Beberapa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PAMA Tanjung Enim sebagai salah satu perusahaan pertambangan antara lain, kunjungan berbagi ilmu ke sekolah SD, SMP, SMA, memberikan bingkisan untuk siswa berprestasi, kunjungan ke Panti Asuhan, kunjungan ke Pondok Pesantren, sumbangan untuk korban bencana alam, bantuan dana untuk kegiatan usaha kecil.

Kehadiran CSR humas di dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan perannya untuk menjaga hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat, menjaga hubungan ini tentu memerlukan usaha-usaha nyata dari pihak perusahaan

melalui humasnya. Selain CSR memerankan peranannya ke dalam perusahaan guna memupuk suasana harmonis antar karyawan, antar atasan dengan bawahan maupun sebaliknya, dan publik-publik internal lainnya untuk menjaga atau meningkatkan kinerja yang akan berpengaruh baik terhadap perusahaan.

PAMA merupakan anak dari PT *United Tractors* yang merupakan bagian dari Divisi AHEME (*Astra Heavy Equipment, Mining and Energy*) di PT Astra Internasional yang bergerak di bidang pertambangan batubara. PAMA memiliki 14 distrik antara lain 13 di Kalimantan dan 1 berada di Tanjung Enim Sumatera Selatan dibawah Ijin Usaha Penambangan PT Bukit Asam. PT PAMA terdiri dari beberapa distrik yaitu: Adaro, Asmi, Aria, BCSK, KCMB, TOPB, Kide, TCMM, Indo, KPC, Baya, ABKL, dan MTBU (Tanjung Enim). PAMA berdiri pada tahun 1993. Kantor pusat berada di Jalan Rawa Gelam I No 9 Kawasan Industri Pulogadung Jakarta. Pentingnya pandangan publik eksternal perlu dikelola dengan baik oleh PAMA melalui kegiatan-kegiatan di divisi bagian humasnya.

Berbagai kegiatan guna menjaga hubungan harmonis dengan publiknya menjadi hal penting yang diperhatikan oleh pihak PAMA melalui bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan kehumasan yang dilakukan humas seperti mengelola *Corporate Image*, mengelola hubungan media ekternal, memediasi komunikasi intern, memberikan santunan dan bantuan ke Panti Asuhan, Pondok Pesantren, dan Sekolah-Sekolah lainnya, dan kegiatan sosial membantu korban bencana alam.

Terkait dengan kegiatan untuk menjaga hubungan baik PAMA dengan masyarakat. PAMA turut berpartisipasi dalam kegiatan berbagai lembaga pendidikan antara lain dalam acara Seminar, Dies Natalis Polsri, Bujang Gadis Polsri, Pengajian UKM Karisma Polsri yang diadakan di Pondok Pesantren, Kegiatan Pramuka Unsri, Ulang Tahun Unsri, Porseni Polsri.

Kegiatan yang lain diselenggarakan oleh PAMA antara lain buka puasa bersama di Panti Asuhan dan Pondok Pesantren, bingkisan lebaran, hewan kurban Idul Adha, *Family Gathering* (acara yang diselenggarakan pada saat perayaan Tahun Baru), kunjungan mengajar ke Sekolah SD, SMP, SMA, penanaman pohon, sumbangan posyandu dan gizi balita, donor darah, sumbangan

korban bencana alam, dan Hari Kemerdekaan 17 Agustus. Hal tersebut dapat dilaksanakan dengan maksud hubungan masyarakat mempunyai persepsi baik terhadap PAMA karena turut serta dan peduli terhadap masyarakat sekitar kegiatan operasionalnya.

Program CSR seperti yang sudah dilaksanakan diatas rencana kegiatannya sudah harus mulai disusun pada bulan Oktober tahun berjalan untuk dilaksanakan pada tahun berikutnya. Dalam menyusun rencana kegiatan tahunan CSR PAMA meminta masukan dari CSR PT Bukit Asam agar program yang dilaksanakan selalu sejalan, tidak tumpang tindih dan sesuai dengan rencana bersama. Pada dasarnya kegiatan yang dilaksanakan oleh PAMA masuk dalam agenda kegiatan CSR PT Bukit Asam yang nantinya akan dilaporkan sebagai laporan kegiatan bersama kepada para *stakeholder*. Dalam menyusun rencana kegiatan PAMA mempertimbangkan :

a. Rencana induk kegiatan CSR Kantor Pusat PAMA
b. Rencana kegiatan CSR PT Bukit Asam
c. Evaluasi pelaksanaan program tahun sebelumnya
d. Hasil survey kebutuhan masyarakat sekitar

