

UNIVERSITAS INDONESIA

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

OLEH PT AETRA AIR JAKARTA

**(Studi Evaluasi Program “Kampoeng Bangkit” Khususnya di
Pademangan Timur - Jakarta Utara)**

SKRIPSI

CARLA VALENCIA

0806345871

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

OLEH PT AETRA AIR JAKARTA

**(Studi Evaluasi Program “Kampoeng Bangkit” Khususnya di
Pademangan Timur - Jakarta Utara)**

SKRIPSI

Ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

CARLA VALENCIA

0806345871

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT

DEPOK

JANUARI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Carla Valencia

NPM : 0806345871

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Carla Valencia

NPM : 0806345871

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi :

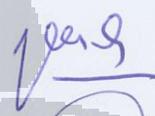
Implementasi *Corporate Social Responsibility* oleh PT Aetra Air Jakarta (Studi Evaluasi Program “Kampoeng Bangkit” Khususnya di Pademangan Timur - Jakarta Utara)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing:

Dra. Vida Aulia Parady, M.A

()

Penguji Ahli:

Drs. Eman Sulaeman

()

Ketua Sidang:

Dra. Ken Reciana, M.A

()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 10 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Banyak sekali aral melintang dan kejadian terjadi selama pembuatan skripsi ini namun berkat kemudahan yang diberikan oleh-Nya, saya bisa menyelesaikan skripsi ini sesuai target saya.

Saya berharap penelitian ini tak hanya sebagai tugas akhir saja tapi juga dapat memberikan sumbangsih kepada ilmu komunikasi dan orang lain. Saya menyadari karya ini sangat jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Namun saya memiliki harapan yang besar agar skripsi ini dapat menambah ranah kajian komunikasi, terutama mengenai upaya perusahaan dalam memperhatikan komunitas dan lingkungan melalui program *Corporate Social Responsibility*.

Skripsi ini merupakan titik balik pengalaman akademis saya selama berada di kampus ini. Skripsi ini juga bagian penting dan berharga bagi perjalanan hidup saya. Saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih banyak kepada pembimbing skripsi saya, Dra. Vida Aulia Parady, M.A, atas bimbingannya, ilmu, dan keyakinan yang diberikan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Depok, 10 Januari 2012

Carla Valencia

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Hubungan Masyarakat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Vida Aulia Parady, M.A, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Drs. Eman Sulaeman, selaku dosen penguji ahli yang telah menyediakan waktunya untuk menguji skripsi ini;
3. Dra. Ken Reçiana, M.A, selaku Ketua Sidang Presentasi Skripsi;
4. Dra. Henny SW, M.Si, selaku Pembimbing Akademis saya;
5. Seluruh dosen, staf pengajar serta pegawai sekretariat Program S1 Reguler Ilmu Komunikasi FISIP UI;
6. Para Informan yang telah bersedia memberikan waktu dan pikirannya dalam penyusunan skripsi ini;
7. Karnadi, B.Sc dan Mulyani, BA, selaku orang tua saya, Carlos Valentino, adik saya, serta keluarga saya lainnya yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan makanan;

8. Uda Oktoberia Heri dan Ali Hozi yang telah bersedia memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
9. Catherina Intan, Edwar Andiko Heri, Elisabeth Maria, Nur Fithry Amalia, Irene Saskia, Louise Catherine, Chyntia Monica Fabella, Cleisia Tyas ATI, Irene Nataprawira, dan Shienny Anggraini yang selalu menyemangati dan membantu saya dalam penyusunan sampai presentasi sidang skripsi ini;
10. Sahabat-sahabat Komunikasi angkatan 2008 (*We are One, Go, Fight, Win!*). Saya akan selalu merindukan kenangan-kenangan kita bersama;
11. Semua orang yang mungkin lupa saya cantumkan namanya dan telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini;
12. *Last but not least*, Ferdinandus Hendika Adiyasa, yang selalu sabar menghadapi saya dalam menjalani masa-masa berat selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 10 Januari 2012

Penulis
Carla Valencia

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Carla Valencia
NPM : 0806345871
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Implementasi Corporate Social Responsibility oleh PT Aetra Air Jakarta (Studi Evaluasi Program “Kampoeng Bangkit” Khususnya di Pademangan Timur – Jakarta Utara)

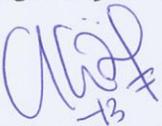
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 10 Januari 2012

Yang menyatakan


(Carla Valencia)

ABSTRAK

Nama : Carla Valencia
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* oleh PT Aetra Air Jakarta (Studi Evaluasi Program “Kampoeng Bangkit” di Pademangan Timur - Jakarta Utara)

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi *input*, *output*, dan *outcome* salah satu program CSR PT Aetra Air Jakarta, yakni Program Kampoeng Bangkit. Model evaluasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *The Pyramid Model of PR Research*. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivis, pendekatan kualitatif, dan bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan studi kepustakaan/literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan rencana. Meskipun demikian, pelaksanaan program ini sudah mencapai 80 persen dari tujuan yang diharapkan, serta telah mampu memberikan manfaat dan membawa perubahan bagi warga Kampoeng Bangkit.

Kata kunci : PT Aetra Air Jakarta, Program Kampoeng Bangkit, Evaluasi *Corporate Social Responsibility*

ABSTRACT

Name : Carla Valencia
Study Program : Public Relations
Title : The Implementation of Corporate Social Responsibility by PT Aetra Air Jakarta (Evaluation Study of “Kampoeng Bangkit” Program Especially at Pademangan Timur - North Jakarta)

This study aims to evaluate input, output and outcome of PT Aetra Air Jakarta’s Corporate Social Responsibility, program titled “Kampoeng Bangkit”. An evaluation model used in this study is The Pyramid Model of PR Research. The study applies post-positivist paradigm and descriptive qualitative approach. In-depth interviews and literature studies are used as data collection method. The study shows that the “Kampoeng Bangkit” Program has not been fully implemented as planned. A few goals have not been met, although the program has provided benefits and initiated significant changes for the community.

Keywords : PT Aetra Air Jakarta, “Kampoeng Bangkit” Program, Evaluation of Corporate Social Responsibility

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Signifikansi Penelitian	10
1.5.1. Signifikansi Akademis	10
1.5.2. Signifikansi Praktis	10
1.5.3. Signifikansi Sosial	11
2. KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1. Alur Pemikiran	12
2.2. Model Evaluasi Komunikasi	13
2.3. <i>Community Relations</i>	15
2.4. <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.4.1. Definisi CSR	17
2.4.2. <i>Triple Bottom Line</i>	18
2.4.3. Implementasi CSR di Indonesia	20
2.4.4. Manfaat CSR	24
2.4.5. Peran <i>Public Relations</i> dalam <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.4.6. Kaitan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan PR	27
2.5. Evaluasi dalam Program Komunikasi	30

2.5.1. Bentuk Evaluasi.....	31
2.5.2. Komponen dalam Proses Evaluasi Program Komunikasi.....	32
2.6. Asumsi Teoritis.....	34
3. METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1. Paradigma Penelitian.....	35
3.2. Pendekatan Penelitian.....	36
3.3. Jenis dan Sifat Penelitian.....	36
3.4. Strategi Penelitian.....	37
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.6. Metode Pemilihan Informan.....	39
3.7. Metode Analisis Data.....	40
3.8. Kelemahan Penelitian.....	42
3.9. Keterbatasan Penelitian.....	43
4. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	44
4.1. Program Kampoeng Bangkit.....	44
4.1.1. Latar Belakang Program.....	44
4.1.2. Tujuan Program.....	45
4.1.3. Kegiatan.....	46
4.2. PT Aetra Air Jakarta.....	47
4.2.1. Visi, Misi, dan PT Aetra Air Jakarta.....	48
4.2.2. Struktur Organisasi.....	49
4.2.3. CSR PT Aetra Air Jakarta.....	49
4.3. Rumah Salman ITB.....	53
4.3.1. Visi dan Misi Rumah Salman ITB.....	54
4.3.2. Gerakan dan Program Pemberdayaan.....	54
5. ANALISIS DATA.....	57
5.1. Profil Narasumber.....	57
5.2. Profil Informan.....	57
5.3. Analisis <i>Input</i> Program Kampoeng Bangkit.....	58
5.3.1. Latar Belakang Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.....	59
5.3.2. Rancangan Program Kampoeng Bangkit.....	61
5.3.3. Tujuan Pelaksanaan Program.....	63
5.3.4. Tolak Ukur Keberhasilan Program Kampoeng Bangkit.....	65
5.4. Analisis <i>Output</i> Program Kampoeng Bangkit.....	67

5.4.1. Implementasi Program Kampoeng Bangkit.....	68
5.4.2. Pengelolaan Program Kampoeng Bangkit.....	71
5.4.3. Pencapaian Program.....	76
5.5. Analisis <i>Outcome</i> Program Kampoeng Bangkit.....	78
5.5.1. Awareness Masyarakat Pademangan Timur.....	79
5.5.2. Pengetahuan Masyarakat Pademangan Timur.....	80
5.5.3. Pemahaman Masyarakat Pademangan Timur.....	80
5.5.4. Manfaat Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.....	81
5.5.5. Perubahan dalam Lingkungan Kampoeng Bangkit.....	83
5.5.6. Motivasi Masyarakat Pademangan Timur.....	84
5.6. Penilaian Program Kampoeng Bangkit.....	85
5.7. Penerapan CSR di Indonesia.....	87
6. INTERPRETASI DATA.....	91
7. PENUTUP.....	101
7.1. Kesimpulan.....	101
7.2. Rekomendasi.....	106
7.2.1. Rekomendasi Akademis.....	106
7.2.2. Rekomendasi Praktis.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108

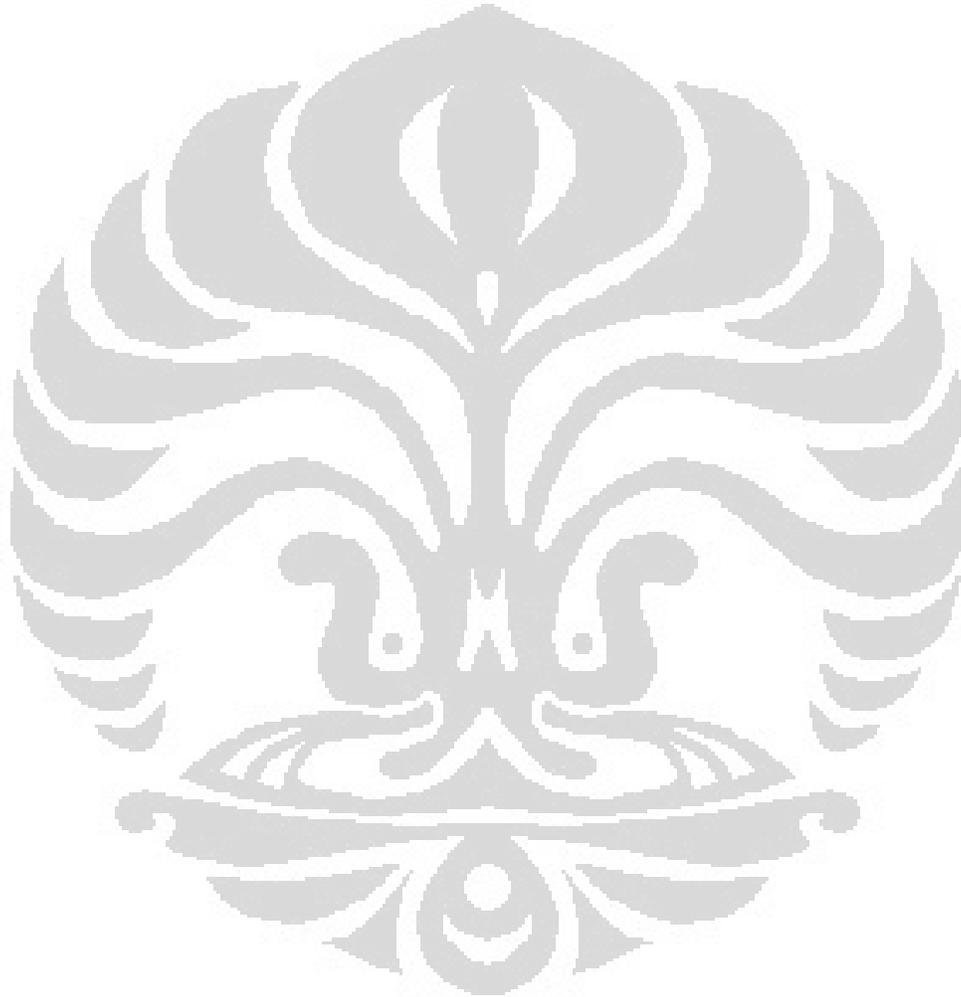
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>The Pyramid of PR Reasearch</i>	14
Gambar 2.2	<i>Triple Bottom Line</i>	18
Gambar 2.3	Alur Kaitan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Public Relations</i>	29



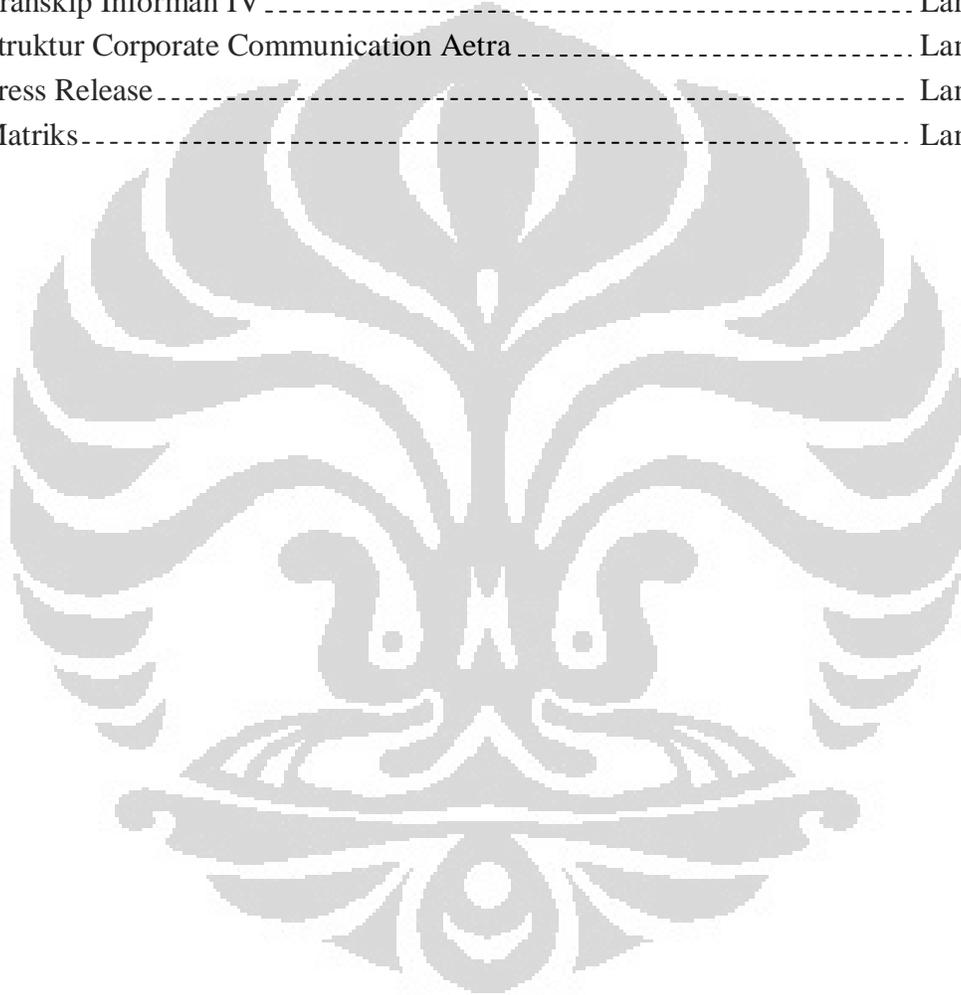
DAFTAR TABEL

Tabel 7.1	Implementasi Program.....	100
Tabel 7.2	Pencapaian Hasil Program.....	103
Tabel 7.3	Manfaat Pelaksanaan Program.....	104
Tabel 7.4	Kondisi Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.....	105



DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara	Lampiran 1
Transkrip Narasumber	Lampiran 2
Transkrip Informan I	Lampiran 3
Transkrip Informan II	Lampiran 4
Transkrip Informan III	Lampiran 5
Transkrip Informan IV	Lampiran 6
Struktur Corporate Communication Aetra	Lampiran 7
Press Release	Lampiran 8
Matriks	Lampiran 9



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu elemen penting dalam kerangka berkelanjutan usaha oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarga. (Dian, 2007, p.1). CSR merupakan salah satu bentuk strategi PR yang dapat digunakan untuk membentuk citra positif perusahaan di mata *stakeholder*. Melalui CSR ini perusahaan dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan komunitasnya.

Melalui kegiatan CSR, perusahaan dapat membentuk persepsi positif masyarakat bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Hal ini menunjukkan bahwa CSR dapat dilihat sebagai tabungan masa depan bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Bukan hanya keuntungan yang berbentuk finansial, melainkan rasa kepercayaan dari masyarakat sekitar dan *stakeholders* lainnya terhadap perusahaan. Kepercayaan inilah yang pada akhirnya akan menjadi modal dasar bagi perusahaan untuk dapat terus melakukan aktivitasnya.

Masyarakat kini hidup dalam kondisi yang dipenuhi oleh berbagai informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kehidupan seperti ini lah yang membentuk pola pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* menunjukkan 75% responden memberikan nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberikan kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pengembangan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan bahwa mereka siap berganti merek kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. (Susanto, 2003, p.2)

Konsumen menaruh perhatiannya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas, yang menyangkut etika bisnis dan tanggung jawab sosialnya. Hal ini menunjukkan kepedulian konsumen yang telah meluas dari hanya sekedar kepada suatu produk menjadi kepada korporatnya. Konsumen kini tidak hanya peduli pada pemenuhan kebutuhan pribadi mereka sesaat saja, melainkan juga peduli terhadap penciptaan kesejahteraan jangka panjang. Meningkatnya tingkat kepedulian akan kesejahteraan dan kualitas hidup, serta harmonisasi sosial dan lingkungan ini membawa pengaruh pada aktivitas dunia bisnis. Hal ini lah yang melahirkan dorongan-dorongan masyarakat bagi perusahaan-perusahaan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam konteks inilah aktivitas CSR menjadi menu wajib bagi perusahaan, diluar kewajiban yang telah digariskan oleh Undang-undang. (Susanto, 2003, p.4)

Konsep CSR ini sebetulnya sudah muncul sejak tahun 1933. Melalui buku yang berjudul *The Modern Corporation and Private Property*, A. Berle dan G. Means mengemukakan bahwa korporasi modern seharusnya mentransformasikan diri menjadi institusi sosial, dibandingkan dengan institusi ekonomi yang semata memaksimalkan laba. Hingga tahun 1980-1990 an, wacana CSR terus berkembang melalui KTT Bumi di Rio pada tahun 1992, yang menegaskan konsep *sustainability development* sebagai hal yang harus diperhatikan. Terobosan besar dalam konteks CSR, dilakukan oleh John Elkington pada tahun 1997. Melalui bukunya Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Melalui konsep ini Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu *profit*, *people* dan *planet*. (Dian, 2007, p.3)

Sejak cetusan Elkington ini, bisa dikatakan CSR kian bergulir kencang, dan makin kencang setelah World Summit di Johannesburg pada tahun 2002, yang menekankan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Di wilayah Asia, konsep CSR berkembang sejak tahun 1998, tetapi pada waktu tersebut belum terdapat suatu pengertian maupun pemahaman yang baik tentang konsep CSR. Sementara itu, di Indonesia konsep CSR mulai menjadi isu yang hangat sejak

tahun 2001. Masuknya konsep CSR ke Indonesia ini mendorong banyak perusahaan maupun instansi-instansi mulai melirik CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Sampai saat ini, perkembangan tentang konsep dan implementasi CSR pun semakin meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Pelaksanaannya pun semakin beragam mulai dari bentuk program yang dilaksanakan, maupun dari sisi dana yang digulirkan untuk program tersebut. (Dian, 2007, p.3-4)

Meningkatnya tingkat kepedulian akan kesejahteraan dan kualitas hidup, serta harmonisasi sosial dan lingkungan dalam masyarakat ternyata tidak sejalan dengan peringkat Indeks Pembangunan Manusia Indonesia yang semakin menurun di antara 169 negara di dunia. Laporan mengenai Indeks Pembangunan Manusia (IPM) untuk tahun 2009/2010 dari *United Nations Development Program* (UNDP) menyatakan bahwa peringkat IPM Indonesia tahun 2010 berada di urutan 108. Peringkat ini masih lebih rendah dari Singapura (peringkat 27), Brunei Darussalam (37), Malaysia (57), Thailand (92), dan Filipina (97). Tanpa perbaikan strategi pembangunan ekonomi dan sosial secara mendasar, peringkat IPM Indonesia tidak menutup kemungkinan segera disusul oleh negara-negara lainnya di tahun-tahun mendatang. (Harmadi & Harry B, 2011).

Adapun indikator IPM pada umumnya merujuk pada konsep *basic human capabilities*, atau dengan kata lain kemampuan masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan yang sangat mendasar saja ternyata masih sulit. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih belum dapat terbebas dari lilitan kemiskinan. Hingga saat ini, jumlah orang miskin di Indonesia masih sangat mencemaskan. Pada tahun 2010, jumlah penduduk miskin di Indonesia sebanyak 31,02 juta orang atau 13,33% dari total penduduk Indonesia. (Badan Pusat Statistik, 2010, p.1) Angka kemiskinan ini menggunakan *poverty line* dari BPS yaitu Rp211.726,- per kapita per bulan pada Maret 2010. (Badan Pusat Statistik, 2010, p.4)

Kondisi masyarakat Indonesia dengan tingkat kemiskinan yang masih tinggi, serta tingkat kepedulian masyarakat Indonesia yang semakin meningkat

akan kesejahteraan masyarakat ini mendorong perusahaan-perusahaan besar untuk melakukan gerakan kegiatan yang diharapkan dapat mengubah nasib kaum terlantar, fakir miskin, dan rakyat secara bermartabat. Gerakan kegiatan tersebut terwujud melalui sebuah program CSR yang dilakukan oleh PT Aetra Air Jakarta (Aetra untuk penyebutan selanjutnya) yang diberi nama dengan program Kampoeng Bangkit.

Aetra merupakan sebuah perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam, yakni bergerak di bidang pelayanan air bersih. Adapun wilayah operasional Aetra meliputi Jakarta Timur, serta sebagian wilayah Jakarta Utara dan Jakarta Pusat. Kampoeng Bangkit merupakan nama salah satu bentuk program CSR yang dijalankan oleh Aetra yang bersifat pemberdayaan masyarakat. Program Kampoeng Bangkit ini diselenggarakan di Kelurahan Pademangan Timur, khususnya 17 RT di RW 10 sejak bulan Oktober 2010 dan sampai saat ini masih berjalan. Dalam menjalankan program ini, Aetra menggandeng Rumah Salman ITB sebagai mitra kerjasamanya.

Kelurahan Pademangan Timur merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Pademangan kota Jakarta Utara provinsi DKI Jakarta, yang berada di wilayah operasional Aetra. Berdasarkan data yang didapat dari Aetra, bahwa sebagian tanah di wilayah Pademangan Timur masih bersifat *illegal*, tidak jelas data kepemilikannya. Kondisi tanah 'ilegal' di wilayah pemukiman kelurahan ini, menyebabkan Aetra tidak dapat menyediakan layanan akses air bersih bagi masyarakat setempat. Adapun sesuai dengan kebijakan perusahaan Aetra, bahwa syarat utama untuk mendapatkan layanan akses air bersih adalah tanah pemukiman bersifat legal atau dengan kata lain tanah tersebut jelas kepemilikannya.

Sulitnya mendapatkan akses air bersih ini menyebabkan tingginya angka pencurian air di wilayah Pademangan Timur. Masyarakat mencuri air dari pipa Aetra yang berada di sekitar kawasan pemukiman mereka dengan cara melubangi pipa Aetra dan kemudian mengalirkannya dengan menggunakan paralon atau selang. Hal ini dilakukan demi memenuhi kebutuhan mereka akan air bersih.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh pihak Aetra, warga Pademangan VIII tidak memiliki cukup uang untuk memasang jaringan pipa secara resmi guna memenuhi kebutuhan akan air bersih. (Nic/Nto, 2011)

Menurut *Head Corporation Communication* PT Aetra Air Jakarta, Yosua L. Tobing, kehilangan air yang didistribusikan oleh Aetra akibat pencurian air oleh masyarakat Jakarta memang masih tinggi, terutama di kawasan Jakarta Utara. Total kerugian yang harus ditanggung oleh Aetra dapat mencapai Rp 650 miliar bila hal ini tidak ditindaklanjuti. (MDN, 2011)

Di samping itu, wilayah Pademangan Timur secara fisik terlihat sebagai daerah pemukiman yang kumuh, kotor dan becek. Masyarakat sekitar terkesan tidak peduli dan sudah terbiasa dengan kondisi yang ada di sekitar lingkungannya. Selain itu jika dilihat dari keadaan finansial masyarakat, sebagian besar masyarakat Pademangan Timur masih menggunakan jasa rentenir untuk kelangsungan hidup dan usaha mereka. Potret negatif pun terlihat dari keadaan anak-anak yang tinggal di Pademangan Timur, mereka tidak mempunyai wadah kegiatan yang positif untuk mengembangkan segala kemampuan yang mereka miliki. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian dan dukungan dari aparat pemerintahan setempat terhadap kondisi masyarakat Pademangan Timur masih sangat kurang. (Rumah Salman ITB, 2010, p.2)

Keadaan wilayah Pademangan Timur dan tingginya tingkat pencurian air di wilayah tersebutlah yang melatarbelakangi Aetra memilih wilayah Pademangan Timur sebagai sasaran dari Program Kampoeng Bangkit. Dalam program ini, Aetra memberikan akses air bersih melalui dua titik hidran umum yang akan melayani lebih dari 2000 jiwa 17 RT di RW 10, Kelurahan Pademangan Timur, Jakarta Utara. (PT Aetra Air Jakarta, 2011) Hidran-hidran ini dikelola oleh kelompok swadaya pengguna air yang anggotanya dipilih oleh warga. Komite Swadaya Pengguna Air (KSPA) mendapatkan keuntungan dari selisih harga jual air dari Aetra dengan harga jual dari hidran ke masyarakat. Keuntungan tersebut akan digunakan untuk mengembangkan perekonomian masyarakat setempat memerangi aksi rentenir yang marak di kawasan Pademangan Timur.

“Pemasangan dua hidran di Pademangan sebagai salah satu upaya kami untuk mengurangi sambungan pipa secara ilegal di Pademangan Timur,” ujar Corporate Secretary PT Aetra Air Jakarta, Yosua L Tobing. (Nic/Nto, 2011)

Melalui program Kampoeng Bangkit ini pula Aetra melaksanakan program-program pemberdayaan masyarakat melalui bidang pendidikan, cinta lingkungan, serta koperasi *microfinance*. Adapun rincian program Kampoeng Bangkit secara singkat antara lain: (Rumah Salman ITB, 2010, p.7-10)

1. Program Senyum Guru

Tujuan Khusus: meningkatkan partisipasi guru sukarelawan-honorar dalam melakukan bimbingan dan konseling belajar terhadap anak-anak di lingkungan sekitar kampungnya.

2. Program Cinta Lingkungan

Tujuan Khusus: terbentuknya Kader Cinta Lingkungan yang berfungsi sebagai motivator masyarakat dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan cinta lingkungan, seperti kegiatan penanaman pohon, program pembersihan lingkungan, serta program pembersihan kali.

3. Program Anak Bangsa Ceria (ABC)

Berupa pemberian beasiswa sekolah dan pembinaan terpadu.

Tujuan Khusus: Meningkatkan kualitas partisipasi pembelajaran anak-anak dari keluarga kurang mampu.

4. Program Sahabat Bunda

Berupa gerakan kepedulian dan kebersamaan masyarakat di bidang sanitasi lingkungan, persalinan, gizi dan kesehatan, keterampilan, dan perekonomian mikro kepada kaum ibu.

Tujuan Khusus: meningkatkan kemampuan para ibu dalam menata rumah tangga dan pengasuhan anak.

5. Program Koperasi

Berupa gerakan ekonomi kerakyatan untuk usaha mikro dan kecil dengan pendekatan spriritual dan *microfinance*.

Tujuan Khusus: meningkatkan daya saing masyarakat-masyarakat miskin (*dhuafa*) meraih kesetaraan perekonomian.

6. Hidran Umum Aetra

Hidran umum ini didirikan oleh Aetra sebagai bentuk kepedulian Aetra terhadap masyarakat Pademangan Timur RW 10, sehingga warga mendapatkan akses air bersih.

Tujuan Khusus: memberikan akses air bersih kepada masyarakat Pademangan Timur.

Adapun pelaksanaan rangkaian program Kampong Bangkit tersebut secara umum bertujuan untuk meningkatkan IPM Plus di kampung tertinggal – rawan kemiskinan, di perkotaan maupun pedesaan dalam Gerakan Kampong Bangkit. (Rumah Salman ITB, 2010, p.5)

1.2 Permasalahan

Seperti yang telah diungkapkan dalam latar belakang masalah di atas, bahwa pada dasarnya kegiatan CSR sebuah perusahaan dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat saja, melainkan dapat pula mendorong kredibilitas perusahaan ke arah yang lebih baik yang menentukan keberlangsungan usaha sebuah perusahaan. Dalam implementasi CSR ini, seorang Public Relations mempunyai peran penting, baik secara internal maupun eksternal. Karena berbicara mengenai CSR berarti kita juga membicarakan PR dari sebuah perusahaan, dimana CSR merupakan suatu bagian dari *Community Relations*. Dan seperti yang telah disebutkan di atas bahwa CSR merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh PR untuk membentuk citra perusahaan.

Karena CSR pada dasarnya merupakan kegiatan PR, maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai langkah-langkah CSR, dari tahap *fact finding*, *planning*, *communicating*, hingga *evaluation*. Evaluasi dalam CSR merupakan suatu keharusan pada setiap akhir program atau kegiatan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi program. Berdasarkan hasil evaluasi ini lah dapat diketahui apakah program tersebut dapat dilanjutkan, dihentikan atau dilanjutkan dengan melakukan beberapa perbaikan dan penyempurnaan. Selain itu, evaluasi pada kegiatan CSR penting untuk dilakukan oleh perusahaan agar CSR yang dilakukan akan menjadi benar-benar efektif dan bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat sekitar, sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, dan pada akhirnya dapat menciptakan *good corporate image* (citra yang baik) di mata masyarakat.

Berdasarkan data yang didapat dari Laporan Perkembangan Kampoeng Bangkit, untuk pengelolaan program Kampoeng Bangkit ini masih perlu dilakukan evaluasi dan diperbaiki. Hal ini tampak dari kurangnya koordinasi dan pertemuan evaluasi yang masih belum berjalan dengan maksimal (Rumah Salman ITB, 2010, p.8), serta kurangnya pengawasan yang dilakukan oleh Aetra terhadap pelaksanaan Kampoeng Bangkit. Hal ini sesuai dengan hasil perbincangan singkat yang dilakukan oleh peneliti dengan Manajer Humas PT Aetra Air Jakarta, Rika Anjulika, pihak Aetra belum pernah melakukan evaluasi sekalipun terhadap program Kampoeng Bangkit yang telah terlaksana sejak Oktober 2010. Dengan mengacu pada pentingnya sebuah evaluasi dilakukan dalam sebuah program, untuk melihat keefektifitasan program tersebut dalam mencapai tujuan yang ingin diraih oleh sebuah perusahaan, peneliti tergerak untuk melakukan penelitian yang bersifat evaluatif terhadap program Kampoeng Bangkit yang telah dilaksanakan oleh PT Aetra Air Jakarta. Adapun bagian yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit tersebut, seperti rancangan program sebagai *input* program, implementasi program dan tujuan yang sudah dicapai sebagai *output* program, serta dampak yang diberikan oleh program tersebut sebagai *outcome* program.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin menjawab pertanyaan besar penelitian sebagai berikut :

“Apakah pelaksanaan program “Kampoeng Bangkit” sebagai implementasi kegiatan CSR di bidang pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT Aetra Air Jakarta telah mencapai tujuan yang diharapkan?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan besar penelitian di atas, terdapat beberapa pertanyaan turunan yang dapat mendukungnya, yaitu:

1. Se jauh mana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit sudah sesuai dengan perencanaan Aetra?
2. Se jauh mana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini telah mencapai hasil yang diharapkan oleh Aetra maupun Rumah Salman ITB?
3. Se jauh mana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini telah memberikan manfaat dan membawa perubahan dalam masyarakat Pademangan Timur selama ini?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi *input*, *output*, dan *outcome* program Kampoeng Bangkit, dengan cara melihat:

1. Kesesuaian antara pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit dengan perencanaan program yang ditetapkan Aetra.
2. Kesesuaian antara pencapaian hasil Program Kampoeng Bangkit dengan hasil yang diharapkan Aetra dan Rumah Salman ITB.
3. Manfaat dan perubahan bagi masyarakat Pademangan Timur dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit selama ini.

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Signifikasi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kualitas kajian ilmiah mengenai proses evaluasi dalam ilmu komunikasi, khususnya program studi Humas, dalam kasus yang diteliti adalah suatu program CSR. Di samping itu

penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan wacana bagi para akademisi mengenai upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial mereka terhadap *stakeholder*-nya, dan juga sekaligus sebagai program yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, sesuai dengan tujuan awal perusahaan.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT Aetra Air Jakarta dalam perencanaan dan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit. Evaluasi tersebut dapat dijadikan sebagai masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas Program Kampoeng Bangkit untuk ke depannya.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan program oleh perusahaan-perusahaan lainnya, khususnya yang bergerak dalam bidang sumber daya alam dalam merencanakan dan melaksanakan program, terutama untuk program CSR yang bergerak dalam pemberdayaan masyarakat.

1.5.3 Signifikansi Sosial

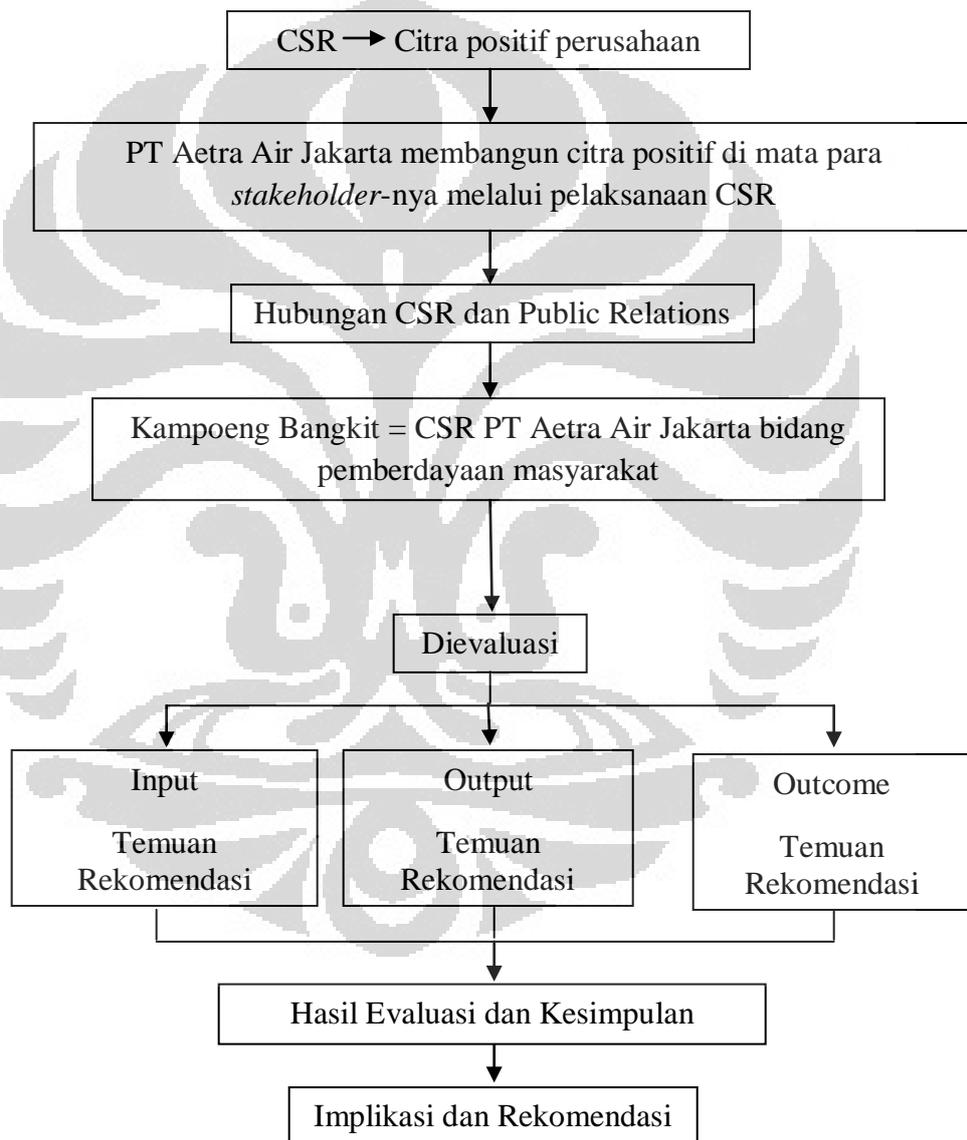
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam melaksanakan program CSR yang memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat sekelilingnya. Melalui evaluasi yang dilakukan dalam penelitian ini terhadap program CSR dari suatu perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi perusahaan-perusahaan lainnya dalam merencanakan serta melaksanakan sebuah program CSR yang lebih baik lagi. Dengan demikian manfaat yang diberikan melalui pelaksanaan program tersebut dapat lebih terasa lagi manfaatnya oleh masyarakat, baik masyarakat sebagai sasaran program maupun masyarakat luas.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Alur Pemikiran

Adapun alur pemikiran peneliti dalam melakukan penelitian ini terlihat dalam bagan alur pemikiran sebagai berikut :



2.2 Model Evaluasi Komunikasi

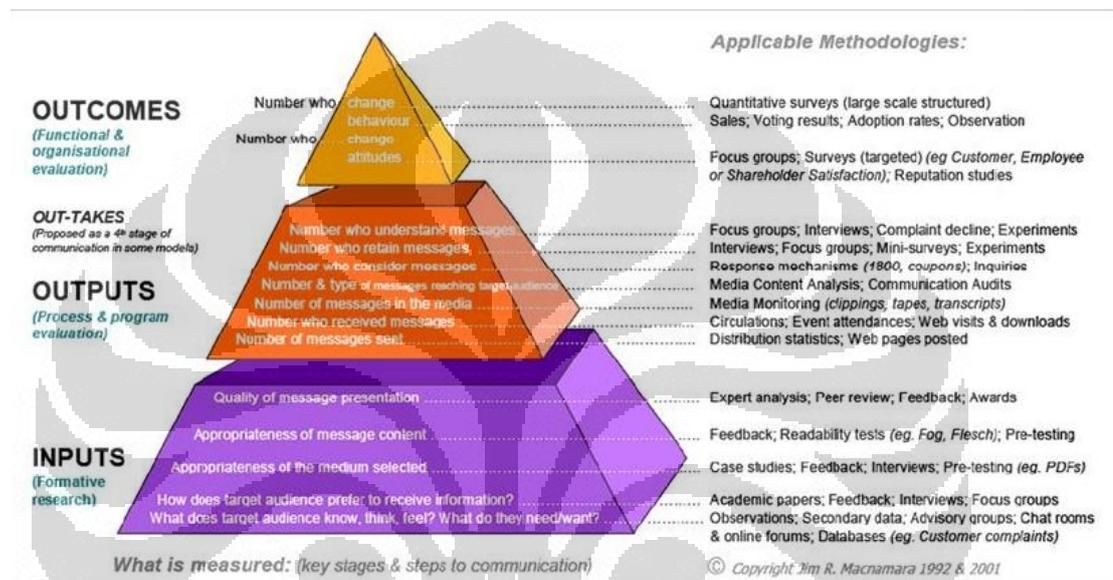
Beberapa model evaluasi komunikasi sudah dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana dan kapan waktu yang tepat untuk mengadakan riset dan mengevaluasi program-program atau kegiatan-kegiatan komunikasi di dalam bidang *Public Relations* dan *Corporate Communication*. Terdapat 5 model yang sudah diidentifikasi dan dievaluasi oleh *UK Academica* : Paul Noble dan Tom Watson (Gozali, 2005, p.25). Dalam penelitian ini, model evaluasi komunikasi yang digunakan untuk mengevaluasi pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit adalah *The Pyramid Model of PR Research*. Model evaluasi komunikasi ini dipilih karena sesuai dengan penelitian ini yang melihat pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit dalam tiga tahap, yakni *inputs*, *outputs*, dan *outcomes*.

Macnamara menciptakan model evaluasi *The Pyramid Model of PR Research* pada tahun 1999 (Macnamara, 2002). Model ini merupakan hasil revisi dari model sebelumnya *Macro Model of PR Evaluation* yang diciptakan pada tahun 1992. Model ini menggambarkan proses komunikasi dalam bentuk sebuah piramid, untuk menggambarkan banyaknya informasi yang dapat diakses oleh praktisi komunikasi dalam fase awal sebuah program komunikasi. (Shackleton, 2007)

Dasar dari piramid menunjukkan luasnya media dan aktivitas komunikasi yang harus disadari oleh para praktisi, sebelum memutuskan pilihan-pilihan ke bagian yang lebih sempit, sesuai dengan target yang ingin dicapai (Watson & Noble, 2005, p.80). Model ini secara skematik menunjukkan sejumlah kegiatan yang harus diselesaikan pada tahap *input*, sebelum tujuan dalam *output* dan *outcome* tercapai. Bagian tengah pada piramid menggambarkan materi komunikasi yang tersedia dan aktivitas komunikasi yang terlaksana sebagai bentuk dari *outputs*. Dan bagian puncak dari piramid menggambarkan pencapaian sebagai hasil dari *outcomes*. *Inputs* yang baik akan menghasilkan *outputs* dan *outcomes* yang baik pula. (Macnamara, 2002)

Model evaluasi ini secara terencana merupakan suatu bentuk riset kombinasi antara riset formatif dan evaluatif, yang mempercayai bahwa 2 tipe tersebut harus

dilaksanakan dan terintegrasi secara berkesinambungan antara “mengumpulkan” dan memberikan *feedback* dalam suatu proses komunikasi, tidak berjalan masing-masing fungsi (terpisah) berlangsung, selama dan setelah aktivitas, kegiatan komunikasi dijalankan. Berikut ini adalah gambar dari model evaluasi *The Pyramid of PR Research*.



Gambar 2.3 *The Pyramid of PR Research*

(Macnamara, 2002)

Dalam mengevaluasi tahap *input* dalam Program Kampoeng Bangkit, peneliti menggunakan teknik *analysis of existing data*, dimana peneliti mengevaluasi dari data sekunder terkait program. Misalnya melalui Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit untuk melihat rancangan program, tujuan yang ingin dicapai melalui pelaksanaan program, serta indikator untuk menilai keberhasilan program.

Selesai mengevaluasi program tahap *input*, maka masuklah pada tahap pelaksanaan program Kampoeng Bangkit itu sendiri. Dalam tahap ini proses evaluasi tentu terus dilakukan, yakni mengevaluasi jalannya program itu sendiri,

atau biasa disebut dengan tahap evaluasi *output*. Dalam mengevaluasi tahap *output* dalam Program Kampoeng Bangkit ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan seluruh pihak terkait, yakni Aetra, Rumah Salman, dan tokoh masyarakat, untuk melihat berapa banyak program dalam Kampoeng Bangkit yang terealisasi, serta pencapaian sementara Program Kampoeng Bangkit.

Setelah selesai mengevaluasi program tahap *output*, maka evaluasi pun dilanjutkan kepada tahap *outcome*. Dalam model evaluasi ini, untuk mengukur tahap *outcome* program digunakan metode kuantitatif melalui survey untuk dapat memperoleh hasil evaluasi yang lebih efektif. Namun metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengevaluasi tahap *outcome* Program Kampoeng Bangkit adalah kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam. Peneliti melakukan wawancara mendalam untuk melihat sejauh mana perubahan telah terjadi setelah program berlangsung.

2.3 *Community Relations*

Community Relations atau hubungan komunitas adalah hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan satu atau lebih *stakeholders* untuk meningkatkan reputasi sebuah perusahaan bagi masyarakat (Gregory, 2000, p.52). *Community Relations* pada dasarnya adalah kegiatan *Public Relations*. Mengingat *Community Relations* berhadapan langsung dengan persoalan-persoalan sosial yang nyata yang dihadapi komunitas organisasi, melalui pendekatan *Community Relations* itu, organisasi bersama dengan komunitas di sekitarnya berusaha untuk mengidentifikasi, mencari solusi, dan melaksanakan rencana tindakan atas masalah yang dihadapi.

Dalam melakukan *Community Relations* ini fokusnya adalah permasalahan yang dihadapi komunitas, bukan permasalahan yang dihadapi organisasi. Namun dampak penyelesaian dari permasalahan yang dihadapi komunitas akan dirasakan juga oleh organisasi, mengingat program ini pada dasarnya dikembangkan untuk kepentingan bersama. Lebih dari itu, *Community Relations* dapat juga digunakan

untuk membantu organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi organisasi. Dengan demikian, kegiatan *Community Relations* merupakan kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan bersama, baik organisasi maupun komunitas (Iriantara, 2004, p.79). Selain itu, tak jarang *Community Relations* digunakan oleh perusahaan untuk menanggulangi pertentangan dan mendapat dukungan dari komunitas, guna menciptakan pengenalan yang lebih dekat melalui program hubungan komunitas.

Kita tidak bisa selalu mengharap langkah-langkah implementasi program *Community Relations* yang dilakukan organisasi akan memberikan hasil seperti yang diinginkan. Kemungkinan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus selalu diantisipasi sebelumnya. Hal ini perlu mendapat perhatian karena dibanding dengan program PR yang lainnya, program dan kegiatan *Community Relations* melibatkan secara erat pihak lain yakni komunitas (Iriantara, 2004, p.124). Dalam program *Community Relations* selalu ada kepentingan komunitas yang berada di luar kontrol organisasi. Ini berbeda halnya dengan program PR lainnya yang kontrolnya lebih besar dipegang oleh organisasi dibandingkan dengan *Community Relations*.

Salah satu bentuk *Community Relations* yang dijalankan oleh perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Terkait dengan topik dalam penelitian ini, Aetra menjalin hubungan dengan komunitas, yakni masyarakat Pademangan Timur, melalui pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.

(Petra Christian University, 2010)

2.4 Corporate Social Responsibility

2.4.1 Definisi CSR

Corporate Social Responsibility berdasarkan pada *Trinidad dan Tobacco Bureau of Standards* (TTBS) (2002), diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan

keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. (Budiamanta, 2004, p.72-73)

Seperti yang dipaparkan oleh *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) in Fox* (2002), CSR atau tanggung jawab sosial adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan bekerja, dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas hidup. (Budiamanta, 2004, p.74)

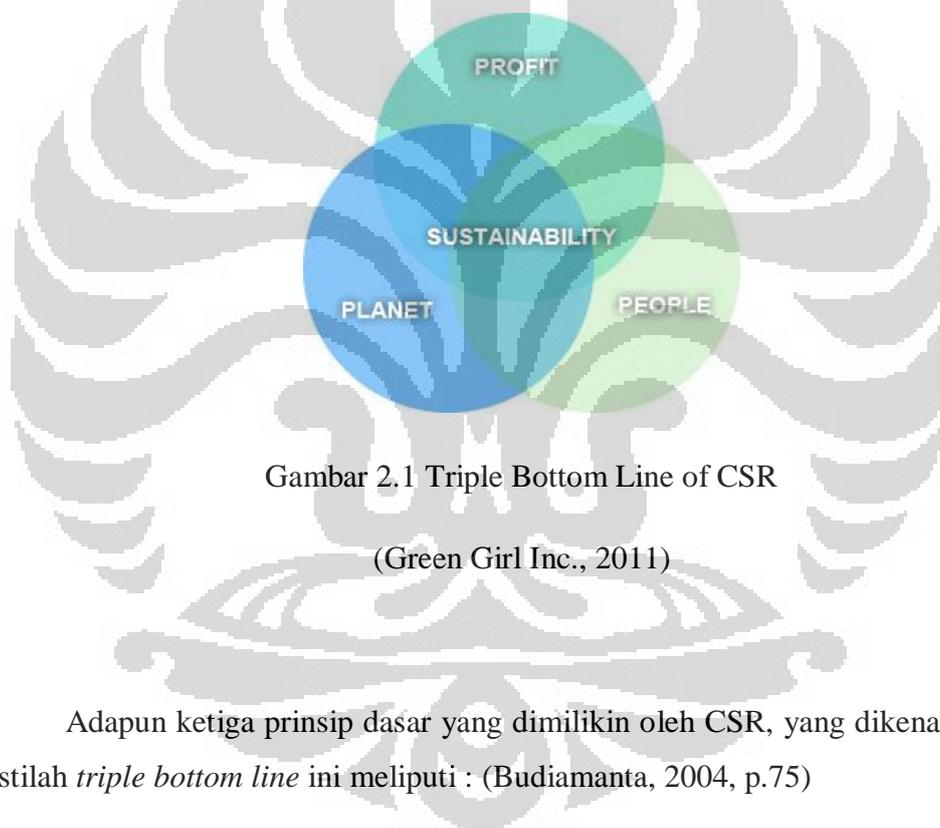
Peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memeliharanya. Atau dengan kata lain CSR merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada seluruh *stakeholder* dan *shareholder*-nya. Intinya, CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen, tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistic, melembaga, dan berkelanjutan (Suharto, 2008, p.2).

Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh Aetra merupakan suatu bentuk perwujudan salah satu nilai perusahaan, yakni respek terhadap komunitas dan lingkungan, untuk berkontribusi dalam pembangunan segala bidang kehidupan masyarakat pada umumnya, dalam rangka meningkatkan kualitas hidup. Melalui kegiatan-kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Aetra tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat serta dampak positif bagi Aetra maupun bagi para *stakeholder*-nya. Adapun lingkup kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh Aetra meliputi Program Konservasi Air dan Lingkungan yang dapat memberikan manfaat bagi lingkungan di sekitar masyarakat, Program Akes Air Bersih, Program Pemeberdayaan Masyarakat, dan Program Bantuan Sosial dan Bencana Alam yang dapat memberikan manfaat dan dampak bagi masyarakat yang menjadi sasaran pelaksanaan program, serta *Twinning* Program dengan

Sesama PDAM yang dapat memberikan manfaat pula bagi masyarakat secara luas.

2.4.2 *Triple Bottom Line*

Dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan CSRnya tersebut, Aetra melandaskannya pada ketiga prinsip dasar yang dimiliki oleh CSR. Ketiga prinsip tersebut saling mendukung dalam pelaksanaan program, seperti yang tergambar dalam gambar 2.1



Gambar 2.1 Triple Bottom Line of CSR

(Green Girl Inc., 2011)

Adapun ketiga prinsip dasar yang dimiliki oleh CSR, yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* ini meliputi : (Budiamanta, 2004, p.75)

1. *Profit*

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan perusahaan untuk tetap beroperasi dan berkembang. Prinsip ini tergambar dalam salah satu kegiatan CSR Aetra, yakni Program Kampoeng Bangkit. Dalam mencanakan dan melaksanakan program tersebut harus selalu bergerak untuk tujuan dan target perusahaan. Dimana melalui program ini tujuan

yang diharapkan adalah menekan jumlah *non revenue water* (NRW) perusahaan, serta meningkatkan volume air yang diproduksi perusahaan

2. *People*

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat. Prinsip ini tergambar dalam seluruh kegiatan CSR yang dilakukan oleh Aetra, khususnya Program Kampoeng Bangkit sebagai salah satu bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat. Adapun program ini sendiri terdiri dari anak-anak program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia, seperti pemberian beasiswa pada anak melalui program beasiswa ABC.

3. *Planet*

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, dan pengembangan pariwisata. Sesuai dengan salah satu nilai yang dimiliki oleh Aetra, yakni respek terhadap komunitas dan lingkungan, Aetra melandaskan kegiatan CSRnya pada prinsip ketiga dari *triple bottom line* ini. Hal tersebut tergambar dari kegiatan penanaman 100 pohon di wilayah Pademangan Timur, sebagai bentuk pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.

2.4.3 Implementasi CSR di Indonesia

Model pelaksanaan CSR juga bermacam-macam. Setidaknya terdapat empat model pelaksanaan CSR yang umum digunakan di Indonesia. Keempat model tersebut antara lain (Dian, 2007, p.4-5):

1. Terlibat langsung.

Dalam melaksanakan program CSR, perusahaan melakukannya sendiri tanpa melalui perantara atau pihak lain. Pada model ini perusahaan memiliki satu bagian tersendiri atau bisa juga digabung dengan yang lain yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan sosial perusahaan termasuk CSR.

2. Melalui Yayasan atau organisasi sosial perusahaan.

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Pada model ini biasanya perusahaan sudah menyediakan dana khusus untuk digunakan secara teratur dalam kegiatan yayasan.

3. Bermitra dengan pihak lain.

Dalam menjalankan CSR perusahaan menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti lembaga sosial non pemerintah, lembaga pemerintah, media massa dan organisasi lainnya. Seperti misalnya Bank Rakyat Indonesia yang memiliki program CSR yang terintegrasi dengan strategi perusahaan dan bekerjasama dengan pemerintah mengeluarkan produk pemberian kredit untuk rakyat atau yang di kenal dengan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

4. Mendukung atau bergabung dengan suatu konsorsium.

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

Dari keempat model pelaksanaan CSR tersebut di atas, model yang digunakan oleh Aetra dalam menjalankan program Kampong Bangkit adalah

pelaksanaan CSR dengan bermitra dengan pihak lain. Aetra bekerja sama dengan Rumah Salman ITB yang mempunyai program-program pemberdayaan masyarakat yang sesuai dengan nilai Aetra, yaitu respek terhadap komunitas dan lingkungan.

Dalam menyusun rancangan program, baik pihak Aetra maupun pihak Rumah Salman ITB tentunya memiliki motif yang menjadi latar belakang pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini. Adapun latar belakang yang menjadi alasan bagi pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini adalah Indeks Pembangunan Manusia Indonesia yang masih berada di peringkat bawah dunia, serta kondisi masyarakat Indonesia dengan tingkat kemiskinan yang tinggi. Hal ini lah yang mendorong Aetra dan Rumah Salman ITB membuat suatu program pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Dalam melakukan CSR, ada tiga alasan (motif) yang dimiliki perusahaan pada umumnya. Alasan-alasan tersebut meliputi: (Dian, 2007, p.5-6)

a. Alasan Sosial.

Perusahaan melakukan program CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain, perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.

b. Alasan Ekonomi.

Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun *image* positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan profit.

c. Alasan Hukum.

Alasan hukum membuat perusahaan melakukan program CSR hanya karena adanya peraturan pemerintah. CSR dilakukan perusahaan karena ada tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan untuk ikut serta menjaga lingkungan. Akibatnya banyak perusahaan yang melakukan CSR sekedar ikut-ikutan atau untuk menghindari sanksi dari pemerintah. Hal ini diperkuat dengan dikeluarkannya Undang-undang PT No. 40 pasal 74 yang isinya mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan yang terkait terhadap SDA dan yang menghasilkan limbah.

Berdasarkan latar belakang dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit tersebut, alasan yang dimiliki oleh Aetra dan Rumah Salman dalam pelaksanaan program ini tergolong ke dalam alasan sosial. Aetra sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di sektor layanan publik yang beroperasi pada wilayah masyarakat, Aetra harus menunjukkan kepeduliannya kepada masyarakat, khususnya masyarakat-masyarakat yang tertinggal, melalui Program Kampoeng Bangkit sebagai wujud program pemberdayaan masyarakat.

Sesuai dengan tujuan pada penelitian ini, yakni melihat kesesuaian antara hasil *input*, *output*, dan *outcome* program, penting untuk mengetahui motif dan latar belakang dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, baik dari data primer maupun data sekunder.

Berdasarkan motif dan bentuk pelaksanaan CSR yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Menurut Bambang Chriswanto, seorang pakar CSR Indonesia, terdapat empat *cluster* perusahaan yang menjalankan CSR di Indonesia. Keempat *cluster* tersebut antara lain:

1. *Cluster the philanthropy*

Perusahaan yang berada dalam *cluster* ini menjalankan program CSR dengan konsep CSR yang paling dasar. Sebagian besar perusahaan di Indonesia berada dalam *cluster* ini.

2. *Cluster the defense*

Perusahaan yang berada dalam *cluster* ini menjalankan program CSR sebagai fungsi pertahanan. Dengan kata lain perusahaan menjalankan CSR sebagai gerakan tutup mulut yang dapat mengurangi resistensi yang muncul.

3. *Cluster the compliant*

Perusahaan yang berada dalam *cluster* ini menjalankan program CSR karena desakan-desakan regulasi. *Cluster* ini pun termasuk cluster yang mendominasi kegiatan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia.

4. *Cluster the align*

Perusahaan yang berada dalam *cluster* ini menjalankan program CSR yang benar-benar align dengan target perusahaan. Perusahaan dalam *cluster* inilah yang menjalankan CSR dengan konsep CSR yang paling ideal.

Adapun konsep CSR ideal yang tergambar dalam program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan dalam *cluster the align* terdiri dari:

1. Rancangan program merupakan hasil pemikiran dari *top management perusahaan*,
2. Pelaksanaan program tidak didasarkan oleh preferensi perusahaan semata,
3. Program masih bersifat *manajemen plan* yang dijalankan sebagai strategi operasional perusahaan. Oleh karena itu target dan tujuan program harus sejalan dengan target dan tujuan perusahaan,
4. Program mampu direplikasi pada berbagai daerah dengan situasi dan kondisi apapun. Oleh karena itu, sebaiknya latar belakang program berangkat dari national case, bukan regional case semata, dan
5. Tolak ukur keberhasilan program berjangka waktu panjang yang berada pada level *outcome*.

2.4.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam melaksanakan sebuah program CSR, manfaat tidak hanya dirasakan oleh masyarakat sasaran program tersebut saja, melainkan perusahaan juga berharap dapat merasakan manfaat dari pelaksanaan program tersebut. Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Adapun manfaat-manfaat tersebut meliputi (Susanto, 2003, p.14-15):

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Manakala terdapat pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan menjalankan perilaku yang tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaannya.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan pembantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan oleh suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisiten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan

bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih. Hal ini membuat para *stakeholder* semakin merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.

5. Meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide* (Susanto, 2003, p.2), yaitu bahwa 66% konsumen bersedia mengganti merek dengan merek perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.
6. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Serupa dengan perusahaan-perusahaan yang melaksanakan program-program CSR, Aetra pun berharap dapat turut merasakan manfaat dari pelaksanaan program Kampoeng Bangkit ini. Sesuai dengan prinsip dasar *profit* dalam *triple bottom line* dalam melaksanakan Program Kampoeng Bangkit ini, segala bentuk kegiatan yang dilaksanakan harus selalu bergerak menuju target Aetra, maka selain bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, Aetra pun berharap program ini dapat tetap memberikan *profit* bagi perusahaan. Sesuai dengan tujuan penelitian dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian pada bab sebelumnya, penelitian ini akan memaparkan manfaat-manfaat yang didapat oleh seluruh pihak terkait, baik bagi masyarakat, Aetra, maupun Rumah Salman ITB.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, serta untuk mendatangkan manfaat yang berarti bagi Aetra, Program Kampoeng Bangkit ini harus benar-benar dikelola dengan baik. Dalam struktur organisasi Aetra, pihak perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola program CSR adalah *Corporate*

Communication Department, khususnya *CSR Officer* sebagai bagian dari Humas Aetra.

2.4.5 Peran *Public Relations* dalam *Corporate Social Responsibility*

Dalam menjalankan aktivitas CSR perusahaan, masing-masing Humas suatu perusahaan dapat menjalankan peran yang berbeda dengan Humas dari perusahaan lainnya. Hal tersebut tergantung pada bidang dari masing-masing perusahaan. Dalam sebuah Jurnal *Public Relations*, Soo-Yeon Kim dan Bryan H. Reber mengidentifikasi peran *Public Relations* dalam *Corporate Social Responsibility* (Kim & Reber, 2008, p.3-4).

Berdasarkan pembagian-pembagian peran yang dilakukan oleh Kim dan Reber tersebut, dapat dikategorikan bahwa Humas PT Aetra Air Jakarta menjalankan *philanthropic role* dalam kegiatan CSR Aetra, mengacu pada peran yang dilaksanakan oleh *CSR Officer* Aetra sehari-hari. Praktisi *Public Relations* yang berada dalam peran ini menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan pusat dari peningkatan kesejahteraan manusia, seperti sebagai pembuat keputusan mengenai pemberian amal, pendorong dan fasilitator relawan, mempromosikan hubungan komunitas dan isu keamanan dan kesehatan, serta mengatur program penjalinan hubungan yang lainnya.

Dalam menjalankan perannya tersebut, PR menentukan program apa yang akan dipromosikan kepada publik dan program *sponsorship* apa yang akan diikutsertakan. Dalam melakukan pekerjaannya ini, PR bekerja dekat dengan sebuah organisasi yayasan yang mendukung proyek pemberian amal dan hibah. Dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, Humas Aetra, khususnya *CSR Officer* bekerja dekat dengan sebuah yayasan yang bergerak di bidang pemberian amal dan hibah, seperti Rumah Salman ITB. Melalui penelitian ini akan lebih dipaparkan lagi mengenai peran Humas Aetra dalam pelaksanaan dan pengelolaan Program Kampoeng Bangkit untuk melihat keterlibatan Aetra dalam pelaksanaan program ini.

2.4.6 Kaitan *Corporate Social Responsibility* dengan *Public Relations* (Vyatrasari, 2006, p.28-30)

Setelah melihat paparan mengenai CSR mulai dari definisi CSR itu sendiri, serta isu-isu di bidang CSR, maka dapat dilihat kaitan CSR dengan *Public Relations* sebagai berikut :

- a. Suatu organisasi bisnis yang beroperasi di mana saja, dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya memperhatikan aspek pertumbuhan bisnis dari segi ekonomi, akan tetapi ada aspek lain yang harus diperhatikan, yaitu aspek sosial dan aspek lingkungan. Tiga aspek ini dikenal dengan nama *Triple Bottom Line* dan ketiganya harus berjalan beriringan dan seimbang. Karena tiga aspek yang satu dengan aspek lainnya saling berkaitan.
- b. Apabila aspek-aspek tersebut dapat dilaksanakan dan berjalan beriringan, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan telah mengimplementasikan program-program CSR, baik secara langsung maupun tidak langsung, terlepas dari program tersebut dapat dikatakan baik atau benar. Karena jika kita melihat penjelasan dari sub-sub bab sebelumnya, kita dapat melihat isu-isu atau aspek-aspek seputar CSR.
- c. Akan tetapi, karena banyak orang belum mengetahui apa yang disebut dengan CSR dan apa saja program kegiatannya, maka di sini lah peran dan tugas praktisi PR dalam menjembatani kurangnya pengetahuan serta menjadi komunikator antara perusahaan dan komunitas sekitar perusahaan atau publik. Praktisi PR dapat bertanggung jawab untuk mengajukan kegiatan-kegiatan CSR dan mengidentifikasikan publik yang sesuai, pada pelaksanaan tersebut praktisi PR terlibat langsung dalam pembentukan kebijakan dimana titik utamanya ialah komunikasi pada pesan-pesan khusus kepada beberapa kelompok dengan pandangan membangun citra yang diinginkan dengan khalayak tertentu. Walau pada prakteknya

kegiatan CSR tidak selalu dilakukan oleh seorang praktisi PR, namun tidak terkecuali pelaksanaan program CSR yang baik tetap dijalankan dengan menggunakan strategi dan prinsip-prinsip kerja PR, seperti harus mempunyai suatu sistem atau program yang didesain sedemikian rupa, dengan melalui riset yang disesuaikan dengan bisnis, daerah maupun komunitas yang terkait, agar dapat merancang program atau kegiatan yang tepat sehingga dapat menunjang kelancaran serta suksesnya implementasi CSR perusahaan tersebut.

- d. Semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman komunitas sekitar tentang program-program atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin berkurangnya *gap* pengetahuan dan semakin mudahnya pelaksanaan atau implementasi CSR. Hal ini juga akan semakin menunjang suksesnya implementasi CSR.
- e. Masyarakat pun akan mempunyai suatu *image* tersendiri terhadap perusahaan. Semakin suksesnya perusahaan dalam melaksanakan bisnisnya serta tidak melupakan implementasi CSR terhadap komunitas, maka hal tersebut akan semakin mengangkat reputasi baik perusahaan tersebut di mata publik.
- f. *Image* baik, reputasi baik, bisnis berjalan sukses dan lancar, masyarakat sekitar mendukung segala program atau kegiatan perusahaan, publik pun mempercayai integritas perusahaan tersebut, maka tujuan akhir yaitu *business sustainability* pun akan dapat terwujud.

**CSR → Humas → Pengetahuan dan Pemahaman → Citra → Reputasi →
Keberlanjutan Bisnis**

Gambar 2.2 Alur Kaitan *Corporate Social Responsibility* dengan *Public Relations*

(Vyatrasari, 2006)

Baik dan buruk, serta tercapai atau tidaknya tujuan pelaksanaan sebuah program, bergantung pada pelaksanaan dan pengelolaan program tersebut. Dalam kaitannya dengan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, Humas Aetra memiliki peran penting untuk mengelola dan terlibat langsung dalam program tersebut dengan warga Kampoeng Bangkit. Hal ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat sekitar mengenai perusahaan, sehingga masyarakat dapat lebih mengenal Aetra sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli akan komunitas dan lingkungan.

Dengan demikian akan terbentuk citra yang positif di mata masyarakat Pademangan Timur mengenai Aetra. Citra positif membuat reputasi perusahaan pun semakin baik di mata para *stakeholder* dan *shareholder* Aetra. Melalui Program Kampoeng Bangkit ini, masyarakat sekitar akan semakin merasa dekat dengan Aetra, sehingga dukungan dan loyalitas terhadap perusahaan akan terwujud, akhirnya *business sustainability* bagi Aetra pun akan terwujud. Penelitian ini akan dilihat sejauh mana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit dapat menciptakan pengetahuan dan pemahaman masyarakat Pademangan Timur, serta membawa perubahan dan manfaat bagi masyarakat sekitar.

2.5 Evaluasi dalam Program Komunikasi

Untuk melihat apakah program yang telah dilaksanakan tersebut berjalan dengan efektif atau tidak, untuk melihat apakah pelaksanaan program tersebut mampu mencapai tujuan yang diharapkan, serta untuk meningkatkan kinerja program, perlu dilaksanakan evaluasi terhadap program tersebut.

Evaluasi merupakan upaya bagaimana menilai capaian tertentu sebuah program atau kegiatan pembangunan, “...*assessing the value of...*”. Menilai hasil atau capaian sebuah proyek atau program, baik di pertengahan maupun di akhir program. Tujuan utama melakukan evaluasi adalah untuk memastikan bahwa program yang dilakukan berjalan sebagaimana rencana yang dibuat serta sesuai dengan tujuan akhir yang hendak dicapai. (Prayogo, 2011)

Dalam penelitian ini, evaluasi dilakukan untuk memastikan Program Kampoeng Bangkit telah berjalan sesuai dengan yang direncanakan, serta melihat sejauh mana tujuan yang diharapkan telah tercapai dan sejauh mana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini membawa perubahan dan manfaat bagi masyarakat.

2.5.1 Bentuk Evaluasi

Berkaitan dengan konsep evaluasi, dapat dibedakan tiga bentuk evaluasi, yakni *formative evaluation*, *summative evaluation*, dan *empowerment evaluation* (Dale, 2004). Evaluasi formatif (*formative evaluation*) merupakan penilaian untuk meningkatkan kinerja kegiatan atau kinerja program, biasanya dilakukan saat program masih atau sedang berjalan. Evaluasi seperti ini biasanya dilakukan untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai rencana dan jadwal sehingga tujuan dapat tercapai.

Evaluasi sumatif (*summative evaluation*) adalah evaluasi di akhir program untuk memastikan bahwa program yang dijalankan berhasil atau gagal menurut tujuan program. Evaluasi ini biasanya dilakukan untuk memastikan bahwa jika program yang sama diterapkan di tempat lain yang konteksnya relatif sama, maka akan diperoleh tingkat keberhasilan yang sama pula. Sementara bentuk evaluasi yang ketiga, evaluasi pemberdayaan (*empowerment evaluation*) adalah penilaian untuk melihat tingkat keberhasilan kegiatan atau program menurut ukuran “pemberdayaan”. Evaluasi ini biasanya dilakukan untuk menilai seberapa besar “tingkat kemandirian” penerima program, jika program sepenuhnya dilaksanakan oleh mereka.

Berkaitan dengan topik dalam penelitian ini, bentuk evaluasi yang digunakan dalam mengevaluasi pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit adalah evaluasi formatif. Dimana evaluasi dilaksanakan saat program masih berjalan. Dan dalam penelitian ini, evaluasi masih fokus dilakukan untuk melihat apakah pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit telah sesuai dengan rancangan, sejauh

mana tujuan yang diharapkan telah tercapai, dan sejauh mana program ini mampu memberikan manfaat dan perubahan bagi masyarakat.

2.5.2 Komponen dalam Proses Evaluasi Program Komunikasi

Metode kerja evaluasi program komunikasi pada prinsipnya sama dengan metode riset terapan (Watruck, 2002). Untuk menghasilkan hasil penelitian evaluatif yang terpercaya, terdapat empat komponen penting dalam proses evaluasi sebuah program komunikasi yaitu: (Lindanmann, 2006)

a. Menetapkan tujuan komunikasi secara spesifik dan terukur

Hal ini merupakan hal yang pertama kali harus dilakukan dalam proses evaluasi sebuah program karena efektivitas sebuah program tidak dapat diukur apabila tujuan dari sebuah program tidak diketahui.

Terkait dengan penelitian ini, peneliti mencari tujuan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit melalui berbagai sumber, seperti melalui data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terkait, serta melalui data sekunder yang diperoleh melalui Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit. Tujuan ini akan digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana tujuan yang diharapkan ini telah tercapai.

b. Mengukur *outputs* program komunikasi

Output dalam program komunikasi biasanya merupakan hasil jangka pendek atau hasil langsung dari sebuah program. Umumnya, output merupakan hasil yang dapat terlihat oleh mata.

Dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit, yang berupa *outputs* program seperti jumlah program yang terimplementasi dan pencapaian program sementara.

c. Mengukur *outtakes* dan *outcomes* program komunikasi

Sama pentingnya dalam mengukur *output* dari sebuah program komunikasi, penting pula untuk mengukur *outtakes* dan *outcomes* dari sebuah program komunikasi. Hal ini biasanya jauh lebih sulit untuk mengukur *outtakes* dan *outcomes* dibandingkan untuk mengukur *output* suatu program komunikasi.

Terkait dengan penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada *outcomes* pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit. Sehingga yang akan diukur dalam komponen ini hanya lah *outcomes* program, seperti *awareness*, pengetahuan, dan pemahaman masyarakat sejauh program ini berlangsung, serta sejauh mana program ini mampu memberikan manfaat dan perubahan bagi masyarakat Pademangan Timur.

d. Mengukur tujuan perusahaan

Apapun langkah-langkah yang digunakan untuk mengukur efektivitas dari sebuah program komunikasi dari sebuah perusahaan, sangat penting untuk melihat hubungan antara hasil yang telah dicapai dalam sebuah program dengan tujuan atau target dari perusahaan secara umum.

Pada tahap ini dalam penelitian Program Kampoeng Bangkit, peneliti mencari hubungan antara pencapaian program secara umum dengan target perusahaan secara umum. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit berjalan mendukung target dan tujuan Aetra.

2.6 Asumsi Teoritis

Outputs dan *outcomes* sebuah program sangat ditentukan oleh *inputs* program tersebut. *Inputs* yang baik akan menghasilkan *outputs* dan *outcomes* yang

baik pula. Demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, asumsi teoritis dalam penelitian ini berbunyi:

1. Semakin baik perencanaan Program Kampoeng Bangkit, maka semakin mampu program tersebut terlaksana sesuai dengan rencana (*inputs*)
2. Semakin baik pelaksanaan (*inputs*) dalam Program Kampoeng Bangkit, maka semakin mampu program tersebut mencapai hasil konkret yang diharapkan (*outputs*), serta
3. Semakin nyata hasil yang diharapkan (*outputs*) tercapai, maka semakin signifikan pula manfaat dan perubahan (*outcomes*) yang dirasakan Masyarakat Pademangan Timur dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigam post-positivist. Penelitian post-positivist merupakan paradigma yang menempatkan ilmu sosial seperti ilmu alam, yaitu metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan logika deduktif melalui observasi empiris, dengan tujuan mendapatkan konfirmasi tentang hukum kausalitas yang dapat digunakan untuk memprediksi suatu gejala sosial.

