

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk, sebagai produsen semen terbesar dan berkualitas di Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang memiliki komitmen dalam menjalankan kegiatan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan dibentuknya CSR & Security Division yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan kegiatan *corporate social responsibility*. Sehingga pengelolaan kegiatan *corporate social responsibility* lebih fokus dan terarah.

Berdasarkan data dari www.Indocement.co.id, prinsip *corporate social responsibility* Indocement dilaksanakan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan (*corporate values*), mengacu kepada ketentuan pemerintah, *Sustainable Development Goals* (SDGs), tiga pilar pembangunan berkelanjutan “*Triple Bottom Line*”, dan menggunakan ISO 26000 sebagai referensi. Sebagaimana diketahui pada tahun 2016, pelaksanaan kegiatan *corporate social responsibility* Indocement memasuki level baru, dimana kegiatan yang dijalankan perusahaan juga diarahkan untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan yang telah dicanangkan oleh Perserikatan Bangsa - Bangsa (PBB) melalui tiga pendekatan, yakni pembangunan ekonomi, keterbukaan dalam tatanan sosial, serta keberlangsungan lingkungan hidup.

Indocement dalam menjalankan program CSR menetapkan 5 (lima) pilar dan Program Pembangunan Berkelanjutan, yaitu pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial-budaya, agama, pemuda dan olahraga (sosbudagor), dan keamanan, serta Program khusus yang disebut Program Pengembangan Berkelanjutan (SDP), yang antara satu dengan yang lainnya saling berkaitan.

Hampir sama dengan Indocement, Holcim menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* dengan menjalin hubungan saling pengertian dan kerjasama yang baik dengan masyarakat sekitar. Holcim membangun kerjasama yang baik

dengan masyarakat dalam menciptakan lapangan pekerjaan melalui partisipasi masyarakat agar lebih mandiri khususnya masalah pendidikan, kesehatan, dan usaha kecil menengah yang merupakan prinsip dari “membangun bersama” (www.holcim.co.id).

Sedikit berbeda dengan sebelumnya, PT. Semen Gresik yang mana memiliki 4 pilar program CSR yang terdiri atas, (1) SG Peduli, yaitu program yang bergerak dibidang sosial dan ekonomi. (2) SG Prima, yaitu program yang bersinergi dengan program unit pemasaran dan litbang. (3) SG Cerdas, yaitu program yang bergerak pada bidang pendidikan. Dan (4) SG Lestari, yaitu program yang bergerak pada bidang lingkungan.

PT. Semen Gresik memiliki 4 tahapan pengembangan program *corporate social responsibility* yaitu *giving, involving, sharing*, dan mandiri. Keempat tahapan pengembangan ini menjadi sebuah alur bagi PT. Semen Gresik dalam menjalankan program *corporate social responsibility* (www.semengresik.com).

Berbeda lagi dengan PT. Semen Padang yang memiliki 3 besar program *corporate social responsibility* diantaranya adalah (1) program kemitraan, yaitu program yang bertujuan meningkatkan kemampuan usaha kecil mikro dan atau usaha kecil dan koperasi agar menjadi tangguh dan mandiri. (2) Program Bina Lingkungan, yaitu program yang bertujuan untuk meningkatkan dan pemberdayaan kondisi masyarakat (komunitas) lingkungan. Dan (3) CSR – Non PKBL, yaitu program yang bertujuan untuk peningkatan dan pemberdayaan masyarakat lingkungan dalam bentuk bantuan lepas pada aspek sosial, budaya, seni, dan olahraga.

Tidak jauh berbeda dengan perusahaan lainnya PT. Semen Padang juga memiliki siklus pelaksanaan *corporate social responsibility* yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan keberlanjutan. Keempat siklus ini menjadi acuan atau dasar bagaimana pelaksanaan *corporate social responsibility* perusahaan (www.semenpadang.co.id).

Berdasarkan implementasi *corporate social responsibility* keempat perusahaan di atas, kita dapat melihat bahwa semua perusahaan mengarahkan program *corporate social responsibility* pada arah pembangunan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah terkait program pembangunan berkelanjutan. Perusahaan dituntut untuk mampu menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* dengan kegiatan yang mendukung *Sustainable Development Goals* atau SDGs.

