

Kegiatan community relations PT. Pertamina (persero) melalui program community development sebagai salah satu strategi corporate social responsibility

Ince Anggraini B., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20289156&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar pula tantangan yang dihadapi baik bersifat internal maupun eksternal. Kekuatan bisnis yang semakin besar ini pula yang mendorong tumbuhnya harapan-harapan dari publik dan komunitas yang menuntut agar setiap perusahaan semakin bertanggungjawab dalam setiap perilakunya. Berkaitan dengan tanggungjawab ini PT Pertamina mewujudkannya dalam strategi Corporate Social Responsibility (CSR). Menyadari bahwa bisnis Pertamina rentan terhadap timbulnya gesekan dengan komunitas terutama komunitas lokal dengan unit-unit operasional, maka perusahaan perlu mempertimbangkan keberadaan komunitas tersebut dengan menjalin hubungan sebaik mungkin dengan komunitas sebagai stakeholders perusahaan (corporate community relations). Sebagai implementasi dari kegiatan community relations perusahaan, maka Pertamina melaksanakan program community development sebagai bagian dari strategi CSR Program ini menjadi tanggungjawab Divisi Hupmas Pertamina, yang dalam pelaksanaannya mengandung resiko terhadap citra dan reputasi perusahaan, karena disamping perusahaan dituntut untuk mengatasi permasalahan sosial komunitas setempat, perusahaan juga mengeluarkan dana yang tidak sedikit dalam kegiatan ini. Hupmas Pertamina sebagai penanggungjawab kegiatan CSR dan community relations tentunya harus mengembangkan strategi yang efektif dan sesuai agar perusahaan mendapat imbal balik semaksimal mungkin dengan prinsip kemaslahatan bersama antara perusahaan dan komunitasnya sebagai landasan. Sehingga diperlukan suatu langkah-langkah terencana dan sistematis yang harus dilakukan dalam proses kegiatan program community development tersebut, dengan pertimbangan terhadap berbagai aspek yang disesuaikan dengan karakter dan eksistensi perusahaan baik dalam perspektif internal maupun eksternal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji langkah-langkah kegiatan community relations PT Pertamina melalui program community development sebagai salah satu strategi CSR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Unit observasi adalah Divisi Hupmas PT Pertamina sedangkan unit analisisnya adalah individu informan bagian external Hupmas PT Pertamina. Untuk pengumpulan data primer, penulis melakukan wawancara dengan dua orang informan Hupmas Pertamina, yakni yang berada di kantor pusat Pertamina yang khusus menangani program CSR PT Pertamina. Pada temuan dan analisis data, peneliti menerima dan menggunakan teori rancangan organisasional yang telah ada dengan suatu disiplin yang berkaitan dengan community relations. Mengacu pada konsep Scoot M. Cutlip Center mengenai langkah-langkah kegiatan community relations, maka dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari lima langkah-langkah kegiatan community relations, Hupmas Pertamina melakukan semua langkah kecuali evaluasi. Hasil penelitian tersebut sekaligus menunjukkan bahwa Hupmas Pertamina belum optimal melaksanakan kegiatan community relations khususnya dalam program community development sebagai salah satu strategi CSR. Untuk mencapai tujuan program community development yaitu mencegah terjadinya benturan budaya lokal dan kesenjangan sosial ekonomi, disini Hupmas Pertamina dapat menerapkan strategi CSR yang sampai saat ini masih terus dikembangkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, sudah saatnya bagi praktisi humas atau public relations memandang

program community development sebagai bagian dari strategi CSR yang bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis dan menciptakan kondisi yang kondusif guna mendukung pertumbuhan perusahaan, serta bagian dari upaya membangun citra perusahaan. Hal ini sangat penting, apalagi divisi hupmas mampu memberikan kontribusi dalam upaya-upaya perusahaan yang bersifat strategis atau jangka panjang, terutama perusahaan BUMN seperti Pertamina ini.