Beberapa peneliti dengan paradigama ini mencoba melakukan penelitian positivis melalui metode dan prosedur yang tidak terlalu baku. Flick dalam Denzin dan Lincoln menyebutkan adanya perbedaan antara positivis dan post-positivist (Denzin & S. Lincoln, 2003, p.14). Ia berpendapat bahwa metode kuantitatif dalam paradigma positivis lebih banyak digunakan untuk mengisolasi sebab dan akibat, mengoperasionalisasikan hubungan antar teori, dan mengukur fenomena untuk kemudian hasil penelitian dapat digeneralisir. Namun dewasa ini, penelitian deduktif yang tradisional seringkali dianggap gagal, maka dari itu sebuah penelitian akhirnya diarahkan pada strategi induktif dimana penelitian tidak dimulai dari usaha untuk berangkat dari teori dan percobaan untuk membuktikan teori tersebut.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mencoba memperoleh gambaran yang lebih mendalam dan *holistic*, dimana selain melakukan evaluasi peneliti juga ingin memberikan ide-ide secara detail yang dapat diimplementasikan sebagai rekomendasi program, dengan tetap fokus pada penelitian evaluasi yang mengacu pada satu model evaluasi, yakni *The Pyramid of PR Research*. Peneliti ingin mencoba mengevaluasi program dari sisi *input*, *output*, dan *outcome* dengan tujuan dapat memperoleh pemahaman yang holistik. Serta memahami makna (*meaning*) atau *verstehen* suatu permasalahan (Ruslan, 2003, p.10).

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan melakukan penelitian berdasarkan kondisi alami di lapangan untuk menggali informasi tanpa berusaha mempengaruhi informan (Moleong, 2005, p.23). Penelitian ini lebih menyelidiki cara yang digunakan orang untuk memahami kehidupan sosial mereka dan bagaimana mereka mengekspresikan pemahaman tersebut melalui bahasa, suara, gambaran, gaya personal, dan ritual-ritual sosial (Deacon, Fenton, & & Bryman, 1999, p.6).

Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah tidak dapat digeneralisasikan. Yang dimaksud dengan tidak dapat digeneralisasikan adalah bahwa hasil penelitian kualitatif tidak bisa diperlakukan secara *universal* atau umum. Hasil suatu penelitian kualitatif hanya dapat berlaku pada situasi dan keadaan yang sesuai dengan situasi dan keadaan di masa penelitian serupa dilakukan. (Kountur, 2003, p.29)

Untuk itulah penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan sejauh mana efektivitas program Kampoeng Bangkit yang dilaksanakan oleh PT Aetra Air Jakarta sebagai bentuk evaluasi program, dengan menggunakan kata-kata dan bahasa yang diberikan oleh subjek penelitian mengenai program. Selain itu, peneliti juga menganalisa beberapa dokumen tertulis dari program Kampoeng Bangkit, baik berupa data-data rancangan kegiatan sampai data laporan kegiatan.

3.3 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian evaluatif, yakni penelitian yang mengkaji efektivitas atau keberhasilan suatu program (Kriyantono, 2006, p.29). Penelitian evaluatif ini dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan suatu program, produk atau kegiatan tertentu. Penelitian ini diarahkan untuk menilai keberhasilan, manfaat, kegunaan, sumbangan dan kelayakan dari suatu program kegiatan yang dilakukan oleh suatu unit atau lembaga tertentu.

Menurut sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha menggambarkan secermat mungkin suatu

fenomena. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala, serta menggambarkan hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat.

Penelitian deskriptif memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Kountur, 2003, p.105-106):

1. Berhubungan dengan keadaan yang terjadi saat itu.
2. Menguraikan satu variabel saja atau beberapa variabel namun diuraikan satu persatu.
3. Variabel yang diteliti tidak dimanupilasi atau tidak ada perlakuan.

3.4 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan percobaan yang intensif, menggunakan sumber data yang beragam (bisa saja kualitatif, kuantitatif, atau keduanya), yang terikat oleh tempat dan waktu. Biasanya diasosiasikan dengan lokasi. Kasusnya bisa dalam bentuk organisasi, sejumlah orang dalam bentuk kelompok sosial atau kelompok kerja, komunitas, kejadian proses, isu-isu atau kampanye. (Irawan, 2007, p.13)

Pada penelitian ini, kasus yang kami ambil berasal dari sebuah program CSR yang dilakukan oleh PT Aetra Air Jakarta, yakni program Kampoeng Bangkit. Peneliti memilih studi kasus sebagai strategi penelitian untuk melihat secara spesifik efektivitas pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan meninjau segala kelebihan dan kekurangan melalui tiga aspek *input*, *output*, dan *outcome*.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan 2 macam data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer

merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti (Totok Budi & Tjiptono, 2001, p.59). Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam.

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak berstruktur. Metode ini berdasarkan spontanitas dan interaksi antara peneliti dan yang diteliti berjalan secara ilmiah. Pertanyaan-pertanyaan bergulir sesuai konteks yang terjadi saat itu (Patton, 1990, p.342). Tujuan penelitian dijadikan sebagai panduan dalam melakukan wawancara, namun pewawancara tetap bebas menentukan ke mana jalannya wawancara sesuai dengan arah yang diberikan oleh data dan informan.

Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dalam bentuk yang sudah jadi. Data ini dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain yang biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dibutuhkan untuk menunjang informasi dalam penelitian demi kesesuaian akan berbagai hal. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan.

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data yang relevan dari berbagai sumber yang membahas *Corporate Social Responsibility* dan pihak-pihak yang berperan di dalamnya. Dalam penelitian ini sumber yang digunakan untuk memperoleh data sekunder penelitian berasal dari proposal rancangan Program Kampoeng Bangkit, laporan perkembangan Program Kampoeng Bangkit, lembar fakta perusahaan dan CSR perusahaan, serta *press release* yang terkait dengan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit.

Melalui metode pengumpulan data seperti ini diharapkan akan diperoleh data dalam bentuk pernyataan yang bersifat informatif mengenai proses perencanaan, proses pelaksanaan, serta hasil akhir dari program Kampoeng Bangkit. Data-data yang diperoleh ini akan digunakan oleh peneliti untuk melakukan evaluasi lebih lanjut mengenai program Kampoeng Bangkit yang telah dilaksanakan oleh PT Aetra Air Jakarta.

3.6 Metode Pemilihan Informan

Wawancara mendalam yang dilakukan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan cara *purposive*. Kekuatan dari *purposive sampling* ini adalah pemilihan informan yang kaya informasi sehingga bisa digali lebih dalam (Patton, 1990, p.238). Sumber data yang digunakan di sini tidak sebagai sumber data yang mewakili populasinya, tetapi mewakili informasi. Berdasar kepada akses tertentu yang dianggap memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahan secara mendalam dan dapat dipercaya sebagai sumber yang mantap. (Sutopo, 2006, p.64)

Teknik *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling*. Sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Teknik ini umumnya memilih sesuatu atau seseorang menjadi sampel karena mereka kaya akan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. (Mustafa, 2000)

Informan yang dipilih adalah informan yang dianggap mempunyai pengamalan atau dekat dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga informan dapat memberikan informasi lebih kaya dan mendalam. Informan-informan yang dipilih tidak hanya orang-orang yang terlibat dalam program CSR tersebut, seperti pihak PT Aetra Air Jakarta sebagai pelaksana program Kampoeng Bangkit, pihak Rumah Salman ITB sebagai mediator serta mitra Aetra dalam pelaksanaan program tersebut, dan perwakilan tokoh masyarakat Pademangan Timur sebagai sasaran program Kampoeng Bangkit, melainkan juga seorang pakar komunikasi yang telah berkecimpung lama di dalam dunia CSR. Semua pihak yang diwawancarai, kecuali perwakilan Aetra, merupakan pihak eksternal perusahaan yang merupakan perwakilan pihak-pihak yang terlibat dalam program Kampoeng Bangkit dan diharapkan dapat memberi pandangan yang obyektif mengenai Aetra dan program ini.

Narasumber dalam penelitian ini adalah Bambang Chriswanto yang merupakan seorang *Director for Social Engagement* Indo Pacific Edelman, yang

telah memiliki banyak pengalaman dalam CSR di Indonesia. Sementara informan-informan dalam penelitian ini antara lain:

1. Nama : AR
Peran : Penanggung Jawab Umum Kampoeng Bangkit – PT Aetra Air Jakarta
2. Nama : RJ
Peran : *Project Officer* Kampoeng Bangkit – PT Aetra Air Jakarta
3. Nama : GY
Peran : *Project Officer* Kampoeng Bangkit – Rumah Salman ITB
4. Nama : TS
Peran : Salah satu tokoh masyarakat dalam Kampoeng Bangkit

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan unit dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2006, p.280).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data tematik, dimana hasil temuan lapangan diproses berdasarkan tema-tema yang sesuai dengan kerangka pemikiran. Dalam melakukan proses analisis data tematik penulis melakukan: (Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, 2008, p.91-93)

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu data primer dari transkrip setiap informan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan yang ditulis dalam catatan lapangan serta sumber data sekunder, seperti melalui surat kabar, data internet dan beberapa sumber cetak lainnya. Setelah itu penulis melakukan inventaris data seperti mengecek kualitas dari data yang telah didapat untuk kemudian dibaca dan dipelajari.

2. Mereduksi data, dilakukan dengan membuat abstraksi, yaitu rangkuman sehingga inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang diperlukan dapat diambil, sedangkan data yang tidak dibutuhkan dapat direduksi agar tidak mengaburkan fokus penelitian.
3. Setelah mereduksi data, tahap selanjutnya adalah menyusun data-data tersebut ke dalam kategori-kategori. Setelah itu, peneliti berusaha menemukan dan memberi label sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh para informan untuk kemudian digunakan untuk menemukan ciri, atribut, atau karakteristik yang membedakan sesuatu dengan sesuatu yang lain.
4. Tahap selanjutnya adalah penyusutan satuan. Ada dua karakteristik menurut Guba dan Lincoln. Pertama satuan ini harus *heuristic*, yaitu mengarah kepada satu pengertian atau satu tindakan yang diperlukan oleh peneliti dan satuan itu hendaknya menarik. Kedua, satuan itu hendaknya merupakan “sepotong” informasi terkecil yang dapat berdiri sendiri, artinya satuan itu harus dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan selain pengertian umum dalam konteks data penelitian.
5. Tahap selanjutnya adalah kategorisasi dengan melakukan koding. Hal-hal yang harus dikerjakan adalah membuat kategorisasi koding, kemudian membuat format transkrip untuk koding data, setelah itu membaca transkrip lalu membuat kode unit data pada transkrip, dan merumuskan data kode ke dalam masing-masing kategori.
6. Setelah melakukan kategorisasi dengan koding, selanjutnya yang harus dilakukan adalah menemukan pola atau tema. Pola atau tema seolah tampil secara acak, maka penulis harus melakukan proses mengkode informasi yang akan menghasilkan daftar tema. Tema minimal dapat mendeskripsikan fenomena dan secara maksimal memungkinkan menginterpretasi fenomena. Tahap terakhir adalah pemeriksaan keabsahan data dengan melihat kesinambungan data antara satu informan dengan informan lain.

3.8 Kelemahan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini adalah adanya kondisi-kondisi yang tidak terkontrol oleh peneliti dalam penelitian ini. Idealnya informan yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Pihak Aetra : *Corporate Communication Manager* dan *CSR Officer*.
- b. Pihak Rumah Salman ITB
- c. Pemimpin warga Kampoeng Bangkit : Ketua Kader Bangkit
- d. Pemerintah Daerah Pademangan Timur : Lurah Pademangan Timur
- e. Pakar CSR

Namun karena terdapat hal-hal yang berada di luar kendali peneliti, yakni sudah adanya pergantian pemerintah daerah (Lurah Pademangan Timur), sehingga lurah yang baru masih belum dekat dengan program. Oleh karena itu, hanya ada satu informan yang mewakili masyarakat setempat untuk memberikan pandangan dalam studi ini.

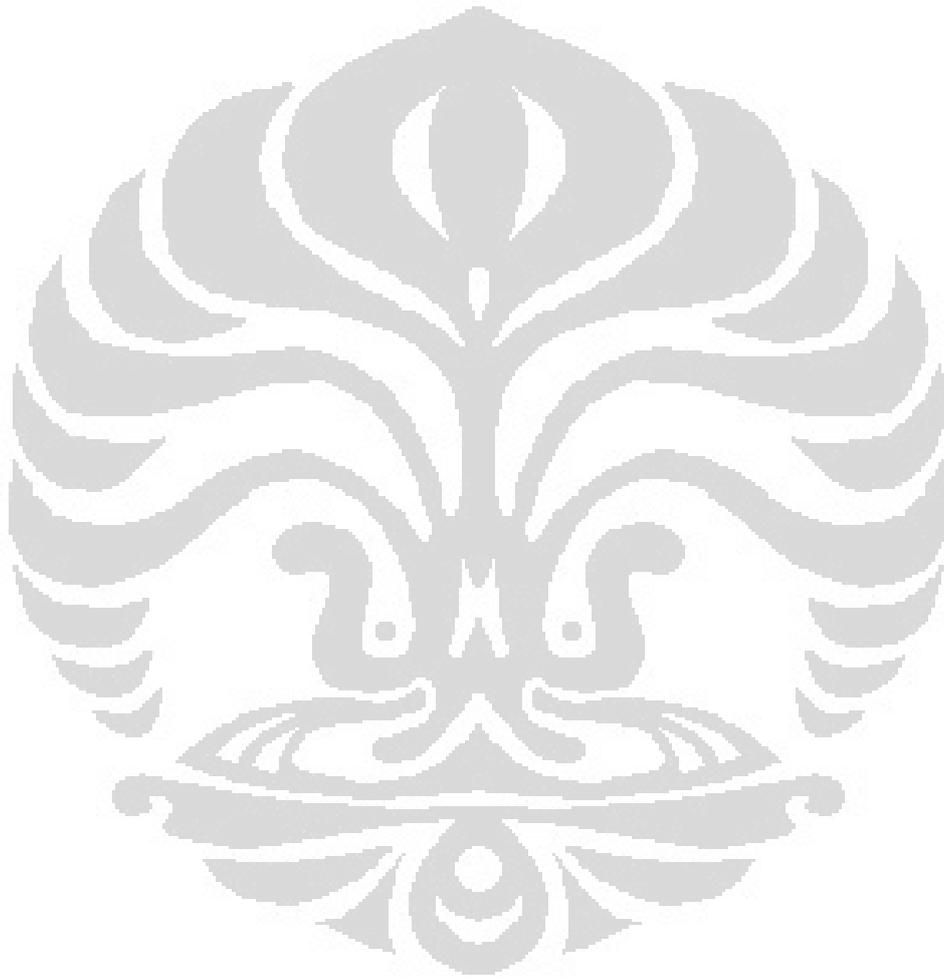
Selain itu, penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat evaluatif, dimana hasil yang diukur dalam penelitian ini fokus kepada level *outcome*. Penelitian ini hanya menggunakan satu pendekatan, yakni pendekatan kualitatif, karena melalui penelitian yang bersifat evaluatif ini, peneliti ingin memperoleh analisa yang lebih mendalam yang tidak bisa didapatkan dalam penelitian kuantitatif. Namun, sesuai dengan apa yang dipaparkan dalam bab sebelumnya, menurut model evaluasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk dapat mengukur level *outcome* suatu program, lebih efektif bila digunakan pula metode kuantitatif melalui pengumpulan data dengan survey.

3.9 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berlangsung dari Oktober 2011 – Desember 2011 dan fokus dalam penelitian ini berada pada level program dalam Program Kampoeng Bangkit saja. Sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini hanya terbatas

pada perencanaan program, pelaksanaan program, dan pencapaian program dari Program Kampoeng Bangkit.

Program Kampoeng Bangkit ini merupakan program yang masih dan baru berjalan selama 1 tahun. Sebagai sebuah program yang baru berjalan selama 1 tahun, tentunya hasil dalam level *outcomes* program belum sepenuhnya tercapai. Oleh karena itu, penelitian ini melihat pada *outcomes* program yang sudah tercapai hanya sampai Desember 2011.



BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Program Kampoeng Bangkit

Kampoeng Bangkit adalah salah satu bentuk program CSR Aetra yang bergerak dalam bentuk usaha pemberdayaan masyarakat. Program ini merupakan gerakan memandu kebangkitan masyarakat dengan menerapkan pemberdayaan terpadu ‘langsung di kantong kemiskinan’. Dalam menjalankan program ini, Aetra menggandeng Rumah Salman ITB sebagai mitra kerjasama sekaligus sebagai mediator antara Aetra dengan masyarakat Kampoeng Bangkit.

4.1.1 Latar Belakang Program

Laporan mengenai Indeks Pembangunan Manusia (IPM) untuk tahun 2009/2010 dari *United Nations Development Program* (UNDP) menyatakan bahwa peringkat IPM Indonesia tahun 2010 berada di urutan 108. Peringkat ini masih lebih rendah dari Singapura (peringkat 27), Brunei Darussalam (37), Malaysia (57), Thailand (92), dan Filipina (97). Tanpa perbaikan strategi pembangunan ekonomi dan sosial secara mendasar, peringkat IPM Indonesia tidak menutup kemungkinan segera disusul oleh negara-negara lainnya di tahun-tahun mendatang. (Harmadi & Harry B, 2011)

Indikator IPM pada hakekatnya merujuk pada konsep *basic human capabilities*, dapat dikatakan bahwa kemampuan masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan yang sangat mendasar saja ternyata masih sulit. Dengan kata lain, masyarakat Indonesia masih belum bisa terbebas dari lilitan kemiskinan. Hingga saat ini, jumlah orang miskin di Indonesia masih sangat mencemaskan. Pada tahun 2010, jumlah penduduk miskin di Indonesia sebanyak 31,02 juta orang atau 13,33% dari total penduduk Indonesia. (Badan Pusat Statistik, 2010, p.1)

Angka kemiskinan ini menggunakan *poverty line* dari BPS yaitu Rp211.726,- per kapita per bulan pada Maret 2010. (Badan Pusat Statistik, 2010, p.4)

Permasalahan kemiskinan dan keterbelakangan rakyat tidak bisa atau bahkan tidak mungkin diatasi hanya dengan pendekatan proyek jangka pendek, kepedulian sesaat, apalagi hanya sebatas kajian yang berujung pada wacana. Permasalahan kemiskinan dan keterbelakangan rakyat hanya dapat diatasi dengan pendekatan gerakan yang dapat mengubah nasib kaum terlantar, fakir miskin, dan rakyat secara bermartabat.

Untuk itu perlu adanya sebuah gerakan partisipasi masyarakat yang berbasis pada keikhlasan, bertumpu pada konsep fundamental-holistik, model solusi yang efektif, mudah direplikasi secara kreatif, dan berdampak jangka panjang namun bermanfaat nyata dalam jangka pendek. Kampoeng Bangkit adalah alternatif gerakan untuk menjawab kebutuhan tersebut. (Rumah Salman ITB, 2010, p.1)

Program Kampoeng Bangkit ini dilaksanakan di kantong kemiskinan perkotaan maupun daerah terpencil dan terisolasi. Melalui program ini diharapkan agar daerah-daerah tersebut menjadi bangkit di segala aspek kehidupan. Dari sini lah nama Program Kampoeng Bangkit dibentuk.

4.1.2 Tujuan Program

Tujuan umum pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini adalah untuk mencapai peningkatan IPM Plus di kampong tertinggal – rawan kemiskinan, di perkotaan maupun di pedesaan dalam Gerakan Kampoeng Bangkit (Rumah Salman ITB, 2010, p.5).

4.1.3 Kegiatan

Adapun rincian program Kampoeng Bangkit secara singkat antara lain (Rumah Salman ITB, 2010):

1. Program Senyum Guru

Program khusus guru honorer yang bertanggung jawab akan peningkatan nilai akademis seluruh anak-anak beasiswa ABC. Guru honorer ini mendapatkan upah sebesar 250 ribu rupiah setiap bulannya. Adapun tujuan khusus dari program ini adalah untuk meningkatkan partisipasi guru sukarelawan-honorer dalam melakukan bimbingan dan konseling belajar terhadap anak-anak di lingkungan sekitar kampungnya.

2. Program Cinta Lingkungan

Program ini merupakan program pembentukan 6 orang kader cinta lingkungan yang nantinya mereka akan menjadi pelopor gerakan-gerakan lingkungan, seperti gerakan penanaman pohon, gerakan pembersihan lingkungan, serta kerja bakti bareng membersihkan sungai.

3. Program Anak Bangsa Ceria (ABC)

Berupa pemberian beasiswa sekolah dan pembinaan terpadu. Adapun tujuan khusus dari pemberian beasiswa ini adalah untuk meningkatkan kualitas partisipasi pembelajaran anak-anak dari keluarga kurang mampu.

4. Program Sahabat Bunda

Berupa gerakan kepedulian dan kebersamaan masyarakat di bidang sanitasi lingkungan, persalinan, gizi dan kesehatan, keterampilan, dan perekonomian mikro kepada kaum ibu. Tujuan khusus dari pelaksanaan program ini adalah untuk meningkatkan kemampuan para ibu dalam menata rumah tangga dan pengasuhan anak.

5. Program Koperasi

Berupa gerakan ekonomi kerakyatan untuk usaha mikro dan kecil dengan pendekatan spriritual dan *microfinance*. Tujuan khusus dibentuknya koperasi ini adalah untuk meningkatkan daya saing kaum menengah kebawah untuk meraih kesetaraan perekonomian.

6. Hidran Umum Aetra

Hidran umum ini didirikan oleh Aetra sebagai bentuk kepedulian Aetra terhadap masyarakat Pademangan Timur RW 10, sehingga warga mendapatkan akses air bersih. Air yang berasal dari hidran umum ini dijual dengan harga yang murah, yakni Rp4500,00 per kibiknya. Selain diserahkan kepada Aetra, uang hasil penjualan air tersebut digunakan untuk pengembangan wilayah setempat yang dikelola melalui Koperasi.

4.2 PT Aetra Air Jakarta

PT Aetra Air Jakarta (Aetra) lama dikenal sebagai penyedia jasa air bersih bagi area industri, area bisnis maupun pemukiman penduduk di wilayah operasional Aetra, meliputi Jakarta Timur, sebagian Jakarta Pusat dan Jakarta Utara. Aetra senantiasa berupaya memberikan pelayanan terbaik berupa jasa penyedia kebutuhan akan air yang terjamin kualitas dan kuantitasnya. Hal ini adalah bagian langkah kecil Aetra untuk menyehatkan masyarakat Bangsa Indonesia.

Aetra mendapat konsesi untuk melakukan usaha selama 25 tahun berdasarkan Perjanjian Kerjasama dengan Perusahaan Daerah Air Minum DKI Jakarta (PAM Jaya). Kerjasama ini berlaku efektif sejak tanggal 1 Februari 1998 hingga tanggal 31 Januari 2023. Pemegang saham Aetra adalah Acuatico Pte.Ltd. dengan kepemilikan sebesar 95% dan PT Alberta Utilities sebesar 5%. Pada tahun 2008, Aetra menerbitkan Obligasi Korporasi di Bursa Efek Indonesia dengan kode AIRJ01A, AIRJ01B, dan AIRJ01C.

Aetra bertanggung jawab untuk mengelola, mengoperasikan, memelihara, serta melakukan investasi untuk mengoptimalkan, menambah, dan meningkatkan pelayanan air bersih di wilayah operasional Aetra. Adapun wilayah operasional Aetra berada di sebelah Timur Kali Ciliwung, yang meliputi sebagian wilayah Jakarta Utara, sebagian wilayah Jakarta Pusat, dan seluruh wilayah Jakarta Timur.

Melalui visinya, Aetra berupaya untuk selalu meningkatkan kehidupan masyarakat setiap saat. Jumlah pelanggan Aetra telah meningkat sebesar 42,64% dari 266.402 pelanggan di awal masa kerja sama, menjadi 380.000 pelanggan pada akhir tahun 2008. Rasio cakupan pelayanan pasokan air telah meningkat dari 57,4% pada tahun 1998 menjadi 65,2% pada Desember 2008, dengan demikian diperkirakan 2,9 juta jiwa di wilayah operasional Aetra telah memperoleh akses pelayanan air bersih.

(PT Aetra Air Jakarta, 2009)

4.2.1 Visi, Misi, dan Nilai PT Aetra Air Jakarta

Visi Aetra

Meningkatkan kehidupan masyarakat setiap saat

Misi Aetra

Secara konsisten menyediakan pelayanan yang terbaik dengan melakukan perbaikan yang berkesinambungan dalam segala hal yang dilakukan.

Nilai-nilai Aetra

1. Orientasi terhadap pelanggan
2. Profesionalisme
3. Respek terhadap komunitas dan lingkungan

4.2.2 Struktur Organisasi (terlampir)

(terlampir)

4.2.3 CSR PT Aetra Air Jakarta

CSR merupakan suatu kewajiban bagi sebuah perusahaan, terutama perusahaan yang dekat dengan lingkungan, baik BUMN maupun BUMD. PT

Aetra Air Jakarta sebagai sebuah perusahaan penyedia layanan air bersih sangat bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan, terutama akan kebersihan air.

