Strategi komunikasi dan implementasi program corporate social responsibility dan community development badan usaha milik negara: Kasus PT Pupuk Kalimantan Timur Tbk. sebelum dan sesudah penerapan otonomi daerah

Tedy Nawardin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109080&lokasi=lokal>

Abstrak

Untuk mencapai reputasi yang baik, perusahaan melakukan berbagai kegiatan strategis. Salah satunya melalui program community relations. Bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN), program community relations yang dapat dilakukan adalah program corporate social responsibility (CSR) dan community development (Comdev).

Prinsip yang terkandung dalam CSR adalah charity dan stewardship. CSR adalah kewajiban perusahaan untuk melindungi dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Sedangkan Comdev lebih menitikberatkan pada prinsip pemberdayaan masyarakat.

Reputasi perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain visi, kebijakan formal perusahaan, budaya organisasi, komunikasi, identitas perusahaan dan citra negara atau industri. Faktor-faktor ini harus dapat dikomunikasikan dengan baik melalui strategi komunikasi korporasi. Dalam kaitan dengan perubahan lingkungan yaitu implementasi otonomi daerah, BUMN dapat menerapkan strategi untuk mengharmoniskan tujuan perusahaan dengan perubahan dan tujuan perusahaan dengan harapan publik. Strategi respon sosial ini relevan dalam strategi komunikasi dan implementasi program CSR dan Comdev dan bisa dikaitkan dengan strategi buffering dan bridging ketika perusahaan berhubungan dengan lingkungan.

Melalui penelitian kualitatif, peneliti mencoba mengkaji strategi komunikasi dan implementasi program CSR dan Comdev BUMN dikaitkan dengan adanya implementasi otonomi daerah. Penelitian evaluatif ini dilakukan di PT Pupuk Kalimantan Timur Tbk. Data didapat melalui kajian kepustakaan dan wawancara mendalam dengan beberapa informan yang telah ditentukan. Data tersebut dianalisis dengan mengikuti proposisi teoritis atau kerangka konsep yang membawa pada studi evaluasi dan dengan mengembangkan kerangka kerja deskriptif untuk mengorganisasikan studi evaluasi.

Dari analisis data ditemukan bahwa perubahan lingkungan dengan adanya implementasi otonomi daerah membawa perubahan kebijakan dan konsep bagi BUMN dalam strategi komunikasi dan implementasi program CSR dan Comdev. Strategi komunikasi yang awalnya low profile dibenahi menjadi lebih proaktif dengan penguatan aspek-aspek kualitatif komunikasi formal dan memperbaiki komunikasi informal dengan stakeholder. Sedangkan implementasi program Comdev mengalami perubahan, baik fokus daerah binaan maupun alokasi dana.

Keberhasilan BUMN, khususnya dalam melaksanakan program Comdev tidak serta merta dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan program Comdev yang lebih komprehensif untuk diterapkan di

sebuah daerah. Perbedaan kepentingan antara pe-nerintah, perusahaan dan stakeholder keduanya bisa menjadikan program ini kurang berjalan dengan baik. Salah satu perubahan lingkungan yang membawa dampak dalam strategi komunikasi program ini adalah dengan diterapkannya otonomi daerah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi BUMN dan perusahaan lainnya dalam menata dan membenahi program CSR dan Comdev. Perubahan yang dapat dilakukan adalah menempatkan program CSR yang mengandung prinsip charity dan stewardship sebagai investasi sosial perusahaan (corporate social investment) sehingga dapat menumbuhkan kemandirian bagi masyarakat. Dengan demikian, program CSR akan sinergi dengan program Comdev sebagai upaya perusahaan untuk mencapai reputasi yang baik. Dari sisi akademis, bidang kajian Comdev yang relatif lebih banyak dibahas dalam perspektif ilmu kesejahteraan sosial atau social welfare dengan menitikberatkan pada pendekatan kemasyarakatan. Karena BUMN juga melakukan program ini, maka diharapkan Comdev juga bisa dikembangkan dalam perspektif ilmu komunikasi sehingga menjadi bidang yang menarik dalam kajian corporate communications.