

## **JURNAL**

### **CSR PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya**

**(Proses Public Relation Pertamina MOR V Surabaya dengan *Stakeholders*  
dalam Pengelolaan CSR Pertamina Hijau di Kawasan Ekowisata Hutan  
Mangrove Wonorejo Surabaya 2016)**



Oleh :

Maria Sylvia A.D.A

D0212067

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**  
*commit to user*  
**2016**

**CSR PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya  
(Proses Public Relation Pertamina MOR V Surabaya dengan *Stakeholders*  
dalam Pengelolaan CSR Pertamina Hijau di Kawasan Ekowisata Hutan  
Mangrove Wonorejo Surabaya 2016)**

**Maria Sylvia Agustina Dwi Afrianti**

**Sofiah**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

***Abstract***

*Most of the environmental damage in Indonesia until reaching 70% caused by mining activities. Therefore, companies with these activities have the duty of social responsibility in the form of CSR programs, one of which PT Pertamina. One of the Pertamina CSR program is "Pertamina Green" held in Mangrove Ecosystem Wonorejo Surabaya. Thus this study aims to determine how the process of communication that occurs between Pertamina MOR V with stakeholders during the process of managing CSR.*

*This research was conducted at the Mangrove Forest Ecotourism Region Wonorejo Surabaya, the location of implementation of CSR programs "Pertamina Green 100 Million Trees". The research methodology used is descriptive qualitative. The data collection technique used is observation, interviews with sources both from Pertamina to stakeholders, and literature. Samples were taken using purposive sampling method. As for the analysis of data, researchers used three stages of data reduction, data presentation and summary of the data in the form of a final conclusion.*

*This study concluded that: (1) In the management of CSR 100 Million Trees program, Pertamina PR team to stage the planning based on the results of the fact finding. And the planning stage, the system used is top down. (2) PT Pertamina participate fully in communicating and act stage with the help of the community and stakeholders as the executive assistant. (3) While in the evaluation stage, the process is implemented internally by Pertamina CSR implementation team to evaluate the results of the report of the companion program implementers.*

**Keywords:** CSR, Communication Process, Pertamina, Stakeholders

## Pendahuluan

Bagi perusahaan besar, CSR menjadi program wajib yang harus dilaksanakan. Di Indonesia, pelaksanaan CSR pada perusahaan pun sudah diatur dalam UU No. 40/2007 – tentang perseroan terbatas, dimana CSR wajib dilaksanakan oleh perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan sumber daya alam<sup>1</sup>. UU tersebut berisi bahwa perseroan yang kegiatannya berhubungan dengan sumber daya alam memiliki kewajiban berupa tanggung jawab sosial dan lingkungan, sedangkan bagi perseroan yang tidak melaksanakannya akan dikenai sanksi yang sesuai.

Seharusnya pelaksanaan CSR dengan komitmennya harus mampu untuk meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan yang bermanfaat, baik untuk perusahaan sendiri maupun masyarakat sekitar. Faktanya, penggunaan lahan oleh PT Freeport Indonesia hanya diganti berupa mie instant dan kampak serta dana sosial melalui Yayasan Hak Asasi Manusia Anti Kekerasan (YAMAHAK) sebesar Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) per tahunnya<sup>2</sup>. Hanya beberapa bagian warga saja yang mampu meningkat kualitas kehidupannya dengan bekerja di PT Freeport Indonesia, sedangkan warga suku pedalaman lainnya harus terus tergusur tempat tinggalnya karena aktivitas pertambangan. Fakta-fakta seperti contoh tersebut ditangkap oleh PT Pertamina sebagai perusahaan lokomotif perekonomian bangsa yang juga merupakan perusahaan milik Negara. PT Pertamina bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. Pengalaman selama kurang lebih 55 tahun dalam bidangnya membuat Pertamina mampu menjalankan bisnisnya secara profesional dan menguasai teknis mulai dari hilir sampai hulu. Dengan memanfaatkan sumber daya alam, Pertamina menyediakan sumber energi baru dan terbarukan.

---

<sup>1</sup> Reza Rahman. (2009). *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Media Pressindo, Yogyakarta, hal 108.

<sup>2</sup> Bahrudin. (2016). *CSR Freeport Model Baru Pelecehan terhadap Rakyat Papua*. Diakses dari [http://m.kompasiana.com/arki.papua./csr-freeport-model-baru-pelecehan-terhadap-rakyat-papua\\_55292a7bf17e61a4448b459d](http://m.kompasiana.com/arki.papua./csr-freeport-model-baru-pelecehan-terhadap-rakyat-papua_55292a7bf17e61a4448b459d) pada tanggal 23 Agustus 2016 pukul 00.27 WIB.

Sebagai perusahaan perseroan dengan skala besar, Pertamina memiliki visi dan misi dalam menjalankan aktivitasnya. Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia. Sedangkan untuk misi perusahaan adalah menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat. Untuk mewujudkan visi serta misi perusahaan tersebut, Pertamina mengadakan program CSR dalam berbagai bidang.

Pertamina Hijau merupakan program CSR yang bergerak di bidang lingkungan dengan dua kegiatan utamanya yaitu menabung 100 juta pohon dan keanekaragaman hayati. Pelaksanaan program ini adalah bentuk kepedulian serta tanggung jawab Pertamina atas dampak operasinya dalam penggunaan sumber daya alam. Program ini berjalan sejak tahun 2010, dimana Pertamina mulai berkontribusi dalam pelestarian konservasi Hutan Mangrove di Wonorejo. Fenomena kegiatan CSR yang dilakukan PT Pertamina (persero) MOR V Surabaya melalui program CSR *Pertamina Hijau Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo* ini menarik untuk diteliti melalui proses public relations yang dilakukan perusahaan sebagai terhadap stakeholders untuk mencapai satu tujuan yang sama.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana proses public relations yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dalam pengelolaan program CSR Pertamina Hijau Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo di kota Surabaya tahun 2016?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui proses public relations yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dalam pengelolaan program CSR Pertamina Hijau Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo di kota Surabaya tahun 2016.

## Tinjauan Pustaka

### 1. CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan

Perusahaan harus melihat dengan jeli, apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh stakeholder dan cocok/sesuai dengan tujuan perusahaan, maka perusahaan harus memenuhinya dalam bentuk program CSR. Dalam pelaksanaan, perusahaan harus mampu melaksanakan dengan maksimal. Biaya pelaksanaan program CSR cukup besar, sehingga perusahaan harus mampu mengatur keuangan sedemikian rupa agar aktivitas utama perusahaan dalam ekonomi tidak terganggu, namun tanggung jawab sosial perusahaan tetap berjalan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan ternyata saling memiliki keterkaitan dengan lingkungan, sosial dan perusahaan. Keterkaitan tersebut dikenal dengan sebutan “The Triple Bottom Line” yang disampaikan oleh John Elkington (1997)<sup>3</sup>. Konsep tersebut terdiri atas tiga bagian yang saling berkaitan, yaitu sosial, lingkungan dan ekonomi atau profit perusahaan. Meskipun perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, namun perusahaan tetap mampu menjaga keseimbangan antara lingkungan dan profit perusahaan.

Dalam pelaksanaan program CSR oleh perusahaan, peran PR menjadi bagian yang penting. PR sendiri memiliki dua sudut pandang dalam kaitannya dengan program CSR perusahaan, pertama, CSR bukan menjadi bagian dari aktivitas PR dan yang kedua adalah PR berperan sebagai komunikator hingga eksekutor dalam pelaksanaan program CSR<sup>4</sup>. Peran PR yang kedua, menuntut PR mampu melakukan manajemen program melalui empat proses berikut ini sebagai pegangan dalam pelaksanaan program dalam ranah PR<sup>5</sup> :

- Fact Finding

---

<sup>3</sup> Hadi, Nor. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm. 56.

<sup>4</sup> Rusdianto, Ujang. (2013). *CSR communication A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

<sup>5</sup> Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasinya*. Rajawali Pers.



Penelitian ini bertujuan untuk menentukan aksi serta kebijaksanaan atas suatu program. Dengan mengumpulkan fakta, data, laporan dan informasi akan memudahkan untuk menentukan aksi serta kebijakan untuk pelaksanaan program.

- Planning

Tahap ini adalah dimana PR menentukan program kerja yang disusun sesuai dengan kepentingan perusahaan dan stakeholders atau tidak. Menyusun masalah dan memikirkan bagaimana masalah tersebut diatasi melalui program, disusunlah strategi dan membuat keputusan untuk pelaksanaan program.

- Communicating and Act

Komunikasi dalam proses pelaksanaan tidak bisa diabaikan dan penting dilaksanakan. Komunikasi dilakukan agar aksi dapat terjangkau dengan baik dan PR harus mampu mengkomunikasikan tentang pelaksanaan program mereka agar public mendukung pelaksanaan program tersebut.

- Evaluating

Tahap ini yang menentukan apakah program sudah terlaksana dengan baik atau perlu ada program lanjutan. PR harus teliti dalam menilai pelaksanaan program karena evaluasi memiliki tujuan untuk melihat apakah program yang telah dilaksanakan berjalan efektif atau tidak.

## 2. Proses komunikasi dalam pelaksanaan CSR.

Komunikasi CSR adalah salah satu cara penyampaian kepada masyarakat mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi kelompok khusus. Selain penyampaian informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan, komunikasi CSR juga berhubungan dengan citra positif. Komunikasi CSR ini diharapkan mampu membangun kesadaran, komitmen, melindungi hingga meningkatkan mutu produk perusahaan melalui *stakeholder*. Tanpa adanya proses komunikasi dalam pelaksanaan CSR maka tidak ada proses timbal balik antara perusahaan dengan stakeholder.

Model komunikasi dengan formula Laswell menjelaskan bahwa peran media memberikan dampak bagi komunikasi. Dalam formula Laswell pun

ditegaskan bahwa peran komunikator memberikan pengaruh yang besar terhadap komunikan, sedangkan komunikan tidak hanya menerima informasi secara pasif, namun harus mampu merespon dengan memberikan umpan balik kepada komunikator<sup>6</sup>. Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan CSR. Bila dijabarkan, maka terdapat proses komunikasi yang berlangsung, dimana terdapat elemen-elemen khusus sebagai berikut<sup>7</sup> :

1. Who : Komunikator
2. What : Pesan.
3. Channel : Saluran/media  
Media yang digunakan yaitu media umum, massa, khusus dan internal.
4. Whom : Komunikan
5. With what effect : Efek dan Dampak

### **3. Stakeholder sebagai bagian dalam pelaksanaan CSR.**

Pelaksanaan CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan tak lepas dari keterkaitan dengan stakeholders. Dukungan stakeholders merupakan salah satu upaya peningkatan ekonomi serta sosial perusahaan. Stakeholders merupakan pihak internal maupun eksternal perusahaan yang bersifat mempengaruhi atau dipengaruhi secara langsung atau tak langsung oleh perusahaan<sup>8</sup>.

Dalam pelaksanaan CSR, stakeholders terbagi atas lima jenis menurut Kasali Rheinald<sup>9</sup>, yaitu :

1. Stakeholder internal dan eksternal.
2. Stakeholder primer, sekunder dan marjinal.
3. Stakeholder tradisional dan masa depan.
4. Prononents, opponents dan uncommitted.
5. Silent majority dan Vocal minority.

<sup>6</sup> Butterick, Keith. (2013). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.

<sup>7</sup> Miftah, M. (2012). Jurnal : Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran. *BPM Semarang-Pustekom-Depdiknas*.

<sup>8</sup> Nor Hadi. *Op.cit.*, Hlm. 93.

<sup>9</sup> *Ibid.*, Hlm. 104.

Harapannya pelaksanaan program CSR memberikan dampak yang positif terutama bagi masyarakat. Sehingga perusahaan harus lebih hati-hati dalam pelaksanaannya. Bila terjadi salah langkah, maka akibat yang akan diterima adalah pelaksanaan program CSR akan menjadi negatif dan akan berpengaruh buruk bagi perusahaan.

Oleh karenanya, tanggung jawab bagi seorang PR juga sebagai pelaksana program CSR perusahaan agar mampu membentuk dampak positif bagi masyarakat. Dampak positif akan tampak apabila masyarakat mendukung aktivitas perusahaan dan berkembang ke arah yang lebih positif. Harapannya, setelah pelaksanaan program CSR, masyarakat bisa berkembang secara mandiri jauh lebih baik dari sebelum adanya pelaksanaan program CSR.

### **Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan analisis data yang cermat terhadap suatu fenomena sosial tertentu. Lokasi dalam penelitian ini adalah PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya yang beralamat di Jl. Jagir Wonokromo No.88, Surabaya dan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo Surabaya. Dan jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu wawancara narasumber dari pihak terkait dan data sekunder yaitu sebagai pelengkap seperti jurnal, arsip, buku atau pun website.

Metode pengumpulan data yang digunakan melewati beberapa tahap, yaitu observasi, wawancara dan studi pustaka. Dan teknik sampling yang digunakan peneliti adalah purposive sampling, yaitu dengan pengambilan sample sumber data sesuai pertimbangan tertentu, dimana sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan. Sedangkan untuk analisis data, melewati tiga tahap, yaitu pengolahan data, penyajian data dan ringkasan data.



## Penyajian dan Analisis Data

### A. Latar Belakang Program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo

Program 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo merupakan program untuk mencegah abrasi, kemunduran garis pantai di wilayah pesisir Pantai Utara Surabaya dan kepedulian terhadap ekosistem Hutan Mangrove, yang mana luas kawasan Hutan Mangrove mengalami penurunan drastis. Penanaman 100 juta pohon ini sendiri sejalan dengan program pemerintah yaitu penanaman 1 milyar pohon, dimana Pertamina ambil bagian didalamnya yaitu menanam 100 juta pohon di seluruh wilayah operasi Pertamina dari Sabang hingga Merauke, salah satunya di Surabaya. Di kawasan Ekowisata Wonorejo sendiri total kurang lebih sudah tertanam 10.000 pohon Mangrove sampai dengan tahun 2015.

### B. Fact Finding Program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo

Pendamping pelaksana membantu pihak Pertamina dalam proses ini dengan mengumpulkan data serta informasi berkaitan dengan program yang akan dilaksanakan. Untuk wilayah Pantai Timur Surabaya yang membutuhkan program penanaman adalah kawasan Wonorejo. Menurut data yang didapat pada tahun 2010, Wonorejo memiliki jumlah ekosistem Mangrove rusak terbesar kedua setelah Keputih. Selain itu, kawasan Mangrove pun sempat tereduksi dikarenakan lahan yang ada dirubah menjadi kawasan perumahan pada tahun 1980-an<sup>10</sup>. Selain untuk perumahan, lahan yang tersedia untuk Mangrove pun digunakan warga sebagai lahan tambak.

Tahap *fact finding* merupakan tahap awal yang penting dalam program, dimana dengan data yang didapatkan dari tahap ini, akan menentukan

---

<sup>10</sup> Kurnia, Latifha Kunen. (2015). Transparansi, Partisipasi dan Akuntabilitas dalam Kemitraan Pengelolaan Kawasan Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya antara Pemerintah, Sektor Swasta dan Masyarakat Sipil. *Kebijakan dan Manajemen Publik* ISSN 2303 - 341X Volume 3, Nomor 2.

keberlangsungan tahap berikutnya. Pada tahap ini stakeholder yang berperan adalah pendamping pelaksana. Keterlibatan pendamping pelaksana dalam mengumpulkan data dan informasi membuat pendamping pelaksana masuk dalam kategori stakeholder *vocal minority*. Dukungan diberikan secara aktif dalam bentuk aktivitas pengumpulan data.

Dalam tahap ini peran komunikator utama di pegang oleh pendamping pelaksana. Pesan yang disampaikan dalam tahap ini berupa data-data dan informasi seputar program CSR yang akan dilaksanakan di Wonorejo. Sedangkan Pertamina menjadi komunikan, menerima pesan yang disampaikan oleh pendamping pelaksana melalui media umum, yaitu pengiriman file atau berkas.

#### C. Perencanaan (*Planning*) Program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo

Dalam proses perencanaan program ini stakeholders yang berperan adalah masyarakat dan pendamping pelaksana (LSM). Masyarakat menjadi salah satu bagian dari perencanaan program. Meskipun masyarakat tidak terlibat secara maksimal dalam perencanaan. Peran masyarakat disini menyampaikan bantuan apa yang mereka butuhkan. Tak hanya pihak masyarakat yang ambil bagian dalam perencanaan program, namun juga ada pihak dinas terkait, yaitu Dinas Perhutani (sebagai penyedia bibit Mangrove), Dinas Kehutanan, Dinas Pertamanan, Dinas Tata Kota, Dinas Kebersihan dan Dinas PU. Dimana dinas tersebut turut hadir dalam proses perencanaan untuk mengetahui bahwa Pertamina sedang merencanakan program CSR lingkungan di wilayah Wonorejo.

Pejabat pemerintahan setempat pun juga turut ambil bagian dalam perencanaan, seperti perwakilan tokoh masyarakat dan juga perwakilan dari pihak kelurahan serta kecamatan. Untuk penyusunan program sendiri, ada perbedaan dalam hasil penelitian dengan narasumber. Program CSR Pertamina 100 Juta Pohon yang dilaksanakan salah satunya di Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo ini disampaikan oleh pihak pendamping pelaksana bahwa program tersebut diajukan oleh pihak pendamping

pelaksana ke pihak Pertamina sebagai pemberi bantuan dalam program tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Wiwien dari pihak pendamping pelaksana dalam hasil wawancara dengan peneliti (15/06/2016):

“Kalau untuk sebelum, kami laporan dalam bentuk proposal mbak. Setelah ada persetujuan antara kami dan perusahaan, baru programnya bisa terlaksana. Meskipun kami sudah lama bekerja sama dengan Pertamina, tapi disetiap pelaksanaan program kami mengajukan proposal ke Pertamina sebagai vendor kami.”<sup>11</sup>

Sedangkan menurut hasil penelitian dengan Ahad Rahedi, program yang dilaksanakan adalah program dari pihak Pertamina. Dimana program tersebut dilaksanakan dalam rangka pertanggungjawaban Pertamina terhadap lingkungan dalam bentuk program CSR dibantu oleh pihak pendamping pelaksana.

Stakeholders yang terlibat di dalam proses perencanaan program ada dua, yaitu masyarakat dan pendamping pelaksana. Dimana keduanya terlibat dalam pembuatan proposal program. Keduanya adalah stakeholders eksternal, yaitu berada di luar lingkup perusahaan. Menurut Kasali Rheinald<sup>12</sup>, masyarakat dalam proses perencanaan ini termasuk dalam jenis stakeholder prononents. Karena masyarakat memberikan dukungan dan keberpihakan terhadap perusahaan. Meskipun perannya yang kurang aktif dalam proses perencanaan, namun dukungan masyarakat dalam program ini ditunjukkan dengan kesediaan masyarakat dalam menerima program CSR ini di wilayah tempat tinggal mereka. Sedangkan untuk pihak pendamping pelaksana, mereka termasuk dalam jenis stakeholder opponents, dimana pendamping pelaksana merupakan pihak yang netral. Karena pihak pendamping pelaksana berperan sebagai penghubung antara pihak perusahaan dengan masyarakat.

Peran komunikator dalam proses perencanaan di pegang oleh Pertamina dan masyarakat. Karena keduanya sama-sama menyampaikan pesan. Namun komunikator utama ada pada pihak Pertamina, sebagai empunya program.

<sup>11</sup> Kutipan Wawancara Peneliti dengan Ibu Wiwin selaku pendamping pelaksana (15/06/2016)

<sup>12</sup> Nor Hadi. *Op.cit.*, Hlm.104.

Peran komunikasi dalam proses perencanaan program ini dipegang oleh perusahaan dan masyarakat. Namun seperti yang sudah disampaikan di atas, komunikator utama dipegang oleh Pertamina, maka komunikasi utama adalah masyarakat. Proses perencanaan yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya sendiri menggunakan pendekatan *top down*, dimana perencanaan dilaksanakan oleh pihak perusahaan sebagai pemilik ide atau gagasan awal dan peran perusahaan lebih dominan dalam mengatur pelaksanaan program dari perencanaan hingga evaluasi sedangkan peran masyarakat tidak banyak terlibat.

D. Pelaksanaan (*Communication and Act*) Program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo

Pelaksanaannya sendiri melibatkan banyak pihak baik internal perusahaan maupun eksternal. Selain pihak internal, yaitu Pertamina, ada beberapa pihak eksternal yang turut terlibat antara lain pejabat setempat (Lurah, RT, RW), pendamping pelaksana, dinas terkait, perwakilan mahasiswa, masyarakat sekitar dan rekan media. Perwakilan mahasiswa di sini salah satu contohnya adalah dari ITS yang turut terlibat dalam penanaman bibit Mangrove 2012 lalu, dimana mereka adalah perwakilan para mahasiswa yang menerima beasiswa dari Pertamina<sup>13</sup>. Rekan media turut hadir untuk ikut menanam langsung bibit Mangrove dan meliput keberlangsungan kegiatan, dimana sebelum atau sesudah kegiatan berlangsung, rekan media diberikan press release seputar kegiatan yang sedang dilaksanakan pada hari tersebut.

Disamping rekan media, ada tiga stakeholders utama dalam proses pelaksanaan program CSR ini, yaitu masyarakat, pendamping pelaksana dan Dinas Pertanian. Masyarakat dan pendamping pelaksana ikut serta dalam penanaman bibit sedangkan Dinas Pertanian sebagai penyedia bibit ketika pelaksanaan program. Para peserta diberikan masing-masing satu bibit

---

<sup>13</sup> Institut Teknologi Sepuluh Nopember. (2012). *Bersama Pertamina, ITS Turut Tanam 1000 Pohon*. Diakses dari <http://old.its.ac.id/berita.php?nomer=10277> pada tanggal 23 Agustus 2016 pukul 00.14 WIB.

Mangrove yang sudah disediakan oleh Dinas Pertanian, kemudian ditanaman di lahan yang telah disediakan. Setelah proses penanaman, masyarakat dan pendamping pelaksana memiliki tanggung jawab untuk memelihara dan merawat dalam jangka waktu beberapa bulan ke depan memastikan bibit yang sudah ditanam tumbuh dengan baik. Bantuan yang diberikan oleh Pertamina tidak hanya berupa penanaman bibit Mangrove, namun juga bantuan dalam bentuk fasilitas umum. Hal tersebut digunakan untuk menunjang kawasan hutan Mangrove di Wonorejo sebagai lokasi wisata dan edukasi. Fasilitas umum yang diberikan berupa gazebo yang mampu menampung kurang lebih 100 orang, gardu pandang, toilet, *jogging track* dan juga lampu penerangan. Pemberian fasilitas umum tersebut salah satunya untuk menjaga kenyamanan para wisatawan selama mengunjungi Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo.

Dalam proses pelaksanaan ini terdapat 4 stakeholders, yaitu rekan media sebagai stakeholder eksternal dan tiga stakeholders utama yang terdiri dari masyarakat, pendamping pelaksana dan Dinas Pertanian. Peran masyarakat jauh lebih banyak apabila dibandingkan dengan proses perencanaan. Pada proses pelaksanaan ini, masyarakat berperan penuh sepanjang proses. Mulai dari penanaman bibit, menjaga kebersihan habitat Mangrove dan merawat fasilitas umum kawasan ekowisata. Masyarakat mulai menunjukkan peran aktifnya bersama dengan pendamping pelaksana sebagai bagian dari pelaksanaan program. Dengan peran aktif masyarakat dan pendamping pelaksana dalam proses pelaksanaan program, maka keduanya termasuk dalam jenis stakeholders *vocal minority* menurut Kasali Rheinald<sup>14</sup>. Sedangkan Dinas Perhutani masuk dalam jenis stakeholder *silent majority*. Dimana peran aktif Dinas Perhutani tidak nampak, karena keterlibatan pihak Dinas Perhutani hanya dalam batas menyediakan bibit Mangrove sesuai yang dibutuhkan oleh Pertamina.

Saat proses pelaksanaan program, PR PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya ini mengundang dan memberikan press release kepada rekan-rekan media. Dimana hasil liputan tersebut dipublikasikan baik di media cetak

*commit to user*

<sup>14</sup> Nor Hadi. *Op.cit.*, Hlm. 104.



maupun media online, sehingga khalayak luas mengetahui informasi seputar pelaksanaan program CSR di kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo. Komunikasi menerima pesan melalui media massa yaitu cetak dan elektronik dalam bentuk berita yang ditulis oleh rekan media. Dengan demikian, pesan yang disampaikan oleh Pertamina tidak hanya terbatas untuk kalangan masyarakat di wilayah Wonorejo saja, namun juga tersebar luas ke masyarakat lain. Sehingga kepedulian terhadap lingkungan tidak terbentuk pada masyarakat di Wonorejo saja, namun juga pada masyarakat luas. Masyarakat pun jadi lebih peduli bahwa daerah pesisir juga merupakan bagian yang penting dari lingkungan untuk dilindungi.

E. Evaluasi (*Evaluating*) Program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo

Dilakukan evaluasi program untuk melihat tingkat keberhasilan program serta apa saja yang perlu diperbaiki. Evaluasi sendiri dilaksanakan setiap pelaksanaan program berakhir dan pada akhir tahun untuk mengevaluasi semua program tahunan. Pelaksanaannya sendiri diadakan oleh pihak Pertamina bersama stakeholder, yang dalam program ini stakeholdernya adalah pendamping pelaksana. Seperti yang diungkapkan oleh Umar Ibnu Hasan dalam hasil wawancara dengan peneliti (30/06/2016):

“...evaluasi si empunya program dong. Pelaksanaan planning dan monev bisa dilakukan Pertamina langsung, bisa juga melalui pihak ke-3.”<sup>15</sup>

Pendamping pelaksana memiliki tanggung jawab untuk menyusun laporan pertanggungjawaban. Dimana setelah program selesai dilaksanakan, laporan tersebut harus segera diserahkan ke Pertamina. Dalam pembuatan laporan tersebut pendamping pelaksana mendapatkan bantuan dari masyarakat. Karena masyarakat juga harus memberikan laporan pertanggungjawaban atas dana bantuan yang telah diberikan. Pertamina memberikan dana bantuan kepada masyarakat untuk biaya perawatan bibit

---

<sup>15</sup> Kutipan Wawancara Peneliti dengan Bapak Umar Ibnu Hasan selaku CSR Officer Pertamina (30/06/2016).

Mangrove selama 6 bulan pemantauan. Tidak hanya laporan per kegiatan yang disampaikan kepada pihak Pertamina, tapi laporan tahunan juga diberikan. Karena kegiatan yang dilaksanakan tidak hanya satu program dalam satu tahun, bisa lebih dari satu, oleh karena itu pihak pendamping pelaksana memberikan laporan kegiatan yang dilaksanakan mulai awal hingga akhir tahun.

Selain melalui laporan akhir yang diberikan oleh stakeholder, Pertamina juga melakukan evaluasi melalui klipping berita baik dari media online maupun media cetak koran. Aktivitas PR tersebut digunakan untuk evaluasi Pertamina secara internal oleh divisi External Relation dan juga oleh General Manager. Selain manfaat untuk lingkungan dengan berhasilnya 70% bibit Mangrove tumbuh, masyarakat juga mendapat manfaat dari adanya Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo. Warga mendapatkan pemasukan tambahan dengan berjualan hingga menyewakan perahu. Selain itu, pengunjung di Ekowisata pun mengalami peningkatan semenjak fasilitas yang tersedia di Ekowisata semakin bertambah. Salah satunya adalah gazebo dan menara pantau bantuan dari Pertamina, yang mana membuat peningkatan wisatawan hingga 21ribu pengunjung.

Pelaksanaan program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo di nilai berhasil dengan berbagai capaian dalam pelaksanaannya. Dilihat dari segi lingkungan, angka keberhasilan pertumbuhan Mangrove telah mencapai 70% dimana dengan angka tersebut, ekosistem Mangrove di Wonorejo dinilai berhasil bertahan dengan baik. Hal tersebut mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2014 yang bertahan hidup baru pada angka 30%<sup>16</sup>. Secara keseluruhan, pesan yang disampaikan oleh Pertamina dinilai berhasil sampai kepada pihak komunikan yaitu masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh Pertamina merupakan pesan yang

---

<sup>16</sup> Harian Ekonomi Neraca. (2014). *CSR Pertamina, Instrumen Peningkatan Ekonomi Lokal*. Diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/47235/csr-pertamina-instrumen-peningkatan-ekonomi-lokal> pada tanggal 23 Agustus 2016 pukul 00.12 WIB.

bersifat edukatif. Pesan edukatif harus mampu memberikan perubahan, bukan hanya tidak tahu menjadi tahu, namun juga harus ada aksi atau tindakan<sup>17</sup>.

Proses komunikasi yang dilakukan antara Pertamina dengan stakeholders mulai dari perencanaan hingga evaluasi, sebagian besar adalah proses komunikasi dua arah. CSR dikatakan berjalan dengan baik apabila didalamnya terjadi proses komunikasi dua arah antara perusahaan dengan stakeholders. Dalam tahap evaluasi ini, jenis evaluasi yang digunakan oleh pihak Pertamina adalah evaluasi eksternal. Jenis evaluasi tersebut mengukur keberhasilan serta efek program dilihat dari perubahan perilaku publik hingga liputan di media. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, perubahan publik dinilai dari aktivitas masyarakat yang berubah yaitu mulai melindungi dan peduli terhadap ekosistem Mangrove. Perubahan tersebut menunjukkan efek dari program yang berdampak langsung terhadap perubahan publik terhadap kepedulian Mangrove. Sedangkan untuk liputan media, sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, bahwa media hadir untuk meliput pelaksanaan program dan hasil liputan tersebut di kliping oleh PR perusahaan, baik pemberitaan secara online maupun pemberitaan di koran.

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan program CSR 100 Juta Pohon di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Wonorejo, tahap *planning* dengan sistem *top down* berdasarkan hasil *fact finding*. Dan untuk *evaluation*, Pertamina menggunakan sistem evaluasi eksternal, mengevaluasi melalui laporan akhir dari Pendamping Pelaksana dan hasil klipping pemberitaan baik media online maupu media cetak koran. Proses komunikasi yang digunakan adalah *two ways communication*, dengan komunikator utama Pertamina dan komunikan utama pendamping pelaksana dan masyarakat. Stakeholders dalam program CSR ini ada dua yang utama, yaitu pendamping pelaksana yang termasuk

---

<sup>17</sup> Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

dalam kategori stakeholder *vocal minority* dan masyarakat yang dalam tahap *planning* sebagai stakeholder *prononents* dan dalam tahap *communication and act* termasuk dalam kategori stakeholder *vocal minority*.

### Saran

Pihak Pertamina lebih terlibat dalam setiap proses terlebih pada proses pendampingan masyarakat agar Pertamina dapat memantau secara langsung apakah masyarakat benar-benar memahami pentingnya Mangrove bagi lingkungan, khususnya untuk lingkungan di sekitar mereka. Minimal perwakilan dari Pertamina hadir untuk memantau dan melihat secara langsung dalam salah satu kegiatan pendampingan, tidak hanya melihat dalam bentuk laporan dari pendamping pelaksana saja.

### Daftar Pustaka

- Bahrudin. (2016). *CSR Freeport Model Baru Pelecehan terhadap Rakyat Papua*. Diakses dari [http://m.kompasiana.com/arki.papua./csr-freeport-model-baru-pelecehan-terhadap-rakyat-papua\\_55292a7bf17e61a4448b459d](http://m.kompasiana.com/arki.papua./csr-freeport-model-baru-pelecehan-terhadap-rakyat-papua_55292a7bf17e61a4448b459d) pada tanggal 23 Agustus 2016 pukul 00.27 WIB.
- Butterick, Keith. (2013). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan*, Cetakan ke-1. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Hadi, Nor. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harian Ekonomi Neraca. (2014). CSR Pertamina, Instrumen Peningkatan Ekonomi Lokal. Diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/47235/csr-pertamina-instrumen-peningkatan-ekonomi-lokal> pada tanggal 23 Agustus 2016 pukul 00.12 WIB.
- Institut Teknologi Sepuluh Nopember. (2012). Bersama Pertamina, ITS Turut Tanam 1000 Pohon. Diakses dari <http://old.its.ac.id/berita.php?nomer=10277> pada tanggal 23 Agustus 2016 pukul 00.14 WIB.
- Kurnia, Latifha Kunen. (2015). Transparansi, Partisipasi dan Akuntabilitas dalam Kemitraan Pengelolaan Kawasan Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya antara Pemerintah, Sektor Swasta dan Masyarakat Sipil. Kebijakan dan Manajemen Publik ISSN 2303 - 341X Volume 3, Nomor 2.

- Miftah, M. (2012). Jurnal : Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran. *BPM Semarang-Pustekom-Depdiknas*.
- Reza Rahman. (2009). *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Media Pressindo, Yogyakarta, hal 108.
- Rusdianto, Ujang. (2013). *CSR communication A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasinya*. Rajawali Pers.
- Zulfikar & Budiantara, I. Nyoman. (2014). *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*, Edisi ke-1, Cetakan ke-1. Deepublish, Yogyakarta, hlm. 119.