Meskipun rencana kegiatan sudah disusun bersama ada saja kendala yang dihadapi sehingga beberapa program tidak berjalan sesuai waktu atau program batal dilaksanakan, hal ini dikarenakan :

a. Ada kegiatan lain yang lebih prioritas.
b. Anggaran untuk kegiatan tersebut terpakai untuk kegiatan lain
c. Adanya program unggulan dari Kantor Pusat PAMA yang tidak masuk rencana tahunan
d. Kegiatan tersebut sudah dilaksanakan oleh PT Bukit Asam atau instansi pemerintah.
e. Adanya permintaan atau masukan program dari masyarakat

Program kegiatan yang batal atau mundur pelaksanaannya akan menjadi evalusi untuk menyusun rencana kegiatan tahun berikutnya, Kepala Seksi CSR wajib membuatkan laporan apa yang menyebabkan program mundur pelaksanaannya atau batal dilaksanakan dan menyusun langkah perbaikan agar

program berikutnya menjadi lebih baik. Semua program kegiatan CSR dilaksanakan dalam rangka kewajibatan perusahaan untuk membina, membantu dan memfasilitasi masyarakat sekitar agar selalu sejahtera seiring dengan kegiatan bisnis perusahaan dalam rangka mewujudkan *"Harmony with Community"* sehingga masyarakat sekitar merasakan manfaat positif keberadaan perusahaan di lingkungannya. Apa bila semua sudah berjalan dengan harmonis perusahaan melaksanakan tanggung jawab CSR dengan baik maka akan meningkatkan citra baik pada perusahaan yang pada gilirannya akan berdampak baik pula bagi kelangsungan bisnis perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meninjau dan meneliti lebih jauh mengenai kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh humas PAMA Tanjung Enim melalui program ekonomi masyarakat dalam membangun citra bagi perusahaan dengan semua penjelasan yang telah dikemukakan penulis, maka penulis akan memilih judul "PERANAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA PT PAMAPERSADA NUSANTARA TANJUNG ENIM".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas mengenai Program CSR, maka dirumuskan pokok permasalahan laporan akhir adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan program CSR PAMA dalam membangun citra perusahaan ?.
2. Apakah kegiatan program CSR PAMA memberikan peran aktif dalam membangun citra perusahaan ?.

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan didalam laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang telah ditentukan, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya tentang peranan CSR dalam membangun Citra Perusahaan di PAMA.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui

1. Bagaimana kegiatan program CSR PAMA dalam membangun citra perusahaan di lingkungan masyarakat Tanjung Enim ?.
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berperan membangun citra perusahaan di PAMA Tanjung Enim ?.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik kepada perusahaan maupun kepada pihak lain. Khususnya dunia pendidikan Politeknik Negeri Sriwijaya.

Peranan CSR dapat membangun citra perusahaan pada PAMA Tanjung Enim.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah di bagian CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada PAMA Tanjung Enim.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Pembagian data menurut cara memperolehnya terbagi menjadi dua menurut Yusi dan Idris (2009:103) yaitu:

1. Data Primer

   Data Primer yang dilakukan oleh penulis dengan cara mengumpulkan data-data langsung dari CSR *Officer* PAMA MTBU Tanjung Enim.

2. Data Sekunder

   Penulis mendapatkan data secara tidak langsung dari objek penelitian. Contohnya: Penulis mendapatkan data dari berbagai sumber misalnya Internet, Buku, Majalah CSR, dan sebagainya .

1.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Riset Lapangan dengan melakukan wawancara

   Yaitu riset yang dilakukan dengan memperoleh data langsung dari PAMA agar penulis dapat gambaran tentang keadaan yang sebenarnya dengan menggunakan wawancara (*interview*). Teknik ini pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung mengenai kegiatan CSR di PAMA.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

   Yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari dan mengumpulkan data dari buku yang berhubungan dengan program CSR di PAMA.

1.5.4. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini Metode Kualitatif Deskriptif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar dari perusahaan dan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga dapat dianalisa dan diambil kesimpulan yang dapat dijadikan masukan di dalam memecahkan masalah.