



MODEL TRANSFER PESAN CSR (CORPARATE SOCIAL RESPONSIBILITY) PERTAMINA KEPADA MASYARAKAT

Oleh

Wahyu Ziaulhaq

Program studi komunikasi dan penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Aceh Tamiang

Email: wahyuziaulhaq@gmail.com

Article History:

Received: 07-09-2022

Revised: 15-09-2022

Accepted: 24-10-2022

Keywords:

Model Transfer Pesan, CSR, Masyarakat Muslim

Abstract: Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan model transfer pesan CSR (Corparate Social Responsibility) Pertamina pada masyarakat. Tujuan penelitian ini sebagai edukasi kepada pembaca bahwa CSR memiliki hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Jenis penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif ilmiah. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi dan wawancara lalu kemudian data yang telah diperoleh dilakukan analisis mendalam secara ilmiah Hasil penelitian ini adalah: Pertama, komunikasi CSR Pertamina kepada tokoh agama guna mengidentifikasi ritual kegiatan keagamaan masyarakat. Kedua, Komunikasi CSR Pertamina kepada Lembaga Pendidikan formal guna turut aktif dalam pengembangan sumber daya manusia yang mumpuni. Ketiga, komunikasi kemitraan CSR Pertamina kepada pengusaha kecil menengah guna memperkuat kualitas ekonomi masyarakat. Keempat, komunikasi kemitraan CSR Pertamina kepada peternak budidaya ikan lele terkait distribusi hasil panen perairan, semua rangkaian kegiatan dilakukan secara persuasif dan humanis.

© 2023 E-JOIN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Pola komunikasi CSR Pertamina senantiasa menyampaikan pesan-pesan yang jujur, santun, menyejukkan umat, bermuatan seruan pembangunan konstruktif sumber daya manusia dan diterapkan dalam setiap perencanaan kegiatan-kegiatan program CSR dengan target pencapaian yang sifatnya jangka pendek dan jangka panjang. Pelaksanaan sosialisasi program tanggung jawab perusahaan adalah wujud dari pada komitmen perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial terhadap masyarakat maupun lingkungan di sekitar daerah operasioanl perusahaan.PT Pertamina juga kerjasama dengan media untuk mempublikasikan kegiatan CSR. CSR Pertamina di Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang melaksanakan empat pilar atau empat prinsip komunikasi yakni; a) CSR Pertamina cerdas berkaitan dengan pendidikan, b) CSR Pertamina berdikari berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat, c) CSR Pertamina sehat berkaitan dengan kesehatan, dan d) CSR pertamina berkaitan dengan lingkungan

dapat dikategorikan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didasari bahwa komunikasi yang dibangun oleh CSR Pertamina di Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang dikategorikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini juga didasari oleh komitmen bersama dalam membangun ekonomi kerakyatan melalui komunikasi interpersonal dan kelompok oleh CSR Pertamina terhadap masyarakat setempat. Selain empat pilar prinsip komunikasi di atas, CSR Pertamina Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang mengimplementasikan tiga karakteristik komunikasi yang dibangun untuk memperkuat ekonomi kerakyatan, pendidikan, kesehatan, pemberdayaan dan kesejahteraan rakyat Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang.(A.D.A, 2016)

CSR Pertamina membangun komunikasi kelompok berbasis sosialisasi dan seminarisasi. Di antaranya adalah berbasis '*Guiding System*'. Yakni sistem penyuluhan (hal ini lebih ditekankan pada penyuluhannya bukan pada pemandu) di mana masyarakat Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang disuguhkan tentang sistem penyuluhan di bidang kesehatan, dan ketenaga kerjaan. CSR Pertamina membangun komunikasi persuasif berbasiskan pada korporasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya koordinasi tentang pencapaian kesejahteraan, sebab dengan hadirnya CSR Pertamina di Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang dapat dirasakan manfaatnya terutama dalam pencapaian kesejahteraan untuk menuntaskan angka kemiskinan. Program CSR yang dijalankan oleh perusahaan hendaknya dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek kehidupan sehingga memiliki manfaat jangka panjang bagi penerimanya. pendekatan CSR hendaknya dilakukan secara *holistic*. Artinya, pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dalam kegiatan bisnis semata, melainkan juga bergerak dari yang sifatnya derma (*charity*) menuju ke arah CSR yang lebih menekankan pada keberlanjutan pengembangan masyarakat (*community development*). Melihat latar belakang di atas, maka hal ini diperlukan satu kajian yang mendalam atas strategi pengembangan komunikasi yang dilakukan dan dikembangkan oleh CSR Pertamina Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang sebagai bentuk upaya konsolidasi dan korporasi perusahaan dengan masyarakat dalam membangun ekonomi kerakyatan, kesejahteraan, kesehatan dan ketenaga kerjaan melalui pola komunikasi CSR Pertamina berdasarkan pada tiga komunikasi (komunikasi interpersonal berbasiskan pada *guiding principle*, Komunikasi Kelompok berbasiskan (*guiding system*) dan komunikasi persuasif berbasiskan pada korporasi (*partnership*). Oleh karena demikian, maka peneliti sangat tertarik untuk mengembangkannya menjadi sebuah judul penelitian dengan sebuah judul tesis; "Pola Komunikasi Corporate Social Responsibility Pertamina Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang.(Fitrah, 2015)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut yang berusaha untuk mengungkap fakta-fakta /fenomena-fenomena sebenarnya yang terjadi di lapangan. Penelitian ini mempunyai ciri-ciri antara lain *setting* yang aktual, peneliti adalah instrumen kunci, data bersifat deskriptif, menekankan kepada proses, analisis datanya bersifat induktif, dan *meaning* (pemaknaan) tiap peristiwa adalah merupakan perhatian yang esensial dalam penelitian kualitatif. Di katakan fakta-fakta karena sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan peristiwa sosial, dengan cara mengungkapkan peristiwa-peristiwa faktual di lapangan dan

mengungkapkan nilai-nilai yang tersembunyi (*hidden value*), lebih peka terhadap informasi-informasi yang bersifat deskriptif dan berusaha mempertahankan keutuhan obyek yang diteliti. Pendekatan. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif analitis. pendekatan deskriptif analitis bertujuan untuk melukiskan, memaparkan, menjabarkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Pendekatan ini juga bertujuan untuk mendapatkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu atau kelompok masyarakat maupun organisasi dalam setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang komprehensif. Untuk memberikan bobot yang lebih tinggi pada metode ini, maka data atau fakta yang ditemukan dianalisa dan disajikan secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Di samping pendekatan yang digunakan yakni deskriptif analitis, seluruh rangkaian cara kerja atau proses penelitian kualitatif ini berlangsung secara simultan (serempak), dilakukan dalam bentuk pengumpulan, pengolahan dan menginterpretasikan sejumlah data dan fakta yang ada dan selanjutnya disimpulkan. (Kurnianto & Fakultas, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pertamina kepada Lembaga Pendidikan Formal guna Memperkuat Kompetensi Masyarakat Muslim.

Pengetahuan dan pendidikan dua hal yang saling melengkapi dan terkait satu sama lain. Tanpa pengetahuan, keterampilan tidak akan mudah dilaksanakan, karena keterampilan sebagai penunjang atau realisasi dari pengetahuan yang didapatkan. memperkuat pengetahuan dan kemampuan dalam memecahkan masalah yang dihadapi serta menumbuhkan kembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandirian mereka melalui pertemuan rutin antar anggota dimana disitu terjadi interaksi antar anggota dan memecahkan berbagai masalah yang dihadapi dan melakukan berbagai pelatihan untuk menambah pengetahuan yang dimiliki petani. Pendidikan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam kehidupan. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara. Tinggi rendahnya pendidikan menggambarkan kualitas sumber daya manusia diwilayahnya.

2. Sosialisasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pertamina kepada Masyarakat Muslim dalam Pemberdayaan Ekonomi dengan Memanfaatkan Media Digital.

Kegiatan pemberdayaan ekonomi digital terhadap masyarakat muslim yakni tindakan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan suatu kelompok tertentu di suatu daerah. Pemberdayaan masyarakat tersebut biasa dikenal dengan istilah pengembangan (*empowerment*) masyarakat. pemberdayaan berpusat pada masyarakat muslim sehingga masyarakat muslim berperan aktif dalam proses pemberdayaan tersebut. Pemberdayaan ekonomi masyarakat muslim bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri, mampu menggali dan memanfaatkan potensi-potensi yang ada didaerahnya dengan memegang tegas asas keIslaman, dan membantu masyarakat untuk terbebas dari keterbelakangan atau kemiskinan. Setiap desa atau wilayah memiliki potensi, kondisi daerah, dan karakteristik masyarakat muslim yang berbeda-beda. Intinya bahwa masing-masing desa memiliki ciri khas yang

berbeda dengan desa lainnya. Untuk itu dalam upaya pemberdayaan, masyarakat desa setempat harus lebih banyak terlibat dalam kegiatan tersebut. Karena masyarakatnya lebih mengetahui potensi dan kondisi desanya. CSR PT Pertamina hanya bertindak sebagai fasilitator sekaligus sebagai penyelenggara program pemberdayaan. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya menjadi tanggung jawab CSR PT Pertamina, karena yang menjadi subyek dari pemberdayaan adalah masyarakat desa itu sendiri. Upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat muslim untuk mengubah suatu keadaan atau kondisi masyarakat baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraannya. Pemberdayaan ekonomi masyarakat muslim dilakukan dalam rangka peningkatan taraf hidup masyarakat, sehingga sangat diperlukan pola pemberdayaan yang tepat sasaran untuk memberikan kesempatan pada kelompok miskin agar merencanakan dan melaksanakan program pembangunan yang telah ditentukan. (Oktina et al., 2020)

3. Sosialisasi Pemberdayaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Pertamina kepada Petani Sawit Berupa Sentral Pemberdayaan Tani Sawit.

Tak bisa dipungkiri, petani sawit merupakan profesi yang memberi dampak bagi kehidupan seluruh masyarakat Indonesia. Di tengah pergerakan roda ekonomi yang dimotori industri, keberadaan petani sawit tetap dibutuhkan dan menempati posisi yang sentral. Dengan demikian lahan pertanian sawit dan perubahan iklim yang terjadi, banyak kendala yang dihadapi petani sawit. Kesejahteraan petani sawit pun semakin susah diraih, mengingat keterbatasan petani dalam memasarkan hasil bumi yang mereka hasilkan dan harga sawit kian hari semakin anjlok berkisaran seribu rupiah per satu kilogram. Saat ini, profesi petani sawit tak luput pula mendapat perhatian dari beberapa perusahaan besar di Kabupaten Aceh Tamiang sebagai sasaran kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) PT. Pertamina. adalah daerah yang kering dan susah air karena merupakan wilayah eksplorasi gas, minyak dan hasil bumi lainnya padahal banyak masyarakat di wilayah sekitar yang berprofesi sebagai petani sawit. Kondisi ini membuat hasil panen para petani sekitar tidak dapat memenuhi berbagai kebutuhan ekonomi. Bekerja sama dengan Pemerintah Desa diseluruh Kabupaten Aceh Tamiang, Pertamina melaksanakan program Sentral Pemberdayaan Tani (SPT) di daerah tersebut. Melalui program ini diharapkan, para petani mampu menggarap tanahnya dengan tanaman produktif. Sehingga, mampu memberikan nilai tambah. Kegiatan pemberdayaan dilaksanakan sejak 2018 lalu hingga sekarang, kini sejumlah petani di Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang telah merasakan manisnya panen sawit yang diberdayakan di wilayah mereka secara modern dengan melakukan hubungan rekonsiliasi dengan para pengusaha minyak kelapa sawit agar tidak ada cukong-cukong yang memainkan harga sehingga tidak merugikan petani sawit. petani sawit yang tergabung dalam kegiatan pemberdayaan yang diselenggarakan oleh CSR PT Pertamina menuai panen buah yang memuaskan CSR PT. Pertamina mengatakan, melalui program sentral pemberdayaan petani, perusahaan Pertamina telah berhasil menghantarkan para petani sawit menuai hasil jerih payahnya menanam sawit sehingga bisa menghidupi keluarganya.

4. Sosialisasi Kemitraan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pertamina kepada Pemilik Industri Rumahan (*Home Industry*)

Kemitraan dalam bidang industri adalah kemitraan dengan bentuk yang

sama dengan kemitraan yang pertama. Perusahaan memberikan modal usaha bagi pelaku usaha seperti industri mebel. Pelaku industri ini hanya diwajibkan untuk mengembalikan pokok modal dengan cara kredit kepada masyarakat yang sedang menggeluti usaha industri kecil dan menengah. Kemitraan dalam bidang industri kecil ini berupa pembuatan tempe, tahu, kue dan souvenir. Kegiatan industri rumahan menggunakan strategi pembangunan yang bertujuan untuk memfasilitasi proses transformasi dari sektor pertanian ke sektor industri melalui pendekatan pertumbuhan pusat. (*Growth centre*), serta menempatkan industri sebagai *leading sector*. Dan industri rumahan dipandang mampu untuk menjadi salah satu bagian dari industri yang potensial untuk dikembangkan menuju sasaran dari strategi pembangunan tersebut. Industri rumahan mempunyai peran yang sangat strategis untuk dapat meningkatkan pendapatan, perluasan kesempatan kerja, peluang kesempatan berusaha dan juga mengatasi kemiskinan. Komunikasi Industri rumahan kepada CSR PT Pertamina agar CRS Pertamina permasalahan masyarakat yang sedang dihadapi. Selain industri rumahan CSR PT Pertamina juga membangun kemitraan dengan pelaku para distributornya, hal tersebut dilakukan agar para pengusaha industri kecil tidak kesulitan mendistribusikan barang produksinya dari pengusaha industri rumahan. (Luthfi, 2017)

5. Sosialisasi kemitraan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pertamina kepada Pedagang Kecil yang Berdagang di Sekitar PT. Pertamina.

Kemitraan atau patnership bisnis terdapat perjanjian formal antara dua orang atau lebih yang dibuat dan disepakati untuk menjadi rekan pemilik (*co-owner*), saling mendistribusikan tanggung jawab untuk menjalankan organisasi dan berbagi pendapatan atau kerugian yang dihasilkan bisnis. Kemitraan umum terdiri dari dua atau lebih pemilik untuk menjalankan bisnis. Dalam kemitraan ini, setiap mitra mewakili perusahaan dengan hak yang sama. Semua mitra dapat berpartisipasi dalam kegiatan manajemen, pengambilan keputusan, dan memiliki hak untuk mengendalikan bisnis. Demikian pula, keuntungan, hutang, dan kewajiban dibagi sama rata dan dibagi rata. Dengan kata lain, pengertian kemitraan umum dapat dikatakan sebagai kemitraan dimana hak dan tanggung jawab dibagi sama rata dalam hal pengelolaan dan pengambilan keputusan. Setiap mitra harus bertanggung jawab penuh atas hutang dan kewajiban yang ditanggung oleh mitra lainnya. Jika satu mitra digugat, semua mitra lainnya dianggap bertanggung jawab. Kreditor atau pengadilan akan memegang aset pribadi pasangan. Oleh karena itu, sebagian besar mitra tidak memilih kemitraan ini.

Salah satu bentuk kemitraan yang dilakukan oleh CSR PT Pertamina Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang dengan masyarakat adalah dalam bentuk kemitraan perdagangan. Format kemitraan adalah CSR PT Pertamina memberikan bantuan modal usaha kepada masyarakat. Masyarakat hanya diwajibkan untuk mengembalikan modal pokok bantuan kepada CSR PT Pertamina. Kemitraan dengan pelaku perdagangan merupakan kemitraan pemberian pinjaman modal usaha lunak yang diberikan kepada warga sekitar PT Pertamina, namun tidak menutup kemungkinan program kemitraan juga diberikan kepada masyarakat muslim luar perusahaan pertamina. Program Kemitraan dalam Bidang Perdagangan antar CSR PT Pertamina dengan masyarakat muslim. (Linda, 2020)

6. Sosialisasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pertamina dalam Membangun Kemitraan kepada Peternak Ikan Lele.

Selain membangun komunikasi kemitraan dengan pelaku perdagangan dan pelaku industry, kemitraan juga dilakukan dengan para peternak ikan lele. CSR PT Pertamina Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang memberikan bantuan modal kepada warga sekitar untuk modal membeli ternak berupa ikan lele kemudian dipelihara, dibesarkan dan dijadikan ikan konsumsi. Peternak ikan lele hanya diwajibkan untuk membayar pokok modal kepada CSR PT Pertamina yang dibayar secara bertahap (kredit) yaitu sebulan sekali. Peternak juga diperbolehkan untuk membayar modal sekaligus tanpa harus dicicil sesuai dengan kemampuan bayar. Komunikasi kemitraan kepada peternak ikan lele sebagai bagian dari pembangunan peternakan air akan terkait dengan reorientasi pada kebijakan pembangunan peternakan ikan lele. komunikasi kepada peternak ikan lele mempunyai paradigma baru, yakni secara makro berpihak kepada rakyat, adanya pendelegasian tanggung jawab, perubahan struktur dan pemberdayaan masyarakat guna menjadi masyarakat muslim yang sejahtera. (Kurnianto & Fakultas, 2020)

KESIMPULAN

CSR Pertamina memiliki hubungan harmonis kepada masyarakat, tujuan utama terbinanya hubungan tersebut ialah membangun suasana yang harmonis dan kondusif antara PT. Pertamina dan Masyarakat. namun disamping itu juga PT. Pertamina berupaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar PT. Pertamina. CSR Pertamina memainkan peranan strategis dalam peningkatan ekonomi masyarakat sehingga kualitas hidup masyarakat bisa lebih baik hari demi hari, kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan ialah melakukan pemberdayaan dalam bidang budidaya hewan ternak seperti ikan lele serta pendistribusiannya, melakukan pembinaan budidaya tanaman seperti menam sawit yang baik dan benar, melakukan pembinaan industri rumah dan berbagai rangkaian kegiatan lainnya yang bernilai ekonomis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.D.A, M. S. (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) Oleh. *Perpustakaan UNS*, 1–18.
- [2] Oktina, D. A., Sari, E. S., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence : Journal of Management Studies*, 14(2), 184–202. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8962>
- [3] Fitrah, M. (2015). PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI PT. PERTAMINA (PERSRO) CABANG BIMA IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY PT PERTAMINA (PERSERO) BRANCH OF BIMA Muhammad. 264–281.
- [4] Kurnianto, E. A., & Fakultas. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja. 02(02), 87–108.
- [5] Linda. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt Bank Danamon Indonesia,Tbk). *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(1), 53–61. <https://doi.org/10.26618/inv.v2i1.3184>
- [6] Luthfi, M. (2017). Peran Komunikasi dalam Organisasi Perusahaan. *Jurnal Warta*, 54(9), 1689–1699.