Salah satu tujuan dari *Sustainable Development Goals* atau SDGs adalah mengentaskan kemiskinan artinya melalui SDGs diharapkan kemandirian pada masyarakat dapat tercapai. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam mewujudkan kemandirian masyarakat adalah melalui pemberdayaan masyarakat. Pada saat ini kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan mulai diarahkan pada program pemberdayaan masyarakat yang kemudian dapat mendukung *Sustainable Development Goals* atau SDGs. Hal ini dapat kita lihat dari implementasi *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh keempat perusahaan yang telah dijelaskan di atas.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi pada komunitas setempat ataupun masyarakat luas yang bersamaan dengan peningkatan taraf hidup karyawan beserta seluruh keluarganya.

Kegiatan *corporate social responsibility* merupakan salah satu kegiatan yang mampu menunjang citra. Ketika perusahaan sudah bertanggung jawab pada masyarakat, maka masyarakat juga akan memandang perusahaan sebagai perusahaan yang bertanggung jawab. Sehingga perusahaan akan mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat. Ketika kita berbicara terkait dengan citra, kita juga sedang berbicara tentang peran *public relations* yang mana salah satu peran dan tanggungjawab seorang *public relations* adalah memperbaiki, membangun, dan mempertahankan citra.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, persaingan dunia bisnis mulai berkembang dengan pesat, baik swasta maupun pemerintah. Dalam mempertahankan kelangsungan bisnis, perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan peningkatan penjualan dan operasional perusahaan saja tetapi juga dibutuhkan faktor lainnya diantaranya publikasi yang baik bagi perusahaan. Upaya yang dapat dilakukan untuk mendapatkan publikasi yang baik tentu saja perusahaan harus mampu mempertahankan citra. Dengan mengkolaborasikan antara peningkatan penjualan, operasional perusahaan, citra, dan publikasi yang baik maka perusahaan akan mampu bertahan di tengah derasnya persaingan.

Atas komitmen Indocement dalam menjalankan semua kegiatan perusahaan, Indocement mendapatkan penghargaan Top Brand Award dua tahun berturut turut yaitu pada tahun 2017 dan 2018. Hal ini menunjukkan citra Indocement yang sudah baik sehingga perlu dipertahankan.

SEMEN			SEMEN PUTIH			MORTAR		
MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP
Tiga Roda	53.3%	TOP	Tiga Roda	37.5%	TOP	Tiga Roda	34.5%	TOP
Semen Gresik	15.1%	TOP	Semen Gresik	17.3%	TOP	Mortar Utama	27.3%	TOP
Holcim	13.4%	TOP	Mortar Utama	16.6%	TOP	Holcim	18.9%	TOP
Tonasa	6.5%		A-Plus	13.9%		Semen Indonesia	6.1%	
Padang	4.9%							

Gambar 1.1. Top Brand Award 2017 Kategori Bahan Bangunan
 Sumber : www.topbrand-award.com

SEMEN			SEMEN PUTIH			MORTAR		
MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP
Tiga Roda	56.4%	TOP	Tiga Roda	48.3%	TOP	Tiga Roda	57.0%	TOP
Gresik	20.7%	TOP	Mortar Utama	19.8%	TOP	Mortar Utama	24.1%	TOP
Holcim	9.3%		Semen Indonesia	9,8%		Mortar Merapi	3.2%	
Tonasa	5.1%					Indotama	3.0%	
Padang	4.7%					Grand Elephant	2.7%	

Gambar 1.2. Top Brand Award 2018 Kategori Bahan Bangunan
 Sumber : www.topbrand-award.com

Gambar 1.1 dan gambar 1.2 menunjukkan bagaimana keberadaan produk yang dihasilkan oleh Indocement dimata masyarakat. Gambar di atas menjadi salah satu hal yang menunjukkan bahwa Indocement dikenal baik dimata masyarakat, dengan demikian Indocement memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Keadaan tersebut perlu terus dipertahankan agar citra Indocement dimata masyarakat dapat terus bertahan dari tahun ke tahun sehingga akan berdampak pada eksistensi dan kelangsungan perusahaan.

Tahun 2015 - 2018 Indonesia melakukan pembangunan infrastruktur yang cukup besar. Hal ini terlihat dalam laporan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) menunjukkan lonjakan indeks infrastruktur Indonesia yang mengalami peningkatan, yang semula berada pada peringkat 62 sekarang naik 10 peringkat ke urutan 52 (Ariyanti, 2018). Adapun infrastruktur yang dibangun diantaranya pembangunan jalan, bendungan, rumah, transportasi, dan lain sebagainya. Selain itu, alokasi anggaran untuk pembangunan infrastruktur juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari Gambar 1.3 yang menjelaskan tentang indeks infrastruktur Indonesia.



Gambar 1.3. Indeks Infrastruktur Indonesia
Sumber : Liputan6.com

Melihat perkembangan indeks infrastruktur Indonesia, persaingan dalam dunia industri jasa konstruksi, penyedia bahan bangunan, dan industri lainnya yang berkaitan dengan pembangunan infrastruktur tentu akan mengalami peningkatan persaingan yang cukup tajam. Dibutuhkan berbagai upaya agar sebuah perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra (Studi pada Program Pemberdayaan Masyarakat Kampung Kaleng dan Kampung Batik Ciwaringin oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk)”.

1.2 Fokus Penelitian

Berbagai kegiatan *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh Indocement pada akhirnya bertujuan pada kemandirian masyarakat. Kemandirian masyarakat ini menjadi tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan *corporate social responsibility* Indocement.

Atas komitmen Indocement dalam menjalankan kegiatan *corporate social responsibility*, pada tahun 2017 Indocement mendapatkan penghargaan Top CSR 2017, penghargaan ICSRA (*Indonesia Corporate Social Responsibility Award*) tahun 2017, menjadi satu - satunya perusahaan yang bergerak dalam industri semen yang masuk 7 besar ICSRA (*Indonesia Corporate Social Responsibility Award*). Hal tersebut menunjukkan pengakuan dari pihak luar atas dedikasi dan keberhasilan dari kegiatan *corporate social responsibility* yang dilaksanakan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan berfokus pada implementasi *corporate social responsibility* program pemberdayaan masyarakat Kampung Kaleng dan Kampung Batik Ciwaringin oleh PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. dalam mempertahankan citra.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut. Bagaimana Implementasi *Coorporate Social Responsibility* program pemberdayaan masyarakat Kampung Kaleng dan Kampung Batik Ciwaringin oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk dalam mempertahankan citra?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan signifikansi dan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi dari *corporate social responsibility* program pemberdayaan masyarakat Kampung Kaleng dan Kampung Batik Ciwaringin oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dalam mempertahankan citra.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi Ilmu Komunikasi *public relations*, khususnya dalam bidang *corporate social responsibility*.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi *public relations*, khususnya dalam bidang *corporate social responsibility*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran praktis kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations* untuk menerapkan teori atau kajian akademis yang telah dipelajari selama perkuliahan serta penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana implementasi kegiatan *corporate social responsibility* dalam mempertahankan citra.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi instansi bagaimana program *corporate social responsibility* dapat diimplementasikan untuk mempertahankan citra.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka peneliti membagi sistematika penulisan menjadi lima bab, dimana bab satu dengan bab yang lainnya merupakan satu rangkaian susunan, yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat signifikansi penelitian, pertanyaan penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian konsep - konsep yang berkaitan dengan penelitian diantaranya terkait komunikasi organisasi, *public relations*, *corporate social responsibility*, implementasi, dan citra.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang dimensi penelitian, metode pengumpulan data, penetapan *key informan* dan *informan*, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi Penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini akan menjabarkan hasil penelitian termasuk didalamnya hasil wawancara dan hasil observasi, serta pembahasan yang didalamnya akan dijabarkan keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA