

STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA Tbk PLANT CIREBON DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA MASYARAKAT DESA BINAAN

Hanifah Syeivaul Afra

hanifah1900030170@webmail.uad.ac.id

Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan

Abstrak

Strategi *Corporate Social Responsibility* PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Plant Cirebon dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Masyarakat Desa Binaan. Hal ini berkaitan dengan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Plant Cirebon menggunakan proses Manajemen Public Relations yaitu Mendefinisikan Masalah , Perencanaan dan pemograman, Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi, dan Mengevaluasi Program dalam membangun citra perusahaan terhadap dampak aktifitas dari perusahaan di desa binaan. Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah 1) Mendefinisikan Problem, *Corporate Social Responsibility* PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Plant Cirebon mendefinisikan masalah yang ditemukan dengan mengumpulkan fakta serta melakukan analisis situasi. 2) Perencanaan dan Pemograman, *Corporate Social Responsibility* telah menentukan strategi program yang akan dilakukan sesuai sasaran yang telah ditentukan. 3) Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi, *Corporate Social Responsibility* mengimplementasikan program yang telah direncanakan sesuai dengan perencanaan. 4) Mengevaluasi Program, *Corporate Social Responsibility* melakukan evaluasi terkait program yang dilaksanakan yaitu dengan melakukan survey kuesioner kepuasan dan rapat rencana kerja setiap tahun.

Kata Kunci : Strategi, *Corporate Social Responsibility*, Citra

I. Latar Belakang Masalah

Di tengah persaingan pasar bebas di bidang permodalan, barang dan jasa, serta tenaga kerja yang merupakan manifestasi dari kesepakatan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)/ASEAN Charter. Serta diiringi semakin cepat dan pesatnya kemajuan teknologi informasi setiap perusahaan khususnya di Indonesia berlomba-lomba untuk membentuk, membangun dan mempertahankan citra perusahaan. Saat ini perusahaan memahami sekali bahwa dalam proses bisnis tidak hanya mengejar keuntungan financial (*Profit*), (*single bottom line*) semata namun aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*), (*triple bottom line*), selain sebagai tanggung jawab perusahaan kegiatan tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan citra perusahaan di mata public-nya sehingga berimplikasi positif bagi perusahaan.

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan). Pengertian citra itu sendiri abstrak (intangibile) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari public (khalayak sasaran) dan masyarakat pada umumnya.

Suatu upaya untuk meningkatkan citra perusahaan adalah dengan membangun suatu hubungan. Soemirat, Soleh. Ardianto, Elvinaromengutip pandangan F. Rachmadi menyebutkan bahwa “masalah penting yang dihadapi oleh lembaga – lembaga ekonomi, bisnis, sosial dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan (*relationship*).

Suatu hubungan adalah seperangkat harapan yang dimiliki oleh dua orang yang saling mengenal atas tingkah laku masing – masing pihak berdasarkan pola interaksi yang terjadi diantara mereka. Teori hubungan atau teori komunikasi relasional mengacu seperangkat asumsi umum yaitu: Pertama, hubungan selalu terkait dengan komunikasi, dengan kata lain hubungan tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Kedua, sifat – sifat hubungan ditentukan oleh komunikasi di antara para anggotanya. Ketiga, suatu hubungan biasanya ditentukan secara implisit, bukan secara eksplisit. Keempat, hubungan berkembang sepanjang waktu melalui suatu proses negosiasi diantara mereka yang terlibat, hubungan tidaklah statis namun memiliki sifat yang dinamis.

Untuk itu suatu perusahaan perlu memberi perhatian yang cukup untuk membangun dan mengembangkan hubungan yang baik dengan stakeholder baik internal maupun eksternal sebagai pencitraan yang menguntungkan. Stakeholder dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga – lembaga swadaya masyarakat, media massa, dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas stakeholder relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada core bisnis perusahaan yang bersangkutan.

Salah satu hubungan yang harus dibina oleh *Public Relations* (PR) dalam suatu perusahaan adalah hubungan dengan komunitas lokal (*community relations*). Reputasi perusahaan tergantung pada bagaimana perusahaan itu diterima oleh komunitas di mana perusahaan itu berada. Selain itu komunitas di sekitar perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Sebagaimana menurut (Soemirat, Soleh. S & Ardianto, Elvinaro: 2010) “Suatu perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa dukungan dan citra publik yang berkaitan dengan aktivitas dan perkembangan organisasi perusahaan tersebut”.

Setiap perusahaan khususnya di Indonesia akan melakukan banyak kegiatan yang direncanakan untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan menjadi perusahaan yang *Good Business* bagi stakeholder-nya. Salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan adalah dengan mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

CSR merupakan media penghubung antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut Asosiasi Teknologi dan Komunikasi (*Association of Education and Communication Technology/ AECT*) di Amerika memberi Batasan yaitu: Media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan/ informasi. Keterkaitan definisi media yang menjadi media penghubung antara perusahaan dengan masyarakat adalah program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan, untuk mendapatkan timbal balik dari masyarakat sehingga dapat tercapainya tujuan yang diharapkan. Dengan menggunakan program-program CSR sebagai media maka akan terjadilah hubungan atau komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat.

Mengenai pelaksanaan CSR di Indonesia telah diatur dalam undang- undang seperti tercantum dalam Pasa 174 Ayat (4) UU 40/2007. PP No 47/2012 merupakan amanat langsung dari Pasal 174(4) UU No40/2007. Berdasarkan PP No 47/2012 Pasal 3 (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.

PT. Indocement salah satu perusahaan yang ingin tumbuh dan berkembang bersama masyarakat dengan menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, keberadaan perseroan dapat memberi manfaat seluas-luasnya dan memenuhi harapan para pemangku kepentingan, yakni pelanggan, mitra kerja, pemerintah, pemegang saham, pegawai dan masyarakat sekitar.

Perseroan berkeyakinan bahwa dengan pendekatan yang seimbang antara kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja social, akan mendukung peran perseroan dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan. Kegiatan pembangunan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kepentingan generasi mendatang.

Wujud nyata dari komitmen perseroan adalah dengan menjalankan program tanggung jawab social perusahaan (*corporate social responibility/CSR*). PT Indocement memiliki komitmen yang besar dalam menjalankan program CSR. Hal ini salah satunya ditunjukkan dengan membentuk CSR dan *security division* yang bertanggung jawab kepada direktur. Keberadaan CSR dan *security division* menunjukkan bahwa CSR telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam operasional perseroan. Program kerja yang dijalankan perseroan juga diselaraskan dengan kegiatan CSR yang dijalankan, demikian juga sebaliknya.

Isu lingkungan mengenai debu menjadi sorotan masyarakat. PT Indocement di nilai penyebab terjadinya polusi udara dan menyebabkan adanya penyakit ISPA di masyarakat. Menurut WHO, "Partikel miskroskopis abu vulkanik ini bisa dengan mudah terhirup ke dalam paru-paru dan menyebabkan masalah kesehatan. Partikel yang paling berpotensi merusak tubuh adalah partikel terkecil yang ukurannya mencapai kurang dari 1/100 milimeter. Partikel ini sangat bahaya karena mampu menembus masuk ke dalam paru-paru."

Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut PT Indocement telah banyak mengimplementasikan aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai strategi perusahaan untuk membina hubungan dengan masyarakat lokal, seperti program dalam kesehatan, meliputi beberapa kegiatan untuk membantu meningkatkan kesehatan masyarakat

yang terdiri dari program puskesmas keliling, posyandu dan UKS dan edukasi kesehatan. Selain program kesehatan CSR PT Indocement juga melakukan kegiatan-kegiatan CSR seperti, membantu meningkatkan UMKM, membantu meningkatkan di bidang Pendidikan, pembangunan P4M, dan masih banyak lagi.

Selain sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu permasalahan tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik sehingga terdapat suatu hubungan yang saling menguntungkan. Aktivitas CSR juga sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan warga Desa Binaan khususnya dengan wilayah yang berdekatan dengan area perusahaan. CSR PT Indocement dilakukan selain untuk tanggung jawab sosial aktivitas CSR juga dapat mendorong dampak positif bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dengan judul “ Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Indocement Plant Cirebon dalam Membangun Citra Perusahaan pada Masyarakat Desa Binaan” maka peneliti tertarik untuk membuktikan apakah strategi program CSR yang dilakukan PT Indocement berperan dalam membangun citra sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara Perusahaan dan masyarakat serta membantu kesulitan masyarakat disekitar perusahaan.

II . Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Bogdan & Taylor dalam (Moloeng, 2017), Metodologi Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis fenomena sosial secara detail dan mendalam. Penelitian deskriptif menggambarkan karakteristik individu, situasi atau kelompok tertentu (Datuela, 2013). Penelitian di PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Plant Cirebon dilakukan selama satu bulan di bulan Januari 2024.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sehubungan dengan penelitian ini maka untuk memperoleh data, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, di antaranya: Observasi yaitu mendeskripsikan latar yang di observasi, isu yang terjadi pada pembahasan di latar belakang masalah. Oleh karena ini melalui Teknik observasi ini peneliti berpartisipasi terjun langsung ke lapangan untuk mengamati Strategi CSR dalam membangun citra perusahaan pada masyarakat desa binaan. Wawancara dalam penelitian ini, wawancara digunakan oleh peneliti untuk mengklasifikasikan dan memperkuat jawaban atau informasi dari subjek penelitian mengenai strategi CSR dalam membangun citra pada masyarakat desa binaan. Melalui teknik wawancara ini, peneliti melakukan dialog secara mendalam yaitu dengan menggunakan beberapa pertanyaan kepada responden. Dokumentasi adalah teknik pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik triangulasi sumber yaitu digunakan di dalam pengecekan data mengenai keabsahannya melalui hasil dari

wawancara narasumber yang berbeda untuk mengecek validitas informasi maupun data yang telah diperoleh tersebut. Selain itu, peneliti juga akan melakukan pengecekan derajat kepercayaan melalui Teknik triangulasi metode, berupa pengecekan hasil penelitian dari tiga Teknik pengumpulan data. Tiga Teknik pengumpulan data tersebut adalah observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Setelah data di lapangan diperoleh, maka Langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut. maka di gunakan teknik analisis data. Analisa data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

III . Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

Dalam penelitian ini, peneliti akan menjabarkan informasi dan data yang telah didapatkan terkait Strategi Corporate Social Responsibility PT Indocement Plant Cirebon Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Masyarakat Desa Binaan. Peneliti akan menjabarkan data yang telah didapat melalui wawancara langsung dengan Kepala Seksi Community Development dan Corporate Social Responsibility PT Indocement Plant Cirebon. Hasil data yang didapatkan tersebut juga didukung dengan oleh dokumentasi dari penelitian maupun dokumentasi dari penelitian yang didapatkan dari objek penelitian.

1. Mendefinisikan Problem

Mendefinisikan Problem, langkah pertama ini pihak terkait melakukan penyelidikan problem dengan menganalisis situasi yang ada kemudian mengelompokkan problem tersebut sehingga menjadi prioritas.

Proses pencarian fakta dan informasi lapangan mengenai program CSR dilakukan dengan dua upaya yaitu formal dan informal. Sebagaimana pernyataan dari Misnen selaku Community Development Officer mengungkapkan sebagai berikut:

“Dalam mencari data dan fakta berkaitan dengan program CSR, didapatkan dengan dua upaya yaitu secara formal dan informal. Dan upaya untuk mencari data dan fakta tersebut sudah sesuai dengan SOP CSR PT Indocement.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen , selaku Community Development Officer, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Salah satu upaya secara formal dilakukan melalui forum, yaitu forum BILIKOM (Bina Lingkungan). Forum BILIKOM ini dilakukan sebagai sarana komunikasi antara Perusahaan dengan masyarakat.

Apabila terdapat informasi mengenai fakta atau dari isu-isu yang berkembang di masyarakat, Tim CSR Perusahaan akan turun langsung ke lapangan untuk melakukan survey dan melakukan koordinasi kepada pihak yang terkait dengan isu tersebut. Hal ini dinyatakan oleh Misnen selaku Community Development Officer :

“Informasi yang datang dari isu-isu berkaitan dengan media sosial atau segala macam. Tim CSR biasanya melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan yang bersangkutan

untuk memberikan arahan dan diskusi. Jika perlu data-data klarifikasi lebih lanjut kita bisa sertakan datanya.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen, selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Isu seperti debu yang kerap menjadi isu yang terjadi di lingkungan masyarakat, Tim CSR segera meninjau ke lapangan untuk memastikan keadaan dan melakukan koordinasi dengan pihak yang bersangkutan. Jika memungkinkan pihak Perusahaan langsung untuk memberikan pemahaman. Misnen selaku *Community Development Officer* menjelaskan sebagai berikut :

“Banyak opini yang kurang berkenan, salah satunya isu-isu mengenai debu. Ini berkaitan dengan pertambangan yang ranahnya sensitif. Padahal debu bisa datang dari jalan atau segala macam. Justru di Indocement debu menjadi asset untuk digunakan kembali untuk material. Di Indocement juga sudah dipasangkan bag filter yang bertujuan untuk pengurangan debu. Upaya CSR sendiri hanya mengkomunikasikan, jika perlu klarifikasi lebih lanjut yang berkaitan dengan proses produksi kita bisa sertakan datanya dari divisi yang ingin diklarifikasikan. Sebenarnya dari forum BILIKOM itu kita sudah cukup mendapatkan fakta dan data untuk suatu program. Setelah itu social mapping dan survey untuk menentukan sasaran kira-kira solusi dan program apa yang harus direncanakan” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen, selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Upaya kedua yaitu, CSR PT Indocement melakukan kunjungan langsung atau berkomunikasi secara langsung tanpa melalui forum. Apabila terdapat informasi mengenai fakta atau dari isu-isu yang berkembang di masyarakat, Tim CSR Perusahaan akan turun langsung ke lapangan untuk melakukan survey dan melakukan koordinasi kepada pihak yang terkait dengan isu tersebut. Dijelaskan oleh Misnen selaku *Community Development Officer* PT Indocement :

“ Karena melalui forum BILIKOM tempatnya terbatas, kan tidak mungkin kita mendatangi masyarakat satu persatu, makanya di forum BILIKOM rata-rata isinya orang yang memiliki jabatan. Dari orang yang memiliki jabatan tersebut ya seperti perangkat desa yang di ibaratkan sudah menjadi tangan kanannya paling tidak mereka bisa menyampaikan program CSR Perusahaan kepada warganya. Secara informal kita hanya melakukan kunjungan biasa, kan semua apapun kegiatan surat menyurat atau kegiatan apapun kan lewat perangkat desa.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen, selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Jadi dalam melakukan mendefinisikan problem. Tim CSR PT Indocement Plant Cirebon melakukannya dengan dua sumber, pertama formal perusahaan, kedua informal perusahaan. Pencarian secara informal yaitu pencarian sumber-sumber informasi atau terjun kelapangan melakukan mapping dan survey area yang telah ditentukan perusahaan untuk mencari data dan fakta yang diberkaitan dengan program CSR yang akan dilaksanakan. Selain itu proposal menjadi salah satu sumber dalam memperoleh informasi sebagai bahan untuk mengambil langkah program CSR. Secara formal yaitu datang dari forum BILIKOM PT Indocement yang memberikan sarana komunikasi dan mengajukan program dengan masyarakat desa binaan.

1. Perencanaan dan Pemograman

Setelah mendapatkan data dan fakta dari berbagai pihak yang terkait, maka Tim CSR merencanakan, membuat strategi program dengan sebelumnya melakukan mapping dan survey lapangan. Strategi tersebut bisa berdasarkan informasi yang ada pada forum BILIKOM, dan juga berdasarkan proposal yang diajukan. Dari hasil laporan mapping dan survey tersebut kemudian di informasikan kepada HR. apakah ada budget atau tidaknya, melihat situasi atau kebutuhan. Hal tersebut seperti pernyataan Misnen selaku *Community Development Officer* PT Indocement Plant Cirebon :

“Mengumpulkan sumber-sumber dari forum BILIKOM, dari desa, social mapping dan survey, atau dari proposal. Kita survey terlebih dahulu apakah layak untuk diberi bantuan program. Sebelum melakukan program, kita lihat dahulu apakah ini suatu kebutuhan prioritas utama atau masalah utama yang bukan dari keinginan. Setelah itu kita lihat dari sisi penerima manfaat, kita lihat juga tujuannya apa, latar belakangnya seperti apa, bagaimana outputnya, budgetnya berapa, dan indikatornya seperti apa. Itu menjadi pertimbangan dalam menentukan program.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024).

Selain itu dalam melakukan perencanaan program untuk kegiatan CSR yang akan dilakukan PT Indocement selalu memperhatikan hal-hal seperti budaya, kebiasaan yang ada dimasyarakat, serta dukungan dari masyarakat itu sendiri dan masyarakat mau diajak kerjasama dan tertarik dengan program yang diberikan. Misnen selaku *Community Development Officer* menyatakan :

“Seperti program Indo Batik di Desa Ciwaringin. Jadi di Indo Batik Ciwaringin itu kan turun temurun membatiknya, mereka membatik menggunakan bahan pewarna alami. Dulu kendala pengrajin itu dipemasaran karena masih belum luas jangkauannya. Berhubung Desa Ciwaringin ini termasuk ke dalam Desa Binaan PT Indocement untuk itu kita adakan program, kita membangun Koperasi Indo Batik. Kita juga memberikan pelatihan, serta membantu penjualannya.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis 18 Januari 2024).

Setelah mapping dan survey tersebut dilakukan, Tim CSR menyusun perencanaan, perencanaan ini dijadikan target untuk pencapaian tujuan yang diinginkan, sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Dari hasil observasi peneliti bentuk dari perencanaan tersebut berupa evaluasi dan identifikasi data yang diperkuat juga dengan pernyataan pihak terkait, seperti yang dikatakan Misnen selaku *Community Development Officer* :

“Perencanaan itu kita melakukan survey dan mapping dahulu. Dari hasil itu akan ketahuan mana yang cocok dan memperhatikan semua aspeknya, karena kita menciptakan suatu kegiatan otomatis dari masyarakat itu sendiri, bentuk dari perencanaan tersebut kami buat dalam bentuk kerja sama dengan pihak terkait, lalu potensi dihubungkan dengan rencana pengembangan, dan bisa berkesinambungan hingga bisa melatih orang lain.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024).

Sasaran-sasaran yang ingin dicapai dari pelaksanaan tersebut agar pelaksanaan program CSR dapat tercapai sesuai tujuan perusahaan, harapannya warga desa binaan bisa memanfaatkan program yang sudah kami berikan.

Berdasarkan hasil mapping dan survey, dan semua data sudah terkumpul, penerima sudah memenuhi persyaratan sebagai penerima program CSR, maka Tim CSR langsung menindak lanjuti dengan pengajuan anggaran.

2. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Untuk mengkomunikasikan pesan-pesan yang telah direncanakan sebelumnya, Tim CSR PT Indocement Plant Cirebon melakukan forum BILIKOM ke desa binaan yang akan menjadi sasaran program CSR. Dalam forum juga Tim CSR menyampaikan kebijakan-kebijakan perusahaan yang dianggap perlu untuk diketahui masyarakat. Forum ini bertujuan agar pesan-pesan yang telah direncanakan dapat tercapai. Selain itu lebih memberikan pendekatan ke masyarakat sehingga memperoleh penerimaan dan dukungan positif dari masyarakat mengenai program yang dilaksanakan. Terkadang jika program yang dilakukan adalah berupa pemberdayaan masyarakat, biasanya sebelum pelaksanaan program, Tim CSR melakukan pelatihan-pelatihan yang bersifat mendukung terhadap peningkatan kemampuan, keterampilan masyarakat.

Misnen selaku Community Development Officer PT. Indocement Plant Cirebon mengatakan :

“Sebelum kami memberikan bantuan biasanya kami memberikan pelatihan dahulu agar masyarakat mengerti mengenai program atau kegiatan yang akan dilaksanakan, lalu kami melakukan sosialisasi seperti forum tersebut dengan mendatangi masyarakat dengan turun langsung ke lapangan. Mengundang masyarakat untuk memberitahukan bahwa kami akan melakukan program CSR di desa binaan.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024).

Forum mengenai program yang akan dilaksanakan lebih bersifat komunikasi secara langsung, dengan mengunjungi masyarakat yang menjadi sasaran program CSR. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Misnen selaku Community Development Officer PT Indocement Plant Cirebon :

“Kami lebih cenderung untuk terjun langsung kelapangan, untuk berbicara dengan pihak terkait, dalam hal penindaklanjutan perencanaan yang kita susun. Kemudian kami melakukan koordinasi dengan masyarakat sekitar.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Sosialisasi forum BILIKOM disampaikan kepada masyarakat, perangkat desa dan tokoh masyarakat. Biasanya dilakukan di balai desa atau dilokasi tempat yang akan dilaksanakan program CSR. Misnen selaku *Community Development* mengatakan :

“Forum BILIKOM tentunya dilakukan kepada masyarakat di desa binaan yang akan mendapatkan bantuan program CSR. Dan kami mengundang melalui Kepala desa, RT, RW dan Tokoh masyarakat di desa binaan tersebut.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024).

Mengenai waktu pelaksanaan forum tersebut dilakukan setahun tiga kali pertemuan. Hal ini bertujuan agar komunikasi tidak terjalin dua arah dan masyarakat benar-benar paham dan mengerti mengenai program yang akan dilaksanakan. Seperti yang disampaikan oleh Misnen selaku *Community Development Officer* PT. Indocement Plant Cirebon :

“Untuk jangka waktunya biasanya tiga kali pertemuan dalam setahun. Karena desa binaan kami ada enam desa, setiap bulan kami melakukan pertemuan untuk 2 desa dan dilakukan secara bergulir setiap bulannya.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024).

Terdapat hal yang membedakan mengenai kegiatan CSR PT Indocement Plant Cirebon yaitu mengenai keterlibatan karyawan dalam menjalankan diwajibkan CSR sehingga selain perusahaannya para karyawan akan terjalin hubungan yang harmonis dengan warga sekitar. Misnen selaku *Community Development Officer* mengatakan :

“Di kita keterlibatan karyawan seperti program *Employee Voluntering* itu diwajibkan untuk terlibat langsung dalam kegiatan CSR. Karena di kita itu diwajibkan untuk karyawan dari setiap divisi itu memiliki waktu dan penilaian untuk aktivitas yang berkaitan dengan masyarakat. Seperti *Employee Voluntering* program kegiatan aksi sosial di lingkungan masyarakat itu melakukan penanaman pohon dan yang melakukannya adalah karyawan Indocement. Memang yang kita harapkan adalah peran serta dari masyarakat juga.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024).

Dalam mengkomunikasikan atau menyampaikan program-program yang akan dilaksanakan, tentu saja pihak perusahaan menemukan sedikit hambatan. Hambatan tersebut berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Hambatan dari eksternal adalah pola pikir dan perilaku kebiasaan masyarakat yang sulit diubah, dan susah untuk berperan serta dalam mengikuti CSR PT Indocement. Sedangkan hambatan internal adalah, karena keterbatasan anggaran yang diberikan oleh perusahaan. Kendala yang dihadapi yaitu tentang perilaku dan pola pikir masyarakat yang sudah berkembang di masyarakat. Kendala tersebut menjadi tantangan bagi *Corporate Social Responsibility* dalam menghadapi perilaku masyarakat.

3. Mengevaluasi Program

Perusahaan PT Indocement dalam melakukan evaluasi menetapkan beberapa standar dan alat ukur yang sebelumnya telah ditetapkan dalam proses perencanaan program sekaligus estimasi pencapaian kinerja. Dalam melakukan evaluasi program, PT Indocement Plant Cirebon menetapkan beberapa alat ukur untuk melakukan proses tersebut salah satunya adalah dengan membuat kuosiner implementasi dan evaluasi keberhasilan program CSR PT Indocement Plant Cirebon.

Selain kuosioner kepuasan CSR PT Indocement juga melakukan monitoring dan evaluasi. Guna menjadi tolak ukur keberhasilan program yang akan dilaksanakan. Seperti yang dikatakan Misnen selaku *Community Development Officer* PT. Indocement Plant Cirebon :

“Di kita ada renster eval 5 tahunan, Renja (Rencana Kerja) tiap tahun, berupa impelementasi dan evaluasi, lalu diproses seperti apa idealnya setiap program begitu. Monitoring dan evaluasi dari program-program yang telah terlaksana apa, budgetnya berapa itu jadi tolak ukur program bagaimana dan indikatornya.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen, selaku *Community Develepment Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Keberhasilan juga didukung dengan adanya respon positif dari masyarakat yang ditujukan dengan adanya permintaan-permintaan selanjutnya yang berkaitan dengan program CSR. Menurut hasil observasi di lapangan. Misnen selaku *Community Development* mengatakan :

“Responnya sangat positif, terbukti dari adanya permintaan-permintaan selanjutnya dari masyarakat lain. Seperti saat itu mengikuti kegiatan forum BILIKOM di Desa Cupang. Mereka meminta kepada CSR untuk melakukan pelatihan mengenai Bahasa untuk guide tour di wisata Batu Lawang, agar wisatawan manca negara dapat mengetahui Sejarah mengenai wisata Batu Lawang tersebut.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen, selaku *Community Development Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Keberhasilan program CSR ini juga ditujukan dengan adanya perubahan sikap dari masyarakat sekitar seperti yang dikatakan oleh Misnen selaku *Community Development Officer* :

“Adanya perubahan sikap pada masyarakat, artinya ada kesadaran dan ikatan moral. Yang bisa saya sebutkan adalah, adanya kepedulian terhadap lingkungan sosial. Terutama keberhasilan yang mengarah pemberdayaan. Ini menjadi tolak ukur keberhasilan.” (Sumber data melalui wawancara dengan Misnen, selaku *Community Develepment Officer*, pada Kamis, 18 Januari 2024)

Adanya perubahan perilaku sikap pada masyarakat merupakan suatu tolak ukur bagi keberhasilan program CSR yang telah dilakukan. Tolak ukur tersebut adalah harapan yang di inginkan oleh perusahaan.

4. Citra Perusahaan

Selama ini yang menjadi tujuan suatu perusahaan didirikan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan meningkatkan citra perusahaan yang akan menjamin pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*) bila perusahaan memberi perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar.

Oleh karena ini peneliti mendapatkan data terkait dengan citra perusahaan terhadap program yang diberikan CSR PT. Indocement Plant Cirebon. Peneliti melakukan wawancara

dengan masyarakat penerima program CSR PT. Indocement terkait seberapa berhasil program yang dilaksanakan.

Dalam menggali informasi mengenai citra perusahaan terkait program CSR PT. Indocement Plant Cirebon, peneliti melakukan sesi wawancara dengan salah satu penerima program PUSLING. Ibu Endang mengutarakan sebagai berikut :

“Kegiatan PUSLING ini bagus, karena pengobatannya gratis tidak dipungut biaya sama sekali, dan obat-obatan yang diberikan juga bagus, bisa mengurangi biaya karena pengobatan sekarang mahal”

Program PUSLING (Puskesmas Keliling) merupakan program yang dilakukan CSR PT. Indocement Plant Cirebon untuk membantu masyarakat di desa binaannya dalam hal Kesehatan. Program ini dilakukan 1 bulan sekali. Program PUSLING ini berkerja sama dengan PUSKESMAS kecamatan yang ada di desa binaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Endang sebagai salah satu penerima program PUSLING, bahwasannya program tersebut sangat membantu dan terbukti bahwasannya PT. Indocement memiliki citra yang baik dengan program yang dilaksanakan.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi secara langsung, proses pengumpulan data maupun informasi melalui wawancara serta dokumentasi, maka di dalam subbab pembahasan ini, peneliti akan membahas data yang sudah didapatkan tersebut dengan teori melalui langkah-langkah sesuai dengan kerangka pemikiran, yakni sebagai berikut :

1. Mendefinisikan Problem

Tahapan yang termasuk dalam proses menfinisikan problem yaitu CSR dengan melakukan dua upaya yaitu secara formal dan informal. Upaya formal dilakukan melalui forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komuikasi), sedangkan upaya secara informal dengan melakukan kunjungan langsung. Pada tahap ini merupakan tahap penelitian, pencarian permasalahan di lapangan dimana program CSR dirumuskan. Forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) adalah forum Bina Lingkungan Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Indocement Plant Cirebon sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat. Forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) dilakukan untuk menyampaikan kebijakan perusahaan, program CSR, dan media untuk menyampaikan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat desa binaan. Forum BILIKOM ini terbilang efektif untuk berkomunikasi dengan masyarakat, forum yang dilakukan satu tahun dua hingga tiga kali untuk setiap desa binaan. PT. Indocement Plant Cirebon memiliki 6 desa binaan yaitu, Desa Kedung Bunder, Desa Cupang, Desa Ciwaringin, Desa Walahar, dan Desa Cikeusal.

Forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) merupakan proses yang penting dalam mendefinisikan problem CSR PT. Indocement Plant Cirebon. Proses ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber di luar perusahaan, seperti forum BILIKOM, proposal, dan undangan dari komunitas masyarakat, pemerintah setempat, kelurahan, dan kecamatan. Melalui kolaborasi dengan berbagai pihak tersebut, perusahaan dapat memperoleh

pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan, aspirasi, dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan lingkungan sekitar. Informasi yang diperoleh dari sumber-sumber tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk merancang program CSR yang relevan dan berdampak positif. Dengan memahami secara menyeluruh situasi di lapangan, PT. Indocement Plant Cirebon dapat mengarahkan upaya CSR mereka untuk memberikan solusi yang tepat dan efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Sebagaimana juga menurut (Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA, 2009) dalam bukunya, mengatakan bahwa Hubungan Masyarakat merupakan suatu komunikologis fungsi Public Relations ketika menjalankan tugas operasionalnya, baik sebagai komunikator dan mediator, maupun organisator diantaranya adalah membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.

Isu debu yang kerap menjadi permasalahan di masyarakat akibat proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan, PT. Indocement Plant Cirebon akan terjun langsung ke lapangan untuk meninjau dan memberikan pemahaman, dan berkoordinasi kepada pihak terkait.

Proses pencarian fakta CSR PT. Indocement Plant Cirebon memperhatikan kebutuhan masyarakat yang beragam di desa binaan. Kebutuhan masyarakat ini menjadi fokus utama dalam mendefinisikan program-program CSR yang relevan dan bermanfaat. Tim CSR PT. Indocement Plant Cirebon melakukan pencarian fakta dengan melakukan kegiatan forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi), proposal, survey, dan mapping.

Dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat melalui proses tersebut, PT. Indocement Plant Cirebon dapat merancang dan melaksanakan program-program CSR yang sesuai dengan kebutuhan konteks lokal, bermanfaat bagi masyarakat, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

2. Perencanaan dan Pemograman

Desa binaan adalah desa yang melingkari perusahaan PT. Indocement Plant Cirebon. PT. Indocement Plant Cirebon memiliki 6 desa binaan, yaitu : Desa Walahar, Desa Gempol, Desa Kedung Bunder, Desa Ciwaringin, Desa Cupang, dan Desa Cikeusal. Masyarakat yang berada di desa tersebut tentunya merasakan dampak akibat proses produksi perusahaan. Dampak yang dirasakan oleh masyarakat sebagai akibat proses produksi pabrik salah satunya debu. Untuk itu dalam melakukan strategi yang dilakukan CSR PT. Indocement harus benar-benar tepat sasaran.

Perencanaan dan pemograman penyusunan suatu program acara atau agenda setting dan program kerja Humas. Penyusunan tersebut berdasarkan data dan fakta di lapangan, kebijakan, prosedur, tema dan kemampuan dana serta dukungan dari pihak terkait (Cutlip et. Al. 2000: 5).

CSR PT. Indocement Plant Cirebon dalam perencanaan dan pemograman melibatkan beberapa langkah penting untuk memastikan program-program yang dirancang dapat memberikan dampak positif dan tidak merubah apa yang sudah ada di masyarakat. Proses awal perencanaan adalah penetapan tujuan yang jelas dan terukur, dengan menetapkan tujuan sesuai dengan visi, misi dan nilai perusahaan, serta kebutuhan dan aspirasi dari masyarakat. Proses

ini melibatkan identifikasi dan analisis kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar berdasarkan data dan informasi yang telah dikumpulkan melalui pencarian fakta. Berdasarkan kebutuhan, PT. Indocement Plant Cirebon menyusun strategi CSR yang komprehensif. Strategi ini mencakup pemilihan program-program yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan kebutuhan masyarakat, serta penentuan pendekatan dan metode pelaksanaan yang efektif. Program-program dirancang untuk mengatasi masalah-masalah yang diidentifikasi sebelumnya dan memberikan solusi yang berkelanjutan.

Melalui proses perencanaan dan pemograman tersebut CSR PT. Indocement Plant Cirebon memastikan bahwa perencanaan program CSR mereka berdasarkan pada analisis yang komprehensif, strategi yang terarah, serta kolaborasi yang inklusif dengan berbagai pihak terkait. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menjalankan program-program CSR yang bermanfaat, berkelanjutan, dan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

3. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi

Tahapan yang termasuk dalam tahap proses melakukan tindakan dan berkomunikasi. Pada tahapan inilah, rencana berdasarkan fakta tersebut disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang dan kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasionalnya.

Untuk mengkomunikasikan pesan-pesan yang telah direncanakan sebelumnya, Tim CSR PT. Indocement Plant Cirebon melakukan sosialisasi berupa forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) ke desa binaan yang menjadi sasaran program CSR. Dalam sosialisasi juga Tim CSR menyampaikan kebijakan-kebijakan perusahaan yang dianggap perlu untuk diketahui masyarakat. Sosialisasi ini bertujuan agar pesan-pesan yang telah direncanakan dapat tercapai. Selain itu untuk lebih memberikan pendekatan ke masyarakat sehingga memperoleh penerimaan dan dukungan positif dari masyarakat mengenai program yang dilaksanakan.

Forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) mengenai sosialisasi program yang akan dilaksanakan lebih bersifat komunikasi secara langsung, dengan mengunjungi masyarakat yang menjadi sasaran program CSR. Ada hal yang membedakan mengenai kegiatan CSR PT. Indocement yaitu mengenai keterlibatan karyawan dalam menjalankan diwajibkan untuk setiap department produksi maupun non produksi untuk turun ke masyarakat melalui program CSR supaya terjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar.

4. Mengevaluasi Program

Tahapan yang termasuk dalam proses mengevaluasi program. Mengevaluasi program merupakan tahapan penilaian terhadap program dan hasil kerja aktivitas CSR. Untuk menilai apakah tindakan komunikasi yang telah dilakukan berdasarkan perencanaan sebelumnya sudah sesuai dengan berhasil atau tidak, perusahaan melakukan pemantauan secara teratur terhadap pelaksanaan secara teratur terhadap pelaksanaan CSR yang telah dilakukan di area perusahaan. Dari hasil evaluasi tersebut dapat diketahui sejauh mana keberhasilan program yang telah dilaksanakan.

Melakukan evaluasi dari hasil kegiatan CSR untuk perbaikan secara berkesinambungan. Publikasi melalui media internal maupun eksternal mengenai kegiatan CSR yang telah dilaksanakan sebagai bukti perusahaan telah menjalankan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Menurut PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa : “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.”

Jika evaluasi melihat PP No. 47 yang berdasarkan atas kepatutan dan kewajaran tersebut maka aktifitas CSR PT. Indocement dapat dikatakan berhasil. Selain standar dan mekanisme di atas tolak ukur untuk keberhasilan program CSR adalah adanya dukungan terhadap program yang dilaksanakan, dan adanya citra positif untuk perusahaan, serta adanya peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat.

Keberhasilan juga di dukung dengan adanya respon positif dari masyarakat yang ditunjukan dengan adanya permintaan-permintaan selanjutnya yang berkaitan dengan program CSR. Keberhasilan program CSR ini juga ditunjukan dengan adanya perubahan sikap dari masyarakat sekitar seperti adanya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan sosialnya.

IV. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami proses mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemograman, melakukan tindakan dan berkomunikasi, dan mengevaluasi program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Plant Cirebon dalam membangun citra perusahaan pada masyarakat desa binaan. Kegiatan CSR PT. Indocement mengacu pada rencana kerja yang dibuat berdasarkan pada hasil kegiatan forum BILIKOM, mapping dan survey. Kegiatan ini mengidentifikasi jenis kegiatan yang akan dilaksanakan serta objek kegiatannya. Selain hasil dari forum BILIKOM, mapping dan survey, CSR juga dilakukan bersifat incidental.

Secara garis besar jenis program kegiatan CSR PT. Indocement terdiri dari 5 pilar yang dilakukan secara merata di desa binaan. Program CSR PT. Indocement ini menekankan pada pemberdayaan menuju masyarakat mandiri, memperhatikan kearifan local, dan potensi yang ada pada desa binaan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Mendefinisikan Problem

Berdasarkan prosedur implementasi aktifitas CSR PT. Indocement yang termasuk kedalam proses mendefinisikan masalah dengan mengumpulkan sumber fakta dan data melalui 2 upaya yaitu, formal dan informasl. Upaya formal melalui Forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) yang dilakukan oleh perusahaan dengan masyarakat. Upaya kedua yaitu dengan melakukan kunjungan langsung ke masyarakat tanpa melalui forum. Setelah upaya tersebut dilakukan maka akan dilakukan social mapping dan survey di lapangan.

2. Perencanaan dan Pemograman

Berdasarkan prosedur implementasi aktifitas CSR PT. Indocement yang termasuk kedalam proses perencanaan dan pemograman yaitu dengan menentukan apa yang sudah ada di masyarakat dan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Setelah dilakukannya mendefinisakan problem maka akan ditentukan sasaran untuk penerima program.

3. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi

Berdasarkan prosedur implementasi aktifitas CSR PT. Indocement yang termasuk kedalam proses melakukan tindakan dan berkomunikasi yaitu: CSR Implementation (Pelaksanaan CSR).

4. Mengevaluasi Program

Berdasarkan prosedur implementasi aktifitas CSR PT. Indocement yang termasuk kedalam proses evaluating yaitu dengan melakukan survey kepuasan, monitoring dan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariefianto, L. (2015). Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SEMEN INDONESIA Tbk Dan Dampaknya Terhadap Keberdayaan Masyarakat. *Pancaran*.
- Chrysantin, L. (2013). Strategi Public Relations PT PJB (Pembangkitan Jawa-Bali) Dalam Program CSR Bank Sampah. *JURNAL E-KOMUNIKASI*.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Darwis, R. S., Resnawaty, R., & Hassanah, D. (2019). Peran Pemerintah Dalam Kolaborasi Stakeholders Pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR). *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Diansyah, F. (n.d.). Program CSR PT. DJARUM KUDUS Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Journal of Public Relations*.
- Hastomo, P. A. (n.d.). Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program CSR (Corporate Social Responsibility) PT Multimas Nabati Asahan Di Desa Lalang Kecamatan Medang Desang Kabupaten Batu Bara.
- Herlina, Y., Oktavia, D. A., & Elvawati. (2014). Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. VISI UTAMA MANDIRI (VUM) Di Jorong Sungai Kunit, Kab. Solok Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*.
- Hildawati. (2020). Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kelompok Nelayan Tuna Terhadap Program CSR PT Pertamina RU II Dumai . *PUBLIKA : Jurnal Administrasi Publik*.
- Imran, M. (n.d.). Peran Public Relations Pada Program CSR Dalam Rangka Meningkatkan Citra Positif Perusahaan.
- Kadunci, & Hartati, T. (2023). Ciwaringin Batik Product Development Strategy, Cirebon Regency. *Admisi dan Bisnis*.
- Kusuma, J. P., & Ginting, A. L. (2021). Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Kolaka Dalam Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility (CSR). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*.
- Kuvaini, A., Soesatrijo, J., & Prayoga, A. (2021). Studi Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) Berkelanjutan Di Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit. *Jurnal Citra Widya Edukasi*.

- Maulud, F., & Faletahan, S. F. (2022). Hubungan Tingkat Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Kemandirian Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*.
- Muhtar, S. M., Cangara, H., & Unde, A. A. (2013). Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Oleh Humas PT. SEMEN SENTOSA Terhadap Komunitas Lokal Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. *Jurnal Komunikasi KAREBA*.
- Nainggolan, A. F. (2015). Strategi Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper Di Kabupaten Pelalawan. *Jom FISIP*.
- Nurwulan, R. L., Kurniasih, N., & Umihani. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bidang Lingkungan. *JOURNAL*.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*.
- Rahmadani, Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (n.d.). Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Share: Social Work Jurnal*.
- Rahmat, A., Herry, & Mansyur. (2021). Kepuasan Program Corporate Social Responsibility PT. Biofarma Dalam Membangun Keetahanan Pakan Ternak. *PROfesi Humas*.
- Rahmayani, R., & Silvana, H. (2018). Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*.
- Situmeang, I. V., & Purwatiningsih, S. D. (2017). Program Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Keberdayaan Masyarakat Balong (Kasus PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Teknologi*.
- Syarifuddin, M. C. (2020). Dampak CSR Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Binaan Ternak PT. PLN Tanjung Jati BIn. *Indonesian Journal of Development Economics*.
- Vegawati, S. M., Kumadji, S., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga Di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.