Sebagai perusahaan yang memegang teguh nilai-nilai respek terhadap komunitas dan lingkungan, Aetra mewujudkannya dengan pengembangan sejumlah program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berawal dari kepeduliannya ini, dibangunlah tiga pilar dalam CSR yang sesuai dengan karakter budaya dan visi-misi perusahaan. Ketiga pilar tersebut meliputi konservasi, edukasi, dan akses air bersih. Di mana dalam setiap program CSR yang dilaksanakan oleh Aetra terkandung nilai tanggung jawab untuk terus menjaga air baku masyarakat, tanggung jawab untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait dengan keberadaan air dan lingkungan, dan tanggung jawab perusahaan dalam memberikan layanan air bersih kepada seluruh masyarakat yang sulit mendapatkan akses air bersih.

Sejak awal masa beroperasinya di tahun 1998, pengelolaan CSR PT Aetra Air Jakarta berada di bawah tanggung jawab Departemen Komunikasi. Adapun bagian yang bertanggung jawab secara langsung dalam mengelola segala kegiatan CSR Aetra adalah Divisi *Public Relations*, khususnya *CSR officer*.

Peran Humas Aetra dalam mengelola CSR tergambar dalam kegiatan bina relasi yang dilakukakan dengan berbagai aspek masyarakat, melihat potensi-potensi hubungan baik yang ada dari segala bentuk kegiatan, baik besar maupun kecil, serta turun langsung dalam mengawasi jalannya kegiatan-kegiatan CSR yang sedang dilaksanakan. Tidak hanya terbatas dalam peran *controlling* saja, Humas Aetra juga berperan sebagai *communicator*, dengan mengkomunikasikan segala program CSR yang telah dan atau sedang berlangsung ke seluruh pihak, baik *stakeholder* maupun *shareholder*.

Program-program CSR yang dilaksanakan oleh Aetra meliputi Program Konservasi Air dan Lingkungan, Program Akses Air Bersih, Program Pemberdayaan Masyarakat, Program Bantuan Sosial dan Bencana Alam, serta *Twining* Program dengan sesama PDAM. Adapun kelima program CSR ini masih berjalan semuanya secara periodik.

Program konservasi air dan lingkungan ini dikembangkan dengan konsep “Pendidikan Air untuk Masyarakat”. Sejak 2004, Aetra telah mengembangkan Modul Edukasi untuk Program Pendidikan Air di sekolah. Program Konservasi Air dan Lingkungan yang dilaksanakan oleh Aetra pun beragam, seperti duta air dan sanitasi, program kunjungan palajar ke IPA Buaran, konservasi Daerah Aliran Sungai Citarum dengan sistem imbal jasa, program kali bersih Kali Bekasi dan Ciliwung, serta *working group* air baku.

- Duta Air dan Sanitasi

Pada tahun 2005 Aetra bekerja sama dengan LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial) merintis Program Duta Air”. Program ini bertujuan untuk mempersiapkan duta sebagai kader lingkungan yang akan berkampanye tentang upaya konservasi air kepada siswa dan siswi Sekolah Dasar. Sejak 2006 hingga Desember 2010, program ini telah menghasilkan 133 duta air dari 41 sekolah yang telah berpartisipasi dalam program Duta Air.

- Program Kunjungan Pelajar ke IPA Buaran

Melalui program ini Aetra memberikan kesempatan kepada para pelajar atau mahasiswa termasuk juga warga untuk mendapatkan pengetahuan tentang proses pengolahan air bersih bersih melalui kunjungan ke Instalasi Pengolahan Air (IPA) Buaran.

- Konservasi Daerah Aliran Sungai Citarum dengan Sistem Imbal Jasa

Aetra melakukan konservasi di kawasan Daerah Aliran Sungai (DAS) Citarum, subdas Cikapundung dengan mekanisme imbal jasa dalam hubungan antara kawasan hulu dan hilir di lahan seluas 22 hektar. Dalam menjalankan program ini Aetra bekerja sama dengan Kelompok Tani Syurga Air, Lembang Barat dengan pola tanam multistrata. Program ini difasilitasi oleh LP3ES dan BPLHD Jawa Barat.

- Program Kali Bersih Kali Ciliwung dan Kali Bekasi

Program ini terdiri dari aktivitas pembersihan sungai serta sosialisasi kepada masyarakat sekitar sungai untuk tidak membuang sampah di kali. Dalam menjalankan program ini Aetra bekerja sama dengan BPLHD DKI Jakarta dan BPLH Kota Bekasi.

- *Working Group Air Baku*

Salah satu bentuk Program Konservasi Air dan Lingkungan yang dilaksanakan oleh Aetra adalah dengan membentuk working group air baku yang bertujuan untuk meningkatkan kerjasama para pihak dalam pengendalian pencemaran air di DAS Citarum dan DAS Cisadane, khususnya Kali Cileungsi / Kali Bekasi, Cibeet dan kali Cikarang. Dalam menjalankan program ini Aetra bekerja sama dengan BPLHD Jawa Barat, PJT II. PAM JAYA, Palyja BBWS Ciliwung Cisadane.

Program CSR yang kedua adalah Program Akses ke Air Bersih. Dimana program ini terdiri dari 2 program, yaitu kios air dan hidran umum. Kios air dibangun oleh Aetra untuk masyarakat yang tidak memiliki akses suplai air. Kios air ini dikelola oleh Kelompok Swdaya Pengguna Air (KSPA) yang pengurusnya dipilih oleh masyarakat setempat. Kios air telah dibangun di 7 titik di Merunda dan Rorotan, yang melayani sekitar 400 KK. Sementara Hidran Umum didirikan oleh Aetra khususnya untuk masyarakat dengan kondisi khusus, seperti area pemukiman liar, korban kebakaran atau kondisi lainnya. Hidran umum ini telah didirikan di beberapa daerah, antara lain Jl. Raya Cakung Cilincing, Jl. Perjuangan Raya, Tanah Merah, Rawa Terate, serta Pademangan Timur RW 10.

Program CSR yang ketiga adalah program pemberdayaan masyarakat. Salah satu bentuk kegiatan CSR dalam bidang pemberdayaan masyarakat adalah Program Kampoeng Bangkit. Program ini dilaksanakan di wilayah Pademangan Timur RW 10. Saat ini warga sedang mengembangkan koperasi simpan pinjam dengan dan bergulir dari Aetra, Rumah Salman ITB, serta hasil dari penjualan air bersih dari 2 hidran Aetra yang dikelola oleh masyarakat setempat.

Program CSR lainnya yang dilakukan oleh Aetra sebagai bentuk kepeduliannya terhadap komunitas dan lingkungan adalah program bantuan sosial dan bencana alam. Aetra mengirimkan relawan karyawan Aetra saat Tsunami di Aceh (2004), gempa besar di Sumatera Barat (2009), dan berbagai lokasi lainnya di Indonesia. Selain itu Aetra juga memberikan pelatihan singkat pada PDAM di lokasi bencana untuk mendeteksi kebocoran pipa yang rusak akibat bencana, mengoperasikan *miniplant* untuk memproduksi air bersih. Tahun 2010 Aetra mengirimkan bantuan untuk Yogyakarta, Wasior (Papua) serta kepulauan Mentawai (Sumatera Barat)

Bentuk program CSR terakhir yang dilaksanakan oleh Aetra adalah *twinning* program dengan sesama PDAM. Dengan tujuan untuk memajukan kebersihan dan akses air minum di Indonesia, Aetra merintis Twinning Program dengan sesama PDAM, yang dimulai dengan PDAM Kota Padang. Melalui program ini Aetra menyediakan tenaga pelatih, fasilitas dan peralatan latihan untuk lima bidang, yaitu reorganisasi perusahaan, penyempurnaan sistem *database*, perbaikan sistem jaringan pipa distribusi, perbaikan manajemen riset, serta penyusunan *strategic plan*.

4.3 Rumah Amal Salman ITB

Berkaitan dengan topik dalam penelitian ini, Rumah Amal Salman ITB merupakan mitra kerja sama PT Aetra Air Jakarta dalam melaksanakan Program Kampoeng Bangkit di wilayah Pademangan Timur. Sebagai mitra Aetra, Rumah Amal Salman ITB bertanggung jawab atas Program Kampoeng Bangkit, dari mulai perencanaan hingga pelaksanaan program.

Rumah Amal Salman ITB merupakan sebuah lembaga yang menghimpun, mengelola, dan menyediakan dana Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf, yang didirikan oleh YPM Salman ITB. Lembaga ini berdiri sejak tahun 1960 dan memulai kegiatannya sebagai Panitia Masjid Salman ITB. Pada tahun 1974 diselenggarakan Latihan Mujahid Dakwah (LMD) yang diikuti oleh para aktivis

mahasiswa Islam di seluruh Indonesia. Pada tahun ini pula Masjid Salman ITB menjadi pelopor berdirinya masjid-masjid kampus di seluruh Indonesia. Lembaga ini terus mengembangkan kegiatan-kegiatannya.

Pada tahun 1981 didirikan Keluarga Remaja Islam Salman (Karisma). Karisma merupakan unit aktivitas pertama yang memicu lahirnya unit kegiatan lain, dan dengan monitoringnya kegiatan ini menjadi pelopor aktivitas dan pembinaan remaja Islam di Indonesia. Pada tahun 1991 sejumlah aktivis Salman mendirikan sebuah *Baitul Maal* ala Rasulullah SAW di Salman. Lembaga ini mulai menjemput zakat dan menciptakan berbagai program guna mengoptimalkan dana zakat yang terkumpul. Perkembangan dan perubahan pun terus terjadi pada lembaga ini. *Baitul Maal* Salman ini berubah nama menjadi BAKONZAS (Badan Konsultasi Zakat Salman). Tugas utama BAKONZAS adalah menyosialisasikan arti penting zakat, membuka konsultasi zakat, dan mengadakan seminar tentang zakat. Namun demikian, BAKONZAS tetap menerima titipan zakat, wakaf, infak, dan sedekah.

Pada awal tahun 2001, sejumlah aktivis Salman sepakat membentuk Lembaga Wakaf dan Zakat Salman ITB yang lebih profesional. Pada hari Jumat 8 Juni 2007 Rumah Amal Salman ITB resmi berdiri. Lembaga ini merupakan metamorfosis dari Lembaga Wakaf dan Zakat Salman ITB.

4.3.1 Visi dan Misi Rumah Amal Salman ITB

Visi:

Menjadi Lembaga Wakaf Zakat yang amanah dan mengangkay martabat.

Misi:

- Menyediakan sistem dan layanan yang memudahkan para muzakki atau donator dalam menunaikan zakat, infak, sedekah, maupun wakaf dengan sebaik-baiknya

- Mendayagunakan dana zakat, infak, sedekah maupun wakaf melalui program-program yang terasa manfaatnya, mengangkat martabat mustahik, dan membahagiakan muzakki atau donator
- Menjalin kemitraan dengan berbagai potensi kreatif umat dalam membangun masyarakat yang lebih berkasih sayang, berdaya dan bermartabat, berbasis sumber daya zakat, infak, sedekah, dan wakaf.

4.3.2 Gerakan dan Program Pemberdayaan

Adapun gerakan dan program pemberdayaan yang sedang dilaksanakan oleh Rumah Amal Salman ITB terdiri dari Rukun Madani, Kampoeng Bangkit, Generasi Bervisi, Kasi Kemanusiaan, Program Event Hari Besar Islam (Ramadhan dan Qurban), dan Program Kemitraan Dakwah.

Rukun Madani merupakan sebuah program penyaluran dan pengelolaan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf dari pusat keunggulan (institusi pendidikan / korporat swasta / kompleks elit) untuk pemberdayaan warga di kantong kemiskinan sekitarnya, dengan melibatkan seluruh *stakeholders* setempat. Program ini bertujuan untuk mewujudkan model masyarakat madani di kawasan sekitar pusat keunggulan.

Kampoeng Bangkit merupakan sebuah gerakan pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk mengangkat kondisi kantong kemiskinan di kantong kemiskinan perkotaan maupun daerah terpencil – terisolir menjadi bangkit, maju, dan mandiri di segala aspek kehidupan. Gerakan Bervisi merupakan sebuah program yang bertujuan untuk membantu mahasiswa atau pelajar berprestasi dari keluarga kurang mampu dan penerima beasiswa menjadi generasi yang unggul, yang dapat menyelesaikan pendidikannya dengan baik dan menjadi ujung tombak perubahan atau perbaikan di tengah-tengah masyarakat. Gerakan Bervisi ini terdiri atas empat program, yakni beasiswa bervisi, beasiswa pelopor, rumah visi, dan PPIV.

Aksi Kemanusiaan merupakan salah satu bentuk gerakan dan program yang diselenggarakan oleh Rumah Amal Salman ITB yang bergerak di aspek kemanusiaan. Aksi Kemanusiaan ini terdiri dari berbagai bentuk gerakan, seperti Indonesia Disaster Total Response (IDRT), donor darah, dan baksos yang dimotori oleh Korps Relawan Salman ITB (KORSA), serta pelayanan insidental yang meliputi pemberian bantuan dana darurat kepada pihak yang sangat membutuhkan berupa bantuan pendidikan, transportasi, ekonomi, biaya pengobatan, dan muafaf.

Program Event Hari Besar yang diselenggarakan oleh Rumah Amal Salman ITB meliputi Ramadhan Superberkah dan Qurban Superberkah. Program Ramadhan Superberkah ini antara lain berupa tabligh akbar dan ta'jil keliling, pesantren kilat, dan pembagian zakat fitrah. Sementara program Qurban Superberkah berupa gerakan menghimpun ratusan ekor domba dan sapi, lalu disalurkan ke daerah-daerah rawan kemiskinan dan akidah.

Sementara Program Kemitraan Dakwah sebagai salah satu gerakan dan program Rumah Amal Salman, terdiri dari Kuliah Sabtu Dhuha (pekanan bagi warga sekitar dan jamaah Salman ITB), Rumah Qur'an sebagai program pembinaan Belajar Baca Qur'an, tahsin, dan tahfidz bagi mahasiswa dan umum, Kuliah Bahasa Arab bagi mahasiswa dan umum yang terdiri dari atas kelas regular, percakapan, dan kelas kajian kitab, serta Teacher Motivation Forum (TMIF) sebagai forum motivasi agar para guru dapat mendidik dengan penuh tanggung jawab dan ikhlas.

(Rumah Amal Salman ITB, 2011)

BAB V

ANALISIS DATA

Dalam melakukan evaluasi terhadap suatu program *Public Relations*, tentunya tidak dapat dilakukan secara sepotong-potong. Evaluasi harus dilakukan secara bertahap, mulai dari program tersebut mulai dirancang oleh perusahaan sampai program tersebut selesai. Untuk mengevaluasi Program Kampoeng Bangkit yang dilaksanakan oleh Aetra, peneliti juga harus mempertimbangkan apa yang menjadi latar belakang perencanaan program tersebut, tujuan yang diharapkan dari program, implementasi program, sampai kepada manfaat yang didapatkan setelah program tersebut berjalan. Oleh karena itu, sebelum mengevaluasi Program Kampoeng Bangkit tersebut, peneliti akan memaparkan satu per satu hal-hal penting yang perlu diketahui dari perencanaan hingga pelaksanaan program tersebut.

1.1 Profil Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini bernama Bambang Chriswanto. Beliau merupakan *Director for Social Engagement* dari Indo Pacific Edelman. Pengalamannya berkecimpung di dalam dunia komunikasi khususnya sebagai konsultan PR yang menangani berbagai CSR perusahaan-perusahaan besar, membuatnya mengerti sekali mengenai implementasi CSR di Indonesia.

1.2 Profil Informan

1. Informan I

Informan pertama bernama AR. Beliau adalah salah satu manajer dari PT Aetra Air Jakarta. Pengalaman dan latar belakangnya yang telah menduduki salah satu jabatan penting dalam *Corporate Communication* perusahaan menyebabkan beliau paham tentang objek dalam penelitian ini.

2. Informan II

Informan kedua bernama RJ yang lahir pada 32 tahun silam dan merupakan salah satu *staff* PT Aetra Air Jakarta. Pengalamannya selama 9 tahun menjadi salah satu *staff* di divisi *Corporate Communication* Aetra ini membuatnya mengerti sekali mengenai objek dalam penelitian ini.

3. Informan III

Informan ketiga bernama GY. Beliau merupakan salah satu *staff* dari Rumah Salman ITB selaku mitra kerjasama Aetra dalam melaksanakan Program Kampoeng Bangkit. Peran beliau dalam Kampoeng Bangkit ini, membuatnya dekat sekali dengan objek penelitian ini. Sebagai seseorang yang mempunyai tanggung jawab terhadap keberlangsungan program ini, beliau sangat mengetahui seluk beluk mengenai Program Kampoeng Bangkit.

4. Informan IV

Informan keempat bernama TS dan lahir pada 49 tahun silam. Beliau merupakan salah satu warga dari RW 10 Kelurahan Pademangan Timur. Perannya dalam program Kampoeng Bangkit dan sebagai salah satu tokoh dalam masyarakat mampu menggerakkan masyarakat setempat untuk terus berkembang menjadikan wilayah mereka lebih maju lagi.

5.3 Analisis Input Program Kampoeng Bangkit

Sebelum sebuah program dibentuk tentunya harus dipertimbangkan dan dirancang secara matang. Dari mulai latar belakang, rancangan program, hingga tujuan yang ingin dicapai oleh program tersebut harus direncanakan secara matang. Tahap perencanaan program ini dikenal dengan tahap *input*. Sebelum melihat ke dalam program Kampoeng Bangkit lebih jauh, dan sebelum mengevaluasi pelaksanaan program tersebut, penting untuk mengetahui tahap *input* dari program Kampoeng Bangkit ini. Adapun tahap *input* dari program Kampoeng Bangkit ini terdiri dari latar belakang, rancangan program, dan tujuan yang ingin dicapai.

5.3.1 Latar Belakang Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit

Informan I memaparkan latar belakang pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini sebagai langkah untuk mengantisipasi sambungan liar yang semakin marak di wilayah Jakarta Utara.

“Awalnya adalah membuat Kampoeng Bangkit ini sebagai langkah mengantisipasi adanya sambungan liar, di mana semakin hari di daerah Utara ini semakin kompleks kan.”

Beliau menambahkan maraknya sambungan liar ini juga disebabkan oleh hal-hal tertentu dari dalam lingkungan Pademangan Timur, yang juga menjadi latar belakang Program Kampoeng Bangkit ini.

“... Banyaknya sambungan liar ini ternyata disebabkan oleh kumuhnya lingkungan, tidak ada edukasi, tidak ada penyiraman rohani, istilahnya kurangnya kehangatan dalam lingkungan.”

Serupa dengan apa yang dipaparkan oleh Informan I, Informan II menyatakan bahwa hal yang melatarbelakangi pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit adalah maraknya sambungan *illegal* di wilayah operasional Aetra.

“Maraknya sambungan illegal di wilayah operasional Aetra terutama di lingkungan yang tingkat perekonomiannya menengah ke bawah. Dengan adanya penawaran Program Kampoeng Bangkit dari Rumah Salman ITB, Aetra mencoba untuk menggabungkan program tersebut dengan program pemberantasan sambungan illegal”

Beliau juga menyatakan bahwa latar belakang Aetra dalam menerima rancangan program yang ditawarkan oleh Rumah Salman ITB antara lain adalah adanya kesesuaian program tersebut dengan salah satu kriteria CSR Aetra.

“Rumah Salman ITB menawarkan suatu program pemberdayaan masyarakat menengah ke bawah, yang kebetulan cocok sekali dengan salah satu kriteria CSR”

Di lain pihak, Informan III menyatakan bahwa latar belakang dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini sebagai bentuk usaha untuk memajukan kampung-kampung yang berada jauh tertinggal di wilayah Bandung.

“Jadi gini dulu pengagasnya Pak Budi Hartono, Pak Budi Hartono itu Manager Executive awal di sini di Rumah Amal. Jadi dia melihat ke

sebetulnya kampung-kampung di setiap wilayah di Bandung itu banyak yang ketinggalan secara global, dari sisi pendidikan, kesehatan, ekonomi yah, tapi memang kalau dirunut sebetulnya itu awalnya dari masalah ekonomi, kalau kita teliti lebih dalam gitu menelitinya. Jadi sehingga dibuatlah Kampoeng Bangkit, jadi Kampoeng Bangkit itu bangkit dari keterpurukan si desa itu, jadi si desa itu diharapkan ke depannya bisa bangkit bisa menyaingi para apa ya, penduduk kota ya, gitu istilahnya, jadi tidak ketinggalan dari sisi pendidikan, kesehatan, ekonomi, sehingga jadi bisa merata lah gitu pembangunannya.”

Sementara latar belakang pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit yang tertuang dalam Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit adalah Indeks Pembangunan Manusia Indonesia yang masih berada di peringkat bawah dunia, serta kondisi masyarakat Indonesia dengan tingkat kemiskinan yang tinggi.

“Permasalahan kemiskinan dan keterbelakangan rakyat tidak bisa atau bahkan tidak mungkin diatasi hanya dengan pendekatan proyek jangka pendek, kepedulian sesaat, apalagi dengan hanya sebatas kajian yang berujung wacana. Permasalahan kemiskinan dan keterbelakangan umat hanya dapat diatasi dengan pendekatan gerakan yang dapat mengubah nasib ... Untuk itu perlu adanya sebuah gerakan partisipasi masyarakat yang berbasis pada keikhlasan, bertumpu pada konsep yang fundamental-holistik, model solusi yang efektif, Kampoeng Bangkit adalah alternatif gerakan untuk menjawab kebutuhan itu.”

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa antara Informan I dan Informan II memiliki pendapat yang sama mengenai latar belakang perusahaan dalam melaksanakan program Kampoeng Bangkit. Sementara di sisi lain, Informan III memiliki pendapat yang berbeda mengenai latar belakang pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit, namun latar belakang tersebut sesuai dengan apa yang tercantum dalam Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit.

5.3.2 Rancangan Program Kampoeng Bangkit

Berdasarkan data yang terlampir dalam Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit, bahwa target area pelaksanaan program Kampoeng Bangkit ini adalah dua blok atau RW yang berasal dari satu atau dua desa atau kelurahan. Adapun lingkup program yang dirancang oleh Rumah Salman ITB terdiri dari :

1. Program Senyum Guru

Program ini merupakan program khusus honorer yang bertanggung jawab akan peningkatan nilai akademis seluruh anak-anak beasiswa ABC melalui program beasiswa ABC di lingkungan rumahnya. Guru honorer ini akan mendapatkan bantuan tunjangan program sebesar 150 ribu setiap bulannya. Adapun target dari program ini adalah tercapainya jumlah guru honorer ini sebanyak 4 orang.

2. Program Cinta Lingkungan

Program ini merupakan program pembentukan 3 orang kader cinta lingkungan yang nantinya mereka akan menjadi pelopor gerakan-gerakan lingkungan, seperti gerakan penanaman pohon, gerakan pembersihan lingkungan, serta kerja bakti bareng membersihkan sungai. Adapun sasaran dari program ini adalah tercapainya kuantitas kader cinta lingkungan sebanyak 6 orang yang berasal dari 2 blok atau RW.

3. Program Beasiswa Anak ABC

Program ini merupakan program yang berbentuk pemberian beasiswa sekolah dan pembinaan terpadu anak-anak yang berasal dari 2 blok atau RW dengan target kuantitas sebanyak 20 anak. Anak-anak tersebut nantinya akan mendapatkan pengajaran dari kader senyum guru dan akan mendapatkan bantuan beasiswa anak 300 ribu rupiah setiap 6 bulannya, serta masing-masing akan mendapatkan paket peralatan sekolah sebanyak 100 ribu rupiah.

4. Program Sahabat Bunda

Program ini merupakan gerakan kepedulian dan kebersamaan masyarakat di bidang sanitasi lingkungan, persalinan, gizi dan kesehatan, keterampilan, dan perekonomian mikro kepada kaum ibu. Adapun target pencapaian dari pelaksanaan program ini adalah keberadaan kader PKK aktif berjumlah 3 orang, yang merupakan orang tua dari anak-anak peserta

Program Beasiswa ABC. Kader PKK ini akan mendapatkan bantuan tunjangan praktek kegiatan sebesar 200 ribu rupiah per paket.

5. Program Koperasi

Program ini merupakan sebuah model gerakan ekonomi kerakyatan untuk usaha mikro dan kecil dengan pendekatan spiritual dan *microfinance*. Adapun fungsi dari koperasi ini adalah sebagai lembaga keuangan masyarakat setempat, sebagai pengelola air bersih bersubsidi dari program CSR, serta sistem pendukung pengembangan kapsistas pengelola keuangan keluarga dan *training enterprise*.

5.3.3 Tujuan Pelaksanaan Program

Sebelum melaksanakan sebuah program *Public Relations*, apapun itu, pastinya terdapat rancangan tujuan yang ingin dicapai. Tanpa tujuan yang benar-benar terencana, sebuah program tidak lah berarti karena tidak mempunyai arah yang jelas. Demikian pula dengan pelaksanaan program Kampoeng Bangkit ini, baik Aetra maupun Rumah Salman ITB mempunyai tujuan yang ingin mereka capai melalui pelaksanaan program ini.

Informan I menyampaikan tujuan pelaksanaan dari Program Kampoeng Bangkit ini bergerak untuk tujuan dan target perusahaan, yakni untuk menekan jumlah NRW (*Non Revenue Water*) atau tingkat kehilangan air akibat adanya sambungan liar oleh masyarakat, serta meningkatkan *volume*, yakni jumlah air yang dapat mereka jual kepada masyarakat.

“Jadi komunikasi itu selalu bergerak untuk tujuan dan target perusahaan, yaitu volume, NRW, dan collection ... Jadi semakin banyak ilegal yang kita tutup semakin banyak masyarakat yang tertata dengan baik melalui Kampoeng Bangkit itu, semakin kita mendukung NRW semakin kecil ... Kalo memang mereka bisa, kita kasih mereka hidran umum mereka pake air kita kan dengan harga yang resmi. Jadi semua kita masukkan dalam aturan main perusahaan, tapi kita tetap tidak mengurangi nilai dan tanggung jawab itu sendiri. Tujuan perusahaan itu selalu nomor satu, baik itu dari segi target perusahaan, image atau citra perusahaan, semauanya.”

Sesuai dengan tujuan yang disampaikan oleh Informan I, Informan II pun menjabarkan tujuan dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini untuk mengurangi tingkat kehilangan air Aetra sebagai akibat dari sambungan *illegal* masyarakat Pademangan Timur, serta meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

“Untuk memberantas sambungan illegal di daerah pademangan Timur disertai dengan peningkatan perekonomian masyarakat agar tindakan sambungan illegal dapat dihentikan total dengan dibangunnya dua buah hidran umum, program beasiswa untuk anak-anak dan pembentukan koperasi.”

Namun, berdasarkan data yang di dapat dalam *press release* (terlampir), Presiden Direkur Aetra yang dulu, Bapak Syahril Japarin, mengemukakan pendapat yang berbeda mengenai tujuannya dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit. Beliau menyatakan bahwa tujuan dari pelaksanaan program Kampoeng Bangkit adalah untuk mengembangkan potensi-potensi yang ada di masyarakat Pademangan Timur. Hal ini menunjukkan motif sosial dalam pelaksanaan program ini.

“Kami berharap dengan kerjasama ini akan memberikan sesuatu yang berharga bagi masyarakat Kota Jakarta dengan menumbuhkembangkan potensi-potensi yang ada di masyarakat itu sendiri. Hal ini sejalan dengan visi Aetra, meningkatkan kehidupan masyarakat, setiap saat, serta sejalan juga dengan salah satu nilai Aetra, yaitu respek terhadap komunitas dan pelanggan.”

Sementara Informan III menyatakan tujuan pelaksanaan program ini untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat Pademangan Timur RW 10 sebagai wilayah yang tertinggal yang menjadi sasaran dari Program Kampoeng Bangkit tersebut.

“Tujuan umum kalo saya bilang hmm tujuan umumnya itu adalah pertama, untuk mensejahterakan masyarakat ya masyarakat kampung yang tertinggal, kalo secara khususnya adalah, dari segi sosial, kesehatan, ekonomi, kemudian, sisi pendidikan, itu mereka lebih maju ya lebih mau lebih bisa bersaing dengan warga kota.”

Serupa dengan pernyataan yang disampaikan oleh Informan III, tujuan tertulis yang tercantum dalam Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit antara lain:

“Tercapainya peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di kampung tertinggal – rawan kemiskinan, di perkotaan maupun di pedesaan dalam Gerakan Kampoeng Bangkit.”

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut di atas, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan persepsi dalam tujuan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit antar pihak Aetra. Demikian pula dengan Rumah Salman ITB mempunyai tujuan pelaksanaan yang berbeda dalam melaksanakan Program Kampoeng Bangkit ini. Adapun pihak perusahaan (Informan I dan Informan II) lebih menekankan pada tujuan bisnis, yakni menekan NRW perusahaan. Sementara berdasarkan press release Aetra dan tujuan yang dipaparkan oleh Rumah Salman ITB, tujuan pelaksanaan program ini lebih condong kepada tujuan sosial. Hal ini mungkin disebabkan oleh perbedaan kepentingan dan sudut pandang antara Aetra dengan Rumah Salman ITB atau mungkin pula disebabkan oleh kurangnya proses penyebaran informasi, sehingga belum ada persamaan persepsi mengenai tujuan pelaksanaan program.

5.3.4 Tolak Ukur Keberhasilan Program Kampoeng Bangkit

Dalam mengukur keberhasilan suatu program, seorang perancang program pasti mempunyai hal-hal yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari program tersebut. Demikian pula dengan Aetra dan Rumah Salman ITB, mereka masing-masing tentu mempunyai tolak ukur dalam menilai apakah Program Kampoeng Bangkit ini dikatakan berhasil atau tidak.

Menurut Informan I, Program Kampoeng Bangkit di wilayah Pademangan Timur ini merupakan program pertama yang dilakukan oleh Aetra dalam bentuk pemberdayaan masyarakat, sehingga seharusnya program ini lah yang akan menjadi tolak ukur bagi keberhasilan program selanjutnya.

“Karena ini baru pertama justru ini yang jadi tolak ukur kalo saya mau merambah ke area ke dua. kalo tolak ukur dari sini terakomodir di sini, maka yang kedua harus lebih baik”

Beliau menambahkan tolak ukur yang paling tidak bisa menjadi acuan untuk perusahaan menilai keberhasilan Program Kampoeng Bangkit di Pademangan Timur ini.

“Minimal saya menganggap bahwa dari internal berapa illegal, sekarang berapa? Ternyata ilang. Berarti bagus. Dulu pohon ada berapa? Gak ada, sekarang ada gak? Ada yang mati gak? Ada. Oh berarti so-so lah. Tempat sampah bagaimana? Ada yang ilang gak? Namanaya darah brongs-brongs begitu apa saja bisa dijual kan ... Jadi justru yang pertama ini yg akan kita gunakan sebagai acuan dan tolak ukur keberhasilan program yang berikutnya”

Informan II menguatkan pernyataan Informan I bahwa tolak ukur yang mereka gunakan untuk mengukur keberhasilan program ini adalah dengan melihat banyaknya sambungan liar yang berkurang sebagai dampak dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit tersebut.

“Yang menjadi tolak ukur dalam program Kampoeng bangkit di pademangan Timur adalah sambungan ilegal yang sebelumnya hampir 90% sebelum diadakan program ini, dan menjadi 0% setelah program ini berjalan.”

Sementara itu di lain pihak, Informan III dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini mempunyai tolak ukur yang berbeda dalam menilai keberhasilan program ini. Menurutnya, program ini dikatakan berhasil bila seluruh rancangan program yang telah direncanakan telah berwujud nyata, tidak hanya berupa rancangan semata.

“Tolak ukuranya itu mungkin indikator keberhasilan kali ya, indikator keberhasilannya itu kita katakan berhasil kalo di sana itu telah berdiri lembaga keuangan mikro, yaitu koperasi tapi belum berbadan hukum, kemudian berdirinya hidran sebagai penopang ekonomi, ekonomi koperasi begitu, terus kemudian di sana juga ada wadah untuk anak-anaknya yaitu ABC, kemudian ada kadernya juga sudah kebetuk gitu ya, dan sampe sekarang masih eksis ya itu mungkin jadi indikator keberhasilan kita di Kampoeng Bangkit Pademangan.”

Sementara menurut narasumber, konsep CSR yang ideal adalah CSR yang menjadi strategi bisnis bagi perusahaan. Oleh karena merupakan sebuah strategi

bisnis, maka program CSR tersebut berjangka panjang dan mempunyai indikator keberhasilan ke *outcome*.

“Pandangan saya CSR itu harus menjadi strategi bisnis. Manajemen harus mengatakan bahwa kita melakukan ini karena it is good business, ada program jangka panjangnya berukur, lalu kalo perusahaan itu punya indikator keberhasilan ke outcome, ...”

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat dilihat bahwa antara Informan I dan II dan Informan III mempunyai tolak ukur yang berbeda dalam menilai keberhasilan Program Kampoeng Bangkit. Hal ini sesuai dengan perbedaan tujuan pelaksanaan program yang dimiliki oleh kedua belah pihak pada poin sebelumnya. Tujuan dalam pelaksanaan sebuah program akan mempengaruhi tolak ukur keberhasilan yang digunakan dalam penilaian terhadap program tersebut.

Sementara menurut narasumber, suatu program CSR yang ideal adalah program yang berjangka panjang dan mempunyai indikator keberhasilan sampai pada *level outcome*. Jika dilihat lebih jauh lagi, baik indikator keberhasilan yang dipaparkan oleh Informan I dan II maupun Informan III, masih berada pada *level output*. Hal ini menunjukkan bahwa jika dilihat dari indikator keberhasilannya, Program Kampoeng Bangkit ini masih belum dapat dikatakan sesuai dengan konsep CSR yang ideal.

5.4 Analisis Output Program Kampoeng Bangkit

Setelah melihat tahap *input* dari sebuah program, masuklah kita ke dalam tahap yang paling penting dari sebuah program, yakni proses pelaksanaan program tersebut. Tahap ini biasa disebut dengan tahap *output*. Dalam tahap output ini akan terlihat bagaimana implementasi program yang sudah direncanakan, seperti program-program apa yang benar-benar terlaksana. Tidak hanya itu saja, dalam tahap ini juga akan digambarkan pencapaian *tangible* dari pelaksanaan program tersebut.

Setelah melihat rancangan program dari Program Kampoeng Bangkit di atas dan untuk mengevaluasi program tersebut secara keseluruhan, penting untuk

mengetahui bagaimana pelaksanaan program tersebut. Dalam bagian analisis output Program Kampoeng Bangkit ini akan dijabarkan lagi menjadi beberapa bagian, yaitu implementasi program, peran dan keterlibatan masing-masing pihak, tujuan yang telah tercapai, dan tujuan yang belum tercapai.

5.4.1 Implementasi Program Kampoeng Bangkit

Sesuai dengan rancangan program yang terdapat dalam Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit kepada Aetra, terdapat berbagai program yang termasuk dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini. Melalui tahap ini akan terlihat sejauh mana rancangan program ini terlaksana. Menurut Informan III dari seluruh program yang direncanakan oleh Rumah Salman, hampir seluruh program telah terlaksana.

“Hampir semuanya terlaksana, ... , kebetulan Aetra mau semuanya, yasudah kita penuh dari mulai beasiswa ABC di pendidikan, kemudian ada senyum guru juga di pendidikan, ada cinta lingkungan, ada program koperasi, ada kesehatan juga, jadi semua sudah terlaksana dengan baik gitu ya di sana.”

Sesuai dengan Informan III, Informan II pun memaparkan secara singkat, memang seluruh program yang telah direncanakan tersebut harus diimplementasikan, guna menunjukkan konsistensi dalam melaksanakan program.

“Semua program yang sudah ditentukan sebelumnya setiap tahun harus terlaksana, karena CSR adalah sebuah program yang menuntun konsistensi dalam melaksanakan program”

Melalui hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan III dapat diketahui pula sejauh mana rancangan masing-masing program tersebut telah terlaksana. Program Senyum Guru yang merupakan program khusus guru honorer, telah menghasilkan dua guru di Pademangan Timur.

“Senyum guru itu jadi program khusus guru honorer, guru honorer itu nanti perbulannya dia dapat honor dari kita sebesar 250 ribu per bulan kita bantu, gurunya udah ada 2 guru di Pademangan, nah tapi tidak sebatas itu, tapi dia harus ada sumbangsih, nah apa sumbangsihnya? Nah itu ada hubungannya sama beasiswa ABC, Anak Bangsa Ceria, jadi si guru ini

diharuskan untuk mengajar peningkatan meningkatkan nilai-nilai akademis supaya si anak ini dapat meningkat nilainya di sekolah, nah ini setiap bulan.”

Sementara untuk Program Beasiswa ABC yang merupakan program khusus pemberian beasiswa dan pengajaran terpadu kepada anak-anak di wilayah Pademangan Timur, telah mempunyai 30 anak yang per bulannya mendapatkan uang sumbangsih sebesar 50 ribu rupiah.

“ ... Kalo beasiswa ABC itu di Pademangan sudah ada 30 anak per bulannya dapet 50 ribu kemudian si anak tidak hanya tok dia dapet 50 ribu perbulan tapi mereka harus bisa mengikuti program-program yang diselenggarakan oleh Kampoeng Bangkit, begitu, seperti pelatihan kancil, Kader Cinta Lingkungan, kemudian ada les privat, kemudian ada dulu teh ada tes kepribadian ... “

Program Cinta Lingkungan yang merupakan program pembentukan kader-kader yang nantinya akan menjadi pelopor gerakan-gerakan lingkungan Pademangan Timur telah mempunyai seorang kader yang menjadi penggerak warga Pademangan Timur RW 10 dalam gerakan-gerakan penanaman pohon, serta gerakan-gerakan kebersihan lingkungan lainnya yang telah diselenggarakan di wilayah pemukiman warga.

“... Satu lagi itu kader cinta lingkungan, ada 1 orang, jadi kita ada 3 kader, senyum guru itu ada 2 orang, yang kader cinta lingkungan itu 1 orang, kader cinta lingkungan ini mereka sebagai pelopor ya pelopor gerakan-gerakan lingkungan, jadi kaya kemarin ada gerakan penanaman pohon itu mereka yang menjadi pelopor gitu, selain itu kebersihan lingkungan, jadi meninysiasi warga untuk kerja bakti bareng-bareng, ya itu kader cinta lingkungan itu.”

Program Koperasi yang berfungsi sebagai sebagai lembaga keuangan masyarakat setempat, sebagai pengelola air bersih bersubsidi dari program CSR, serta sistem pendukung pengembangan kapsistas pengelola keuangan keluarga, saat ini telah berdiri di wilayah Pademangan Timur, namun belum berbadan hukum. Koperasi ini telah mempunyai 30 anggota koperasi.

“... jadi si koperasi ini belum berbadan hukum nih ceritanya, kita pingin koperasi ini berbadan hukum, masuk ke dalam daftar dinas koperasi, jadi karena memang kita terbentur masalah dana nih ya, jadi perlu 20 juta supaya koperasi ini berbadan hukum ...”

“... Kemudian kalo koperasi itu memang itu dari hidran sekarang koperasi itu anggotanya sudah ada 30 orang, kebanyakan ibu-ibu, terus mereka meminjam sekitar 500 ribu per 6 per 3x 3 bulan maksudnya mereka mencicil bayarnya, begitu, belum menambah ...”

Di lain pihak, Informan IV menambahkan keberadaan Hidran Umum yang disediakan oleh Aetra sebagai salah satu bentuk implementasi Program Kampoeng Bangkit ini. Keberadaan Hidran Umum ini lah yang menjadi motor penggerak kehidupan perekonomian masyarakat Kampoeng Bangkit.

“Jadi kan pertama itu ya tadi pengadaan Hidran air bersih untuk kebutuhan masyarakat kan, dimana keuntungannya ini kita gunakan untuk koperasi, tapi sesuai dengan kebijakan Rumah Salman tetep wajib ada kegiatan sosialnya juga, nah yaitu tadi ada beasiswa anak, kebersihan kali, pokoknya semuanya, sampai pengadaan tong sampah .. tuh kaya gitu tuh yang ada tulisannya Aetra”

“...tapi keuntungan dari hasil penjualan air bersih itu digunakan untuk koperasi ...”

Selain keempat program tersebut di atas, terdapat sebuah program yang belum terimplementasikan di wilayah Kampoeng Bangkit ini, yakni Program Sahabat Bunda. Informan III menjelaskan bahwa program tersebut tidak terimplementasikan karena memang di wilayah Kampoeng Bangkit sebelumnya sudah ada posyandu, sehingga program ini tidak dipaksakan. Di samping itu, keterbatasan biaya juga menjadi latar belakang tidak terimplementasikannya program tersebut.

“Oh ya, kalo Program Sahabat Bunda itu memang tidak kami paksakan keberadaannya di wilayah Kampoeng Bangkit Pademangan Timur, Mbak Carla. Pertama, karena memang sudah ada posyandu di sana, dan yang kedua karena keterbatasan dana juga ya, jadi dialokasikan saja buat program-program yang lain. Gitu.”

Dari pernyataan-pernyataan tersebut di atas terlihat sejauh mana rancangan program-program yang terdapat dalam Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit telah terimplementasikan. Hampir seluruh program yang direncanakan telah terlaksana di wilayah Kampoeng Bangkit Pademangan Timur. Dari 5 program yang direncanakan dalam perencanaan Program Kampoeng Bangkit ini, 4 program terimplementasi, dan 1 program tidak dapat terimplementasi karena

terdapat hal-hal yang tidak memungkinkan program tersebut terimplementasi di wilayah Pademangan Timur.

5.4.2 Pengelolaan Program Kampong Bangkit

Program-program tersebut di atas dapat terimplementasikan dan dapat berjalan hingga saat ini, tentunya tidak terlepas dari peran pihak-pihak terkait dalam mengawasi dan mengelola program tersebut. Menurut Informan I koordinasi dan pengawasan yang dilakukan oleh Aetra terhadap pelaksanaan Program Kampong Bangkit ini dilakukan secara *stages*. Beliau juga memaparkan keikutsertaannya dalam mengawasi jalannya Program Kampong Bangkit ini secara diam-diam.

“Di CSR sendiri ada reguler, jadi kalo Mbak Ancy mendampingi secara rutin nanti secara stages tadi, supervisor dan tim akan turun, even saya. Saya akan turun secara diam-diam, karena saya akan melihat impact-nya, mereka melaksanakan dengan baik atau gak. Kalo saya turun secara besar sama-sama, itu berarti saya gak akan melihat secara sejujur-jujurnya itu kaya gimana. Nah, di Pademangan Timur saya juga melakukan ini, saya turun secara diam-diam di saat semua orang tidak tau siapa saya, saya melihat kebersihannya, saya ngobrol dengan mereka.”

Sementara Informan II menambahkan secara singkat bahwa *CSR Officer* secara periodik melakukan kunjungan sebagai bentuk pengawasan yang dilakukan terhadap Program Kampong Bangkit.

“Setiap bulannya CSR officer Aetra mengunjungi Kader Bangkit untuk melihat perkembangan dari masyarakat dan program tersebut.”

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perwakilan dari perusahaan yang terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga pengelolaan Program Kampong Bangkit ini adalah *Public Relations section*, termasuk di dalamnya *CSR Officer*. Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa Program Kampong Bangkit ini merupakan salah satu program Humas Aetra dalam perusahaan.

Berbicara mengenai CSR sebagai salah satu program Humas dalam sebuah perusahaan, narasumber menyatakan keraguannya akan keberlanjutan dari program tersebut. Menurut beliau, CSR yang benar-benar baik adalah yang benar-benar berasal dari *top management*, sehingga menjadi *management plan*, seperti CSR yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan yang menjalankan konsep CSR ideal.

“Itu CSR sebagai program fungsional ya, functional plan. Saya meragukan kalo itu sustainable. Jadi CSR itu harus menjadi management plan, itu udah pasti sustainable karena management plan itu minimal 3 tahun. Kalo functional plan itu kan tahunan. Jadi bagaimana kita expect suatu program CSR itu kalo dijalankan di level functional seperti humas? Artinya, melakukan itu karena suatu kebutuhan yang entah karena regulasi, kritik, atau alasan yang compliant tadi karena license ...”

Di lain pihak, Informan III memaparkan perannya dalam pengelolaan dan pengawasan terhadap pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit melalui pertemuan-pertemuan rutin yang dilakukan antara PO Kampoeng Bangkit dengan para Kader Bangkit yang dilakukan secara intensif.

“Selama program ini berlangsung kita seharusnya stay di sana, jadi saya sebagai PO dari program ini, memang diharuskan tinggal di sana, tinggal di lokasi, jadi selama 6 bulan proyek itu emang harus di sana, jadi koordinasi hampir setiap hari. Hampir setiap minggu bahkan hampir setiap bulan, jadi kalo ada masalah kita harus cepet-cepet ketemu antara masyarakat dengan PO atau antara PO dengan kader kita harus cepet-cepet komunikasi.”

Sebagai pihak yang menjadi penanggung jawab atau dengan kata lain sebagai mediator antara Aetra dengan warga Pademangan Timur dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, Rumah Salman ITB tentunya mempunyai tanggung jawab terhadap Aetra. Adapun bentuk tanggung jawabnya ini disampaikan melalui laporan secara berkala mengenai perkembangan-perkembangan yang sudah dicapai oleh wilayah Kampoeng Bangkit. Laporan pertanggungjawaban ini juga merupakan bentuk koordinasi yang dilakukan antara Aetra dengan Rumah Salman ITB.

“Kita per triwulan, jadi 3 bulan sekali ya, ada laporan kegiatan perhari, perbulan, dan pertriwulan, tapi yang laporan perharian dan perbulanan itu tidak di keatrakan, gitu jadi yang di keatrakan itu laporan per tiga bulan”

Sementara di lain pihak, Informan IV menyampaikan beberapa pernyataan terkait pengelolaan, pengawasan, serta koordinasi yang dilakukan oleh Aetra. Menurut pernyataannya, Tim Aetra melakukan kunjungan ke wilayah Kampoeng Bangkit setiap setengah bulan sekali untuk mengontrol masalah meter. Sementara untuk pengelolaan CSRnya sendiri dilakukan oleh Aetra melalui kunjungan yang dilakukan oleh CSR *Officer* setiap 2-3 bulan sekali.

“Untuk Aetra itu sendiri kunjungannya per setengah bulan sekali untuk mengontrol masalah meter ... Kalo untuk CSR itu sendiri hmm.. sekitar 2-3 bulan sekali lah.”

Dalam pernyataan lebih lanjut, beliau menyatakan perbedaan peran yang dimiliki oleh Aetra dengan Rumah Salman ITB. Aetra berperan dalam pengawasan hidran, namun Rumah Salman berperan dalam pengawasan program-program pendukung, yakni program-program sosial dalam Program Kampoeng Bangkit.

“Beda lagi, kita ini membahas tentang Hidran, beda urusan dengan program-program lainnya, kalo Aetra itu urusannya dengan Panitia Hidran, kalo program-program yang lain itu lebih ke Rumah Salman yang meninjau dan mengatur.”

Namun meskipun demikian, Aetra pun tetap turut andil dalam setiap kegiatan sosial yang diselenggarakan oleh masyarakat Pademangan Timur melalui kehadirannya dalam acara-acara sosial tersebut.

“Aetra juga suka hadir dalam acara-acara di Pademangan Timur sih, kaya waktu itu gerakan penanaman 1000 pohon, Aetra turut hadir, sama lurah juga ikutan dateng. Sama waktu itu juga Aetra pernah ngasih gerobak sampah ke Kelurahan Pademangan Timur, tapi yang ini diluar dengan kerjasama dengan Rumah Salman.”

Selain itu Informan IV juga menyampaikan peran Rumah Salman dalam mengelola dan mengawasi jalannya Program Kampoeng Bangkit. Dalam wawancara yang telah dilakukan, Kader Bangkit ini menyatakan bahwa Rumah Salman melakukan pengawasan dan pengelolaan melalui kunjungan yang dilakukan secara berkala, yakni sebanyak seminggu sampai sebulan sekali. Kunjungan tersebut dilakukan sebagai evaluasi rutin dari setiap program yang sedang berlangsung.

“Dulu sih waktu awal-awal itu, kunjungannya hampir setiap minggu selama 3 minggu pertama, kalo sekarang paling setiap sebulan sekali ... ya semacam evaluasi per bulan lah. Di sini juga biasanya kita nyampein keluhan-keluhan masyarakat. Ya pokoknya Rumah Salman ITB mempunyai peran yang penting dalam program ini, soalnya kita tuh kalo misalnya mau complain juga harus melalui Rumah Salman, nanti baru Rumah Salman yang nyampein ke Aetra.”

Melalui pernyataan-pernyataan di atas dapat dilihat bahwa baik Aetra maupun Rumah Salman memiliki keterlibatan dalam pelaksanaan dan pengawasan Program Kampoeng Bangkit, namun dengan porsi yang berbeda. Keterlibatan tersebut nampak dalam bentuk kunjungan-kunjungan yang dilakukan ke wilayah Kampoeng Bangkit oleh Aetra dan Rumah Salman ITB.

Selain itu, melalui pernyataan-pernyataan di atas juga dapat dilihat peran serta keterlibatan dari masing-masing pihak. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan III, secara singkat dapat dikatakan bahwa keterlibatan Aetra dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini sebagai pemberi dana, sementara Rumah Salman sendiri sebagai mitra kerja sama Aetra dalam pelaksanaan program tersebut.

“Hmm.. Rumah Amal tuh mitra ya mitra kerja aja kali ya gitu. Sementara kalo Aetra itu hmm apa ya istilahnya kalo di sini ya, hmmm yang penyumbang dana lah istilahnya gitu hahahhaha.. “

Informan I menyatakan bahwa keterlibatan Rumah Salman sebagai mitra kerja sama Aetra dalam pelaksanaan program ini sebagai *monitor* yang mengawasi jalannya program.

“Kita bekerja sama dengan Rumah Amal, tentunya Rumah Amal ini cuma memonitor, membuat konsep, memonitor konsep itu terimplementasikan dengan baik terjalankan dengan baik ke masyarakat.”

Di samping itu, beliau juga menyampaikan Aetra sebagai mitra kerja sama Rumah Salman yang selalu mendukung Rumah Salman dalam pengadaan kegiatan-kegiatan sosial di wilayah Pademangan Timur.

“Sebagai perusahaan yang bekerja sama dengan Rumah Amal kita support apa yang kita bisa, contonya oke kita buka untuk pengobatan gratis, kita sumbang tempat sampah, selain itu pada waktu lebaran haji kita sumbang istilahnya qurban ke sana, jadi keterikatatan kita ada pada mereka.”

Sementara di lain pihak, Informan IV juga turut menyatakan pendapatnya mengenai keterlibatan Aetra dan Rumah Salman dalam Program Kampoeng Bangkit ini. Menurutnya, Rumah Salman sangat berperan dalam pelaksanaan program ini, khususnya sebagai mediator antara masyarakat dengan Aetra dalam masalah pengadaan air, penggerak program-program sosial, serta sebagai pengawas berjalannya program tersebut.

“Rumah Salman ITB itu lebih tepatnya sih sebagai mediator pengadaan air antara Aetra dengan warga. Setelah itu, menjadi penggerak program-program lainnya, seperti beasiswa tadi. Kalo sekarang sih Rumah Salman lebih ke monitoring aja kali ya.”

Dari pernyataan-pernyataan dan pembahasan di atas dapat dilihat bahwa Aetra dan Rumah Salman menjalin kerja sama melalui pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini. Aetra menganggap Rumah Salman sebagai mitra kerjanya dalam program ini, demikian juga sebaliknya. Namun, jika dilihat lebih dalam lagi, akan terlihat bahwa Rumah Salman ITB berperan sebagai pembuat konsep program, *mediator* antara masyarakat dengan perusahaan, *operator* serta penanggung jawab keberlangsungan program ini di lapangan. Sementara Aetra sendiri berperan sebagai penyedia dana yang mendorong konsep program Kampoeng Bangkit ini terimplementasikan di wilayah Pademangan Timur, namun tidak lepas pula dengan perannya yang turut serta mengawasi keberlangsungan program ini.

Sementara narasumber menyatakan bahwa CSR yang ideal menurut pandangannya adalah CSR yang dijalankan benar-benar *align* antara CSR dan bidang utama bisnisnya, yang benar-benar berasal dari pemikiran *top management* perusahaan itu sendiri.

“ ... Sementara CSR yang advance itu berasal dari pemikiran dari top management perusahaan itu sendiri. Misal, kita mau membuat sejarah nih dengan membuat layanan yang sama sekali tidak nyentuh paper. Industri perbankan memikirkan itu. Sama sekali tidak menyentuh paper. Nah kita mau advokasi customer kita untuk hati-hati dalam penggunaan kertas. Tapi mulai dari banknya dan banknya ini di-drive oleh CEO nya di atas. Ini CSR yang the align tadi ya.”

Jika dilihat sekali lagi mengenai keterlibatan Aetra dan Rumah Salman dalam perencanaan dan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit di atas, dapat dikatakan bahwa konsep Program Kampoeng Bangkit ini merupakan hasil dari Rumah Salman. Hal ini juga juga tergambar dengan apa yang telah dinyatakan oleh Aetra pada poin latar belakang sebelumnya, yakni:

“Rumah Salman ITB menawarkan suatu program pemberdayaan masyarakat menengah ke bawah, yang kebetulan cocok sekali dengan salah satu kriteria CSR”

Berdasarkan pendapat narasumber mengenai konsep CSR yang ideal di atas dan dapat dikatakan bahwa Program Kampoeng Bangkit ini tidak berasal dari pemikiran *top management* Aetra, melainkan berasal dari pihak ketiga, yakni Rumah Salman ITB sebagai mitra pelaksana program tersebut. Namun meskipun demikian, Program Kampoeng Bangkit ini telah berjalan selama 1 tahun lebih dan pelaksanaan program ini tentu telah mendapatkan persetujuan dari *top management* perusahaan, terlepas dari konsep program ini berasal dari perusahaan atau bukan.

5.4.3 Pencapaian Program

Dalam menilai keberhasilan suatu program, perlu melihat kembali tujuan yang ingin dicapai dari perencanaan suatu program, serta tujuan yang telah dicapai dalam pelaksanaan program tersebut. Program Kampoeng Bangkit ini dapat dikatakan berhasil apabila tujuan yang diharapkan oleh masing-masing pihak telah tercapai sejauh program ini telah berlangsung. Oleh karena masing-masing pihak yang terkait dalam Program Kampoeng Bangkit ini mempunyai tujuan yang berbeda, maka masing-masing pihak pasti memiliki penilaian serta kepuasan yang berbeda terhadap pencapaian program ini.

Informan I memaparkan keberhasilan-keberhasilan yang telah dicapai selama program ini telah berlangsung. Adapun keberhasilan-keberhasilan tersebut tergambar dalam pernyataan:

“Sambungan liarnya yang tadinya tinggi menjadi bagus, volume yang tadinya rendah, menjadi bagus ... Sekarang mereka mulai beralih dari rentenir ke koperasi. Dengan bunga yang sedikit dan terjangkau, maka pemberdayaan ekonomi keluarganya mulai naik. Dari segi air dan impact Aetra, kita membaik, dari segi kehidupan masyarakatnya membaik ... Yang tadinya kotor kumuh ya itu menjadi daerah yang tertata dan alhamdulillahnya sih mereka terbangun suatu motivasi yang bahwa kita bisa ternyata kita bisa bekerja yang sama dengan baik untuk kampung kita. ...”

Namun keberhasilan yang telah dicapai tersebut, tidak membuatnya puas. Beliau menyatakan bahwa masih ada tujuan yang belum tercapai dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini. Beliau mengharapkan agar sambungan liar hilang tidak hanya di wilayah Kampoeng Bangkit saja, namun hampir di seluruh wilayah Jakarta Utara.

“Tujuan yang belum tercapai tentunya kita ingin hampir seluruh daerah di Jakarta Utara itu hilang sambungan liarnya ya ...”

Berbeda dengan Informan I, justru Informan II telah merasa puas akan hasil yang telah dicapai selama program ini berlangsung. Menurutnya keberhasilan program ini telah mencapai 100% dan seluruh tujuan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit telah tercapai.

“Keberhasilan program mencapai 100% dimana tingkat illegal di Pademangan RW 10 sudah tidak terdapat lagi.”

“Selama ini semua tujuan pelaksanaan telah tercapai ...”

Sementara di lain pihak, Informan III memiliki pandangan yang berbeda terhadap keberhasilan Program Kampoeng Bangkit ini. Beliau menilai bahwa tujuan dari pelaksanaan program telah tercapai hampir 90%. Adapun indikator keberhasilan tersebut tampak dari keberadaan koperasi dan telah terlaksananya program-program sosial lainnya.

“Tercapai sekaran hampir 90 % tercapai, kenapa? Karena tujuan khususnya telah kita capai ya, seperti berdirinya koperasi, adanya program beasiswa anak ya, adanya guru, sama adanya kader cinta lingkungan.”

Beliau menambahkan masih ada 10% tujuan yang belum tercapai dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini.

“10 persennya itu ada di-maintain ya, kalo kita sebutnya maintain, jadi si koperasi ini belum berbadan hukum nih ceritanya, kita pingin koperasi ini berbadan hukum, masuk ke dalam daftar dinas koperasi, jadi karena memang kita terbentur masalah dana nih ya, jadi perlu 20 juta supaya koperasi ini berbadan hukum, sebagai apa ya istilahnya abudemen lah ya dana save koperasi, itu harus 20 juta, dan sampai sekarang belum ada yang bersedia sih ya ... “

Dan dari hasil yang telah dicapai tersebut, Informan III menyatakan kepuasan dirinya masih sekitar 50%. Hal tersebut dikarenakan koperasi tersebut belum berbadan hukum dan para pengelola koperasi belum mendapatkan pendapatan dari koperasi tersebut.

“Hmm 50% deh hahahahhahahaha Ya 50% lah, supaya 100% saya ingin koperasi ini berbadan hukum ya dan kemudian para pengelola koperasi itu sudah mendapatkan income, nahh.. mereka mendapatkan gaji dan karyawan-karyawannya sudah direkrut kan gitu ya .. ahh bahagia sekali rasanya, dan kalo sudah kaya gitu nampaknya saya sudah tidak lagi perlu ke sana.”

5.5 Analisis Outcome Program Kampoeng Bangkit

Setelah tujuan yang diharapkan dalam pelaksanaan suatu program tercapai, bukan berarti program tersebut dapat dinyatakan selesai. Program terus dilaksanakan dan evaluasi terhadap program pun tetap penting untuk dilakukan karena layaknya sebuah program komunikasi yang tidak hanya terlihat pada saat program selesai, melainkan lebih ingin melihat hasilnya secara berkesinambungan sebagai hasil *outcome*-nya.

Ketika rancangan Program Kampoeng Bangkit terimplementasikan semua dan masing-masing pihak dalam pelaksanaan program Kampoeng Bangkit ini menganggap hampir seluruh tujuan program terpenuhi, bukan berarti program ini dianggap selesai. Layaknya sebuah program CSR yang menuntut adanya *continuity* program, tahap *outcome* Program Kampoeng Bangkit pun merupakan tahap yang penting untuk dilihat hasilnya. Dalam analisis tahap output ini akan dijabarkan *awareness*, pengetahuan (*knowledge*), serta pemahaman (*understanding*) dari tokoh masyarakat Pademangan Timur tentang Aetra serta

kegiatan CSR yang dilakukan, manfaat pelaksanaan program yang telah dirasakan oleh masing-masing pihak, perubahan dalam masyarakat sebagai dampak dari pelaksanaan program, keberlanjutan program dalam masyarakat, serta penilaian masing-masing pihak terhadap pelaksanaan program sejauh ini.

5.5.1 *Awareness* Tokoh Masyarakat Pademangan Timur

Dalam melaksanakan sebuah program *Public Relations*, diharapkan akan terbentuk *awareness* masyarakat terhadap perusahaan. Di mana salah satu cara untuk membentuk *awareness* masyarakat adalah melalui kegiatan CSR. Program Kampong Bangkit sebagai salah satu bentuk kegiatan CSR PT Aetra Air Jakarta, juga diharapkan mampu menumbuhkan dan meningkatkan *awareness* pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan Informan IV ditemukan bahwa beliau telah mengetahui keberadaan Aetra sudah cukup lama.

“Tau Aetra? Ya udah lama, emm karena kan emang dari dulu yang nyuplai air, Cuma dulu tuh kalo gak salah namanya bukan Aetra, PAM PAM apa gitu ...”

Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa *awareness* tokoh masyarakat Pademangan Timur ini terhadap Aetra telah terbentuk dari sejak lama.

5.5.2 Pengetahuan Tokoh Masyarakat Pademangan Timur

Setelah *awareness* masyarakat terbentuk diharapkan masyarakat mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai perusahaan. Setelah warga Pademangan Timur mengetahui keberadaan Aetra sejak dulu, maka diharapkan pengetahuan akan Aetra pun dapat terbentuk di kalangan warga. Informan IV menyatakan pengetahuannya melalui:

“Ya itu penyuplai air.. (diam sejenak) selain membagi air, dia juga mengadakan operasi terhadap saluran-saluran gak resmi ya.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa pengetahuan tokoh masyarakat Pademangan Timur akan Aetra telah terbentuk, meskipun pengetahuannya masih tergolong sedikit.

5.5.3 Pemahaman Tokoh Masyarakat Pademangan Timur

Setelah *awareness* dan pengetahuan akan sebuah objek ini terbentuk dalam diri seseorang, maka pemahamannya akan objek ini akan muncul. Informan IV menyatakan pemahamannya mengenai Aetra, khususnya CSR yang dilakukan Aetra sebagai berikut:

“Nah ya itu, Kampoeng Bangkit ini, pengadaan Hidran bagi warga Pademangan Timur sebagai CSRnya Aetra.”

Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa pemahaman tokoh masyarakat Pademangan Timur mengenai Aetra masih kurang. Pemahamannya masih hanya terbatas pada Program Kampoeng Bangkit, yakni program yang memang berada dekat sekali dengannya.

5.5.4 Manfaat Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit

Suatu program dikatakan benar-benar berhasil apabila program tersebut mampu memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terkait, tidak hanya bagi perusahaan saja melainkan juga bagi masyarakat sekitarnya. Hal ini sesuai dengan apa yang digambarkan oleh narasumber bahwa oleh karena program CSR yang ideal merupakan salah satu strategi bisnis perusahaan, maka CSR tersebut harus mampu menambah nilai bisnis dan *stakeholder*, tidak hanya menambah nilai bisnis bagi perusahaannya saja, melainkan mampu memberikan nilai bagi masyarakat.

“Kemudian perusahaan saya Edelman, punya point of view, atau pandangan bahwa CSR yang baik harus menambah nilai bisnis dan stakeholder. Jadi kalo suatu program ini dilaksanakan di suatu lokasi, pertanyaan besarnya, apakah program ini mampu menambah nilai bisnis bagi perusahaannya aja atau apakah itu juga menambah nilai bagi

masyarakat yang kena oleh program tersebut. Dalam arti, jumlah masyarakatnya juga harus signifikan.”

Demikian pula dengan Program Kampoeng Bangkit ini. Informan IV merasa banyak mendapatkan manfaat dari pelaksanaan program ini. Beliau menyatakan bahwa program ini mempermudah masyarakat dalam mencari akses air bersih. Selain itu program ini juga banyak memberikan kemajuan di segala bidang.

“Yang pertama pastinya membantu kebutuhan masyarakat banyak, terutama dalam pengadaan air bersih yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Kalau untuk program-program sosialnya, manfaatnya itu menambahkan pendidikan kepada anak-anak kurang mampu. Dan yang paling penting ini adalah .. menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk kehidupan bermasyarakat. Sama selain itu juga menambah pengetahuan untuk segala bidang, seperti misalnya sholat, hidup bersih, gitu.”

Dari pernyataan informan di atas dapat dilihat bahwa program yang paling terasa manfaatnya bagi warga Kampoeng Bangkit adalah pengadaan Hidran Umum Aetra di wilayah Pademangan Timur. Dengan adanya hidran umum ini, masyarakat tidak perlu bersusah payah untuk mendapatkan akses air bersih untuk kehidupan mereka sehari-hari.

Tidak hanya masyarakat saja yang merasakan manfaat dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, Informan I menyampaikan manfaat yang didapatkan oleh Aetra adalah masyarakat Pademangan Timur menjadi sangat kooperatif dengan perusahaan, salah satunya mereka sudah mau membayar air yang mereka gunakan melalui Hidran Umum Aetra.

“Secara image masyarakat di Kampoeng Bangkit baik dengan kita, jadi mereka apresiasi apa yang kita lakukan. Dari segi hubungan baik juga, mereka sudah mau membayar air yang mereka gunakan ke kita melalui hidran umum yang kita didirikan dan secara baik mereka memelihara barang-barang yang kita berikan, ... , Kalo semakin banyak orang yang kaya gitu kan kita jadi semakin enak bekerjanya gitu kan. Pipa kita tidak dipotong diganggu orang, aliran kita ke pelanggan juga jadi baik, kesadaran masyarakat akan kesehatan menjadi baik, siapa yang gak suka?”

Informan II menambahkan bahwa manfaat yang didapatkan oleh Aetra berkaitan dengan citra perusahaan.

“Dengan adanya Kampoeng Bangkit, terbentuknya citra positif dari masyarakat maupun pelanggan, Aetra menjalankan apa yang telah menjadi nilai-nilai perusahaan, yaitu respek terhadap komunitas dan lingkungan.”

Selain masyarakat Pademangan Timur dan Aetra, Rumah Salman ITB pun turut merasakan manfaat dari pelaksanaan Kampoeng Bangkit ini. Informan III menyatakan bahwa manfaat yang didapatkan oleh Rumah Salman bukan berupa materi, melainkan lebih kepada bantuan Aetra yang mendukung visi misi Rumah Salman dalam membantu masyarakat.

“Kalo bagi Rumah Amal ya ini adalah sebuah apa ya sebuah program kerjasama yang sangat membantu bagi Rumah Amal sendiri karena dari kerjasama ini sendiri kita tidak perlu lagi menuntut profit karena di sana sudah ada profitnya sendiri bagi Rumah Amal, bukan materi atau gimana-gimana tapi justru program yang selama ini terlah bergulir ini ternyata ada yang ngebantu gitu eee dari segi dananya jadi kita sama-sama punya visi dan misi yang sama untuk membantu masyarakat gitu ya itu saja sudah cukup bagi Rumah Amal gitu ya.”

Dari pernyataan-pernyataan keempat informan tersebut di atas dapat terlihat bahwa pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini mampu mendatangkan banyak manfaat yang beragam bagi seluruh pihak, baik bagi Aetra, Rumah Salman ITB, dan bagi warga Pademangan Timur. Dan oleh karena program ini tidak hanya mampu mendatangkan nilai bisnis bagi Aetra maupun Rumah Salman ITB, melainkan juga mampu mendatangkan nilai manfaat bagi masyarakat setempat, maka dapat dikatakan bahwa program ini jika dilihat dari sudut pandang manfaatnya, telah sesuai dengan konsep CSR yang ideal.

5.5.5 Perubahan dalam Lingkungan Kampoeng Bangkit

Suatu program yang berhasil tidak hanya mampu mendatangkan manfaat bagi seluruh pihak terkait, melainkan juga mampu memberikan perubahan positif bagi sasaran program tersebut. Informan IV menilai wilayah Pademangan Timur telah mengalami banyak kemajuan.

“Kemajuannya sudah mengikuti zaman karena dengan adanya sukarelawan yang membuat lingkungan Pademangan Timur ini tidak kalah bersaing dengan yang lain. Sekarang Pademangan Timur sudah lebih tertata dengan

baik dan rapi, lingkungannya juga sudah lebih bersih, dan rumah-rumahnya sudah memenuhi standar rumah di ibukota lah.”

Sementara Informan III menyatakan bahwa memang banyak sekali perubahan yang nampak dalam masyarakat dan lingkungan Pademangan Timur.

“Pertama, lingkungan. Lingkungan menjadi bersih, lingkungan menjadi tertata dengan bersih dan rapi, kalo dulu belum ada tong sampah, sekarang udah ada tong sampah tersebar di lingkungan, terus sungai sekarang sudah mengalir kalo dulunya padat sama sampah gak ngalir, kemudian dari segi ekonomi telah terwujud, sebuah lembaga keuangan mikro, dulunya gak ada, karena dulu dijajah oleh rentenir teh, jadi dulu rentenir hampir merajalela di setiap sudut pedagang-pedagang kecil, sekarang sudah ada koperasi, terus apalagi? Hmm kalo dulu anak-anaknya hampir pada putus sekolah semua, sekarang udah bisa sekolah lagi karena sekarang sudah ada yang menopang biaya mereka sehari-hari.”

Selain perubahan fisik yang telah disampaikan oleh kedua informan di atas, Informan I menambahkan adanya perubahan terpenting sebagai dampak dari Program Kampoeng Bangkit ini. Dengan adanya program ini, motivasi masyarakat untuk terus mengembangkan kampungnya menjadi terbangun.

“Alhamdulillahnya sih mereka terbangun suatu motivasi yang bahwa kita bisa ternyata kita bisa bekerja yang sama dengan baik untuk kampung kita. ...”

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut di atas terlihat bahwa masing-masing informan melihat adanya perubahan yang telah terjadi di dalam masyarakat dan lingkungan Pademangan Timur sebagai dampak positif dari pelaksanaan Kampoeng Bangkit ini.

5.5.6 Motivasi Masyarakat Pademangan Timur

Seperti yang telah disebutkan oleh Informan I pada poin sebelumnya, bahwa dengan adanya pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini mampu menumbuhkan motivasi dalam masyarakat, motivasi memperbaiki dan memajukan kehidupan bersama-sama. Informan IV merasa sangat yakin bahwa Program Kampoeng Bangkit ini tetap dapat berjalan terus meskipun Rumah Salman tidak memegang kendali lagi.

“Soalannya sejauh ini sih, kita benar-bener matuhin setiap perjanjian yang ada di MoU. Justru malah kita berharap bisa tetap berjalan kerjasama dengan Aetra, tanpa Rumah Salman karena masalah Hidran ini kan kaitannya ya dengan kebutuhan sehari-hari ya Mbak. Tapi kalo menurut saya sih, program ini jauh sekali dari diberhentikan, malah seharusnya justru Aetra memberikan kami penghargaan.”

Sementara Informan III juga menyatakan hal yang sama.

“Saya yakin dan sebetulnya bukan yakin sih, sebetulnya saya sudah tidak memegang kendali lagi di Pademangan hehehe sekarang sudah dikelola oleh Pak Sulis oleh para kader, ada 5 orang, itu saya sudah lepas, jadi ketika kita berhentikan program ini nampaknya akan tetap berlanjut program ini selama hidran dan koperasi masih tetep jalan, ya karena itu jadi motor ya jadi inti program di sana ...”

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat terlihat bahwa motivasi untuk terus berkembang tanpa bantuan pihak ketiga, telah tercipta di dalam diri masyarakat. Tidak hanya itu saja, kepercayaan diri yang kuat serta rasa optimistik akan keberlanjutan Program Kampoeng Bangkit pun sangatlah tinggi dalam diri masyarakat Pademangan Timur.

5.6 Penilaian Program Kampoeng Bangkit

Seperti yang sudah disebutkan pada bab-bab sebelumnya bahwa kegiatan evaluasi sangatlah perlu dilakukan terhadap sebuah program untuk melihat sejauh mana tujuan yang diharapkan telah tercapai. Tidak hanya itu saja, evaluasi program pun dilakukan guna melihat hal-hal apa saja yang telah baik dilakukan dan hal-hal apa saja yang perlu dikembangkan, sehingga program dapat berjalan lebih maksimal.

Sejauh pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, beberapa informan mencoba memberikan penilaiannya masing-masing mengenai proses pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit. Informan I menilai bahwa pendekatan dan *team work* dalam pelaksanaan program ini telah baik.

“Yang sudah baik adalah secara pendekatan kemanusiaannya, lebih kepada team work.”

Sementara Informan III menilai bahwa hal-hal yang telah baik dilakukan dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini terkait dengan komunikasi, baik komunikasi dengan masyarakat maupun dengan aparat pemerintahan. Sementara untuk masing-masing program dalam Kampoeng Bangkit pun sudah terlaksana dengan baik.

“Yang sudah dilaksanakan dengan baik terkait dengan program itu komunikasi dengan masyarakat, dengan aparat pemerintah sudah cukup baik ya kita, ini terkait dengan komunikasi ya. Terus kalo terkait program, yang sudah terlaksana dengan baik itu koperasi, beasiswa, kader cinta lingkungan, sama guru juga itu sudah dilaksanakan dengan baik sih ya.”

Namun demikian, para informan tetap menilai bahwa masih ada hal-hal yang perlu ditingkatkan dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini agar program tersebut dapat semakin berjalan maksimal. Informan I berpendapat bahwa hal yang perlu ditingkatkan lagi adalah *clarified stages information*, yang selama ini sering kali terlupakan dalam pelaksanaan program.

“Yang harus diperbaiki dengan kita adalah clarified stages information itu ya, jadi kita harus setiap tahapan itu harus tau, apa saja yang sudah dilakukan, hasilnya apa. Saya itu senang main dengan before dan after. ... Saya lebih senang kita buat dulu secara real-nya, nanti secara stages sesuai, jadi apa dulu yang mau kita perbaiki. ... istilahnya saya bersama dengan Rumah Amal kurang concern ke sana.”

Informan II menambahkan bahwa hal yang menjadi target perusahaan di masa mendatang dalam pelaksanaan program ini adalah memperbanyak jumlah Kampoeng Bangkit di wilayah operasional Aetra.

“Ke depannya Aetra akan lebih memperbanyak jumlah Kampoeng Bangkit yang berbeda-beda (disesuaikan dengan kondisi areanya serta target yang akan dicapai). Adapun target Aetra secara umum adalah penurunan tingkat kehilangan air, penambahan volume air yang terjual serta current collection. Untuk itu semua program walaupun CSR sekalipun muaranya harus tetap kepada target Aetra.”

Dipihak lain, informan III menyatakan bahwa hal-hal yang masih kurang dan perlu diperbaiki ke depannya adalah koordinasi antara pihak-pihak internal warga itu sendiri. Selain itu beliau juga menganggap bahwa para pengurus koperasi masih perlu mendapatkan pelatihan-pelatihan lagi.

“Kalo yang perlu ditingkatkan lagi itu adalah itu tadi koordinasi di antara para kader itu, ... harus ditingkatkan kembali karena suka ada miskomunikasi di antara mereka ya sehingga kadang suka menimbulkan konflik biasanya di internal mereka, kemudian yang perlu ditingkatkan kembali itu pelatihan-pelatihan koperasi dan segala macamnya, manajemen koperasi ini perlu ditingkatkan.”

5.7 Penerapan CSR di Indonesia

Dalam mengevaluasi sebuah program diperlukan suatu pedoman sebagai acuan dalam menilai pelaksanaan program tersebut. Selain melihat dari hal-hal yang telah diuraikan di atas mengenai Program Kampoeng Bangkit, penting untuk mengetahui pandangan seorang pakar CSR mengenai konsep CSR yang ideal yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Tidak hanya itu saja, sebagai ahli yang berkecimpung di dunia komunikasi, khususnya di bidang CSR perusahaan-perusahaan besar di Indonesia, tentu saja narasumber mampu menjabarkan mengenai implementasi CSR di Indonesia, serta konsep-konsep apa saja yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Sebelum melihat kepada konsep CSR yang ideal menurut seorang pakar CSR, perlu untuk mengetahui konsep-konsep CSR apa saja yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Menurut narasumber, terdapat 4 *cluster* perusahaan yang menjalankan CSR. Cluster yang pertama adalah perusahaan yang menjalankan CSR karena mempunyai latar belakang. Sebagian besar perusahaan di Indonesia sebagai pelaksana program CSR, masuk ke dalam *cluster* ini.

“Ada beberapa cluster perusahaan yang menjalankan CSR. Jadi cluster pertama itu, menjalankan CSR karena alasannya. Alasan yg melatarbelakangi setiap perusahaan itu berbeda-beda ya. Yang pertama, dia ingin berbuat baik, berbuat baik dengan cara menyisihkan sebagian biayanya untuk orang lain. Ini saya sebut dengan cluster philanthropy. Kelompok yang kepingin menyenangkan orang melakukan sesuatu, mengkontribusikan sesuatu, sekedar untuk berbuat baik. Jadi kalo Carla ketemu perusahaan yang tiba-tiba CEO-nya ingin yuk ke pendidikan aja, ini saya masukkan ke dalam kategori ini. Kelompok itu paling banyak di Indonesia. Jadi mereka tidak memiliki design yang jelas. Jadi sekedar dengan preferensi atau kesukaan dari top management nya. ... ”

Cluster yang kedua adalah perusahaan-perusahaan yang menjalankan CSR karena fungsi pertahanan. Dengan kata lain perusahaan menjalankan CSR sebagai gerakan tutup mulut yang dapat mengurangi resistensi yang muncul.

“ ... Kelompok yang kedua saya sebut dengan kelompok yang menjalankan CSR karena fungsi pertahanan. Saya menyebut dengan misalnya Nike, dia dikritik terus kan. Kemudian karena dikritik dia melakukan sesuatu yang meningkatkan kadar sosial dari pegawai dan lingkungan masyarakat yang berada di sekitar pabrik, tapi sebetulnya lebih karena mereka berada di bawah hujan kritik. Gitu. Banyak perusahaan-perusahaan terkait dengan layanan publik masuk ke dalam kategori ini, jadi karena mereka menaikkan tarif, lalu mereka dikritik. Tapi karena dia dihujani kritik, maka dia melakukan sesuatu untuk mengurangi tekanan kritikus tadi, itu saya menyebutnya dengan melaksanakan CSR karena alasan pertahanan. Defend. ... ”

Cluster yang ketiga adalah *cluster the compliant*, yakni perusahaan-perusahaan yang menjalankan CSR karena desakan regulasi. Cluster ini juga termasuk cluster yang mendominasi kegiatan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia.

“ ... Terus kelompok ketiga yang saya sebut dengan the compliant, jadi mereka yang menjalankan CSR karena desakan regulasi, tambang misalnya, migas, semua industri yang ekstraktif, mau sumber daya apaun. Mau air, tanah, hutan, tambang. Tambang kan di dalam tanah. Pokoknya ekstraktif ya. Jadi banyak karena desakan regulasi. Sejak ada Undang-Undang PT, perusahaan banyak yang bergerak ke situ, menyisihkan sekian persen, dan yg BUMN pun harus didesak seperti itu. Dan yang compliant ini pun banyak di Indonesia. jadi karena regulasi. ... ”

Cluster yang terakhir adalah kelompok perusahaan yang benar-benar *align* antara bidang utama bisnisnya dengan masalah sosial yang muncul di masyarakat luas.

“ ... Yang keempat, kelompok yang terakhir itu saya menyebutnya cluster yg benar-benar align, jadi align tuh artinya bussines core-nya dia, bisnis utamanya dia dengan masalah sosial yang muncul itu dia cari korelasinya. Terus dia meng-create suatu platform program yang membuat organisasi ini berada di depan daripada pesaingnya. Yang pesaingnya masih berpikir compliant, the philanthropis, the defensive group gitu ya, dia sudah berada di depan. ... ”

Dalam memaparkan konsep CSR ideal yang ada di Indonesia, narasumber memberikan contoh perusahaan yang menurut beliau terdepan dalam merancang

dan melaksanakan program CSRnya. Menurut beliau, perusahaan yang mempunyai konsep CSR yang paling ideal adalah General Electric dengan programnya GE Ecomagination. Melalui program CSRnya ini, GE berhasil mempengaruhi perilaku seluruh *stakeholder*-nya, dari mulai konsumennya, *supplier*-nya, hingga para pegawainya.

“Saya beri contoh perusahaan itu GE. General Electric. Dia punya program namanya GE Ecomagination. Itu yang di-align ini itu dia menjadikan CSR itu sebagai business practice. Jadi dia gak sekedar mengatakan dengan kata-kata bahwa kita itu mengurangi dampak lingkungan. Tapi betul-betul membuat green technology. Kalo kamu liat GE itu mulai dari industri turbin, pesawat terbang, farmasi, jadi dia membuat alat-alat perindustrian, itu green technology-nya GE benar-bener terukur. Tapi poinnya itu dia punya relevansi antara apa yang core kompetensinya dia, terus dia benar-bener menjadikan CSR ini menjadi the business strategic, dan dia betul-betul komunikasikan dengan sangat kuat di semua jajaran organisasi. Kinerja pegawai terukur, lalu yg paling penting lagi, salah satu indikatornya adalah kalo dia menjalankan program CSR itu dia merubah perilaku industri dan masyarakat yang tersentuh sama program tersebut. Jadi kalo dia green technology dia terapkan itu pada customer service, dia terapkan pada supplier-nya, dia tuntutan supplier-nya itu berperilaku mengikuti green technology-nya. Jadi dia punya standar yang sangat ketat sekali, semua harus ikut. Hehehe.. Akibatnya apa? GE mempengaruhi perilaku konsumennya juga, jadi tidak hanya supplier-nya, masyarakat sebagai pasokan perusahaan. Tetapi benar-bener pegawai, supplier, dia sosialisasikan dengan total, sehingga membuat pelaksanaan CSRnya ini sebagai salah satu business strategic.”

Beliau menambahkan bahwa perusahaan seperti GE ini lah yang masih jarang ditemui di Indonesia.

“... Jadi, totalitas yang seperti itu saya nilai masih sangat sedikit ya di Indonesia. Dan itu hanya perusahaan-perusahaan yang berkantor pusat eee yang multinasional ya yang memiliki kesadaran seperti itu.”

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa konsep CSR yang ideal menurut narasumber adalah CSR yang memiliki program yang benar-bener *align* dengan bidang bisnis perusahaan, yang menjadikan CSR sebagai strategi bisnis perusahaan, dan dikomunikasikan dengan sangat kuat di semua jajaran organisasi, sehingga program CSR perusahaan dapat mengubah perilaku para *stakeholder*-nya.

Selain itu, berdasarkan pernyataan di atas juga terlihat bahwa narasumber meragukan CSR yang hanya dijalankan di level fungsional seperti humas. Menurutnya CSR yang benar-benar baik adalah CSR yang dijalankan sebagai strategi bisnis dari perusahaan, yang sudah mempunyai *design* yang jelas, sehingga dapat dijalankan secara konsisten.

“Nah itu, seperti yang saya bilang itu CSR yang paling advance adalah CSR sebagai strategi bisnis. Kaya GE tadi, dia bahkan bukan lagi jadi national case, tapi masuk ke international case dan dia menjalankan itu secara konsisten ... Ya intinya konsisten. Kalo emang fokusnya di edukasi, bisa diliat nanti 10 tahun ya tetap konsisten di edukasi gitu ya. ...”



BAB VI

INTERPRETASI DATA

Pada bab ini, peneliti akan menginterpretasikan hasil penemuan yang telah didapat dengan merujuk pada pertanyaan penelitian yang ada pada bab sebelumnya. Dari interpretasi yang akan dibuat nanti, peneliti akan mencoba menarik sebuah kesimpulan sebagai temuan, serta memberikan rekomendasi bagi objek penelitian dan saran yang bersifat praktis yang dapat digunakan bagi penelitian serupa berikutnya.

Keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan operasional perusahaan tersebut semata. Dukungan dari para *stakeholder* perusahaan juga mempunyai pengaruh yang tidak kalah penting terhadap keberhasilan perusahaan tersebut. Dukungan tersebut akan terbentuk, apabila perusahaan mempunyai citra yang baik di mata para *stakeholder*-nya. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk membentuk citra positif adalah melalui kegiatan CSR.

PT Aetra Air Jakarta merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan CSR untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap komunitas dan lingkungan. Salah satu program CSR yang dilakukan oleh Aetra dalam menunjukkan salah satu nilai perusahaan ini adalah Kampoeng Bangkit. Kampoeng Bangkit merupakan salah satu program CSR Aetra yang bergerak di bidang pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan model-model pelaksanaan CSR yang umum digunakan di Indonesia, pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini termasuk ke dalam model 'bermitra dengan pihak lain'. Dimana dalam pelaksanaan program ini Aetra bekerja sama dengan Rumah Salman ITB yang mempunyai rancangan program-program pemberdayaan masyarakat yang sesuai dengan salah satu nilai Aetra.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat terlihat bahwa peran Aetra dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini lebih kepada menyediakan dana yang mendorong konsep program Kampoeng

Bangkit ini terimplementasikan di salah satu wilayah operasionalnya, serta turut mengawasi jalannya program tersebut. Dari sini dapat dilihat bahwa konsep Program Kampoeng Bangkit bukan berasal dari pemikiran *top management* Aetra itu sendiri, melainkan berasal dari Rumah Salman ITB selaku *mediator* serta penanggungjawab pelaksanaan program tersebut.

Melalui analisis yang dilakukan terhadap latar belakang pelaksanaan program, peneliti juga menemukan perbedaan latar belakang pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit yang dimiliki oleh Aetra dengan Rumah Salman ITB. Baik *Corporate Communication Manager* maupun *CSR Officer* Aetra menyatakan bahwa hal yang melatarbelakangi pelaksanaan program ini adalah maraknya sambungan liar di wilayah operasional Aetra. Sementara Rumah Salman ITB, selaku penggagas rancangan Program Kampoeng Bangkit, menyatakan bahwa hal yang melatarbelakangi program ini adalah banyaknya kampung-kampung di wilayah Bandung yang tertinggal secara global.

Jika dilihat dari latar belakang pelaksanaan program, yakni maraknya sambungan liar dan banyaknya kampung-kampung yang tertinggal, peneliti menilai bahwa program tersebut berasal dari isu sosial yang hanya bersifat *regional* dan bukan merupakan *national case* terlebih *international case*. Program Kampoeng Bangkit ini merupakan program yang digunakan untuk mengantisipasi masalah sosial setempat, khususnya masalah sosial di wilayah-wilayah yang sulit mendapatkan akses air bersih dan wilayah-wilayah tertinggal di segala bidang kehidupan. Melihat hal tersebut, peneliti menilai program tersebut sulit direplikasi atau dilaksanakan di wilayah dengan tingkat perekonomian yang maju, serta memperoleh akses air bersih.

Selain itu, peneliti juga menemukan perbedaan persepsi mengenai tujuan pelaksanaan program. Adapun tujuan Aetra dalam melaksanakan Program Kampoeng Bangkit ini lebih menekankan pada tujuan bisnis, yakni menekan NRW perusahaan atau menekan tingkat pencurian air di wilayah Pademangan Timur melalui pengadaan Hidran Umum sebagai salah satu anak program dari Program Kampoeng Bangkit. Sementara berdasarkan analisis data sekunder, yakni

press release Aetra terkait Program Kampoeng Bangkit, tujuan pelaksanaan program Aetra sejalan dengan tujuan Rumah Salman ITB, yakni mensejahterakan masyarakat di segala bidang kehidupan.

Menurut konsep CSR yang ideal menurut Bambang Chriswanto, CSR yang ideal adalah CSR yang digunakan sebagai strategi bisnis sebuah perusahaan. Oleh karena merupakan strategi bisnis, tujuan dari Program Kampoeng Bangkit ini harus sejalan (*align*) dengan target perusahaan dan visi perusahaan. Adapun target dari Aetra adalah meningkatkan volume dan menurunkan NRW. Jika memang tujuan dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini adalah untuk mengurangi pencurian air yang tinggi di Pademangan Timur, maka dapat dikatakan tujuan dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit '*versi*' Aetra ini *align* dengan target perusahaan. Namun jika ditinjau dari visi Aetra, yang hendak meningkatkan kehidupan masyarakat setiap saat, tujuan pelaksanaan '*versi*' Aetra dapat dikatakan belum *align* dengan visi perusahaan. Demikian juga sebaliknya.

Perbedaan persepsi ini menunjukkan kurangnya proses persamaan persepsi untuk membuat suatu tujuan yang benar-benar satu antara Aetra dan Rumah Salman. Dengan tujuan yang sama dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, maka lebih cepat tujuan yang diharapkan itu tercapai, atau dengan kata lain efektivitas Program Kampoeng Bangkit semakin baik dalam mencapai tujuan yang diharapkan tersebut.

Menurut Bambang Chriswanto, seorang pakar CSR, dari keempat kelompok perusahaan yang menjalankan CSR di Indonesia, konsep CSR yang paling ideal adalah konsep CSR yang dijalankan oleh *cluster the align*. Adapun program CSR tersebut berasal dari pemikiran *top management* perusahaan itu sendiri bukan *functional plan*, mampu menambah nilai bisnis serta nilai *stakeholder*-nya, mempunyai program yang benar-benar sesuai dengan bidang bisnis dan masalah sosial yang ada, mudah direplikasi di tempat yang berbeda, serta menjadi strategi bisnis yang mempunyai program jangka panjang yang terukur dengan indikator keberhasilan ke *outcome*.

Berdasarkan latar belakang pelaksanaan, peran dan keterlibatan Aetra dalam Program Kampoeng Bangkit ini, peneliti menilai PT Aetra Air Jakarta dalam pelaksanaan kegiatan CSR, khususnya Program Kampoeng Bangkit ini, termasuk ke dalam kelompok perusahaan (*cluster*) *the philanthropy*. Kelompok ini melaksanakan program CSRnya berdasarkan preferensi CEO atau *top management*-nya semata. Aetra menerima penawaran kemitraan Kampoeng Bangkit karena rancangan program ini dinilai sesuai dengan salah satu nilai Aetra, yakni respek terhadap komunitas dan pelanggan. Dengan kata lain program ini dilaksanakan berdasarkan preferensi perusahaan semata. Seperti yang telah disinggung di atas, keterlibatan Aetra dalam program ini lebih tergambar sebagai pemberi dana yang membiayai suatu mitra kerja sama yang memiliki model CSR yang tereksekusi di suatu lokasi.

Melalui gambaran ini terlihat bahwa Aetra termasuk ke dalam *cluster the philanthropy* (Chriswanto, 2011) yang meminjam tangan pihak lain untuk berbuat baik demi meningkatkan dukungan dan citra positif di mata *stakeholder*-nya. Meskipun demikian, *cluster the philanthropy* ini bukanlah termasuk ke dalam kelompok perusahaan yang memiliki kegiatan CSR yang buruk. Masing-masing *cluster* tetap memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Banyak sekali perusahaan-perusahaan yang berada pada *cluster* ini, dan memang kondisi sosial Indonesia yang masih tergolong memprihatinkan sangat membutuhkan perusahaan-perusahaan yang mempunyai model CSR seperti ini.

Perbedaan latar belakang dan tujuan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit menghasilkan perbedaan tolak ukur dalam melihat keberhasilan program ini pula. Bagi Aetra Program Kampoeng Bangkit ini dikatakan berhasil apabila sambungan liar yang tadinya mendominasi hampir 90% di wilayah Kampoeng Bangkit ini, berkurang atau menjadi tidak ada sama sekali. Sementara Rumah Salman ITB memandang bahwa program ini dapat dikatakan berhasil apabila seluruh rancangan program dapat terimplementasikan dengan nyata dan maksimal.

Mengacu pada hasil analisis data pada bab sebelumnya, serta merujuk pada tolak ukur yang digunakan oleh Aetra dalam menilai keberhasilan program, Program Kampoeng Bangkit yang telah dilaksanakan selama satu tahun lebih ini, dapat dikatakan berhasil. Hal ini terlihat dari tujuan yang telah tercapai selama program ini berlangsung. Tingkat pencurian air melalui sambungan liar di wilayah Kampoeng Bangkit ini telah berhasil diberantas. Sementara merujuk pada tolak ukur yang digunakan oleh Rumah Salman ITB dalam menilai keberhasilan program ini, Program Kampoeng Bangkit di wilayah Pademangan Timur ini dapat dikatakan belum sepenuhnya berhasil. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, rancangan program yang terdapat dalam perencanaan awal, tidak semuanya terimplementasikan di Pademangan Timur. Tidak hanya itu saja, koperasi simpan pinjam yang termasuk ke dalam Program Kampoeng Bangkit ini, masih belum berbadan hukum dan masuk ke dalam daftar dinas koperasi.

Jika dilihat dari tolak ukur yang digunakan oleh kedua belah pihak dalam menilai keberhasilan Program Kampoeng Bangkit, tolak ukur keberhasilan yang digunakan belum menunjukkan indikator keberhasilan ke *outcome*. Seperti yang terlihat dalam tolak ukur keberhasilan yang digambarkan oleh Aetra maupun Rumah Salman, indikator keberhasilan yang digunakan masih dalam tahap *output*, seperti jumlah sambungan liar yang hilang dan jumlah program yang terlaksana. Dengan berindikator pada hilangnya sambungan liar dan terimplementasikannya seluruh rancangan program, maka program tersebut hanya berupa program jangka pendek. Ketika seluruh program yang direncanakan telah terimplementasi dan sambungan liar di wilayah Kampoeng Bangkit tersebut hilang, mungkin saja program tersebut akan berhenti, mengingat tujuan pelaksanaan telah tercapai.

Namun sebenarnya sebuah program dikatakan berhasil bukan hanya jika tujuan pelaksanaannya tercapai, melainkan juga apabila program tersebut mampu memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terkait, serta perubahan yang berarti bagi masyarakat. Melalui analisis terhadap data yang telah ditemukan, pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini banyak memberikan manfaat, baik bagi masyarakat sebagai sasaran program, maupun bagi Aetra dan Rumah Salman sebagai pelaksana Program Kampoeng Bangkit. Dengan adanya program

Kampoeng Bangkit ini, masyarakat Pademangan Timur, khususnya RW 10, tidak perlu bersusah payah lagi dalam mendapatkan air bersih. Melalui Hidran Umum Aetra yang tersedia di wilayah Kampoeng Bangkit, warga setempat mendapat akses air bersih. Tidak hanya itu saja, kehidupan perekonomian warga Kampoeng Bangkit menjadi lebih tertata dengan baik sebagai manfaat dari adanya koperasi simpan pinjam, menambahkan pendidikan bagi anak-anak yang kurang mampu, serta menumbuhkan kesadaran warga untuk hidup bermasyarakat.

Bagi Aetra sendiri manfaat yang didapatkan sejauh program ini telah berlangsung adalah masyarakat Pademangan Timur menjadi lebih kooperatif dengan perusahaan, dimana mereka sudah mau membayar air yang mereka gunakan melalui Hidran Umum Aetra tersebut. Tidak hanya itu saja manfaat yang didapatkan oleh Aetra dari Program Kampoeng Bangkit ini. Melalui pelaksanaan program ini, Aetra pun dapat membentuk citra positif di mata para *stakeholder*-nya dengan menunjukkan nilai respek terhadap komunitas dan lingkungan. Sementara jika dilihat dari sudut pandang Rumah Salman ITB, manfaat yang didapat dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit Pademangan Timur ini adalah dapat terlaksananya rancangan program yang mendukung visi misi Rumah Salman dalam membantu masyarakat melalui pengadaan dana yang diberikan oleh Aetra.

Mengacu pada pernyataan bahwa program yang berhasil harus mampu membawa perubahan pada masyarakat setempat, serta dengan melihat pada hasil analisis data, dapat terlihat bahwa Program Kampoeng Bangkit ini sudah mampu memberikan perubahan pada sekitar 400 kepala keluarga dengan 2400 jiwa masyarakat Pademangan Timur. Program ini telah melahirkan seorang Kader Cinta Lingkungan yang berkontribusi sebagai penggerak masyarakat Pademangan Timur dalam menjaga kelestarian lingkungan. Sehingga dapat menghasilkan perubahan yang tampak dari kemajuan lingkungan Pademangan Timur yang kini lingkungannya sudah tertata dengan bersih dan rapi. Dengan adanya program ini juga berhasil mendirikan sebuah lembaga ekonomi dalam bentuk koperasi simpan pinjam, di mana perguliran dana koperasi dalam pelaksanaan program ini juga telah mampu mengurangi praktek rentenir di masyarakat. Selain itu, pelaksanaan

program Kampoeng Bangkit juga berhasil melahirkan 2 orang guru honorer dari yang tadinya tidak tersedia seorang guru pun di lingkungan Pademangan Timur. Dengan keberadaan 2 guru honorer ini, anak-anak yang terancam putus sekolah akibat kurang mampu membayar biaya pendidikan di sekolah, kini 30 anak di Pademangan Timur sudah bisa kembali mendapatkan pendidikan melalui program beasiswa. Tidak hanya perubahan fisik saja yang telah diberikan oleh pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit. Hal terpenting yang muncul sebagai dampak dari program ini adalah adanya motivasi yang terbentuk untuk terus mengembangkan dan membangun wilayah Pademangan Timur, serta adanya rasa optimis yang tinggi akan keberlanjutan Program Kampoeng Bangkit di Pademangan Timur.

Berdasarkan manfaat dan perubahan yang didapatkan dari pelaksanaan program ini, dapat dilihat bahwa program yang paling terasa manfaatnya Kampoeng Bangkit dan paling membawa perubahan bagi warga adalah pengadaan Hidran Umum Aetra di wilayah Pademangan Timur. Dengan adanya hidran umum ini, masyarakat tidak perlu bersusah payah untuk mendapatkan akses air bersih untuk kehidupan mereka sehari-hari. Program ini pula yang memberikan banyak perubahan bagi warga Kampoeng Bangkit, khususnya dalam mengatasi masalah rentenir. Namun program ini didukung oleh keberadaan koperasi yang menjadi motor penggerak perekonomian warga Kampoeng Bangkit. Sementara Program Cinta Lingkungan yang melahirkan seorang Kader Cinta Lingkungan juga merupakan salah satu program yang paling bermanfaat dan berperan positif bagi lingkungan tempat tinggal warga Kampoeng Bangkit dalam menciptakan lingkungan yang lebih tertata rapi dan bersih. Dari sini dapat terlihat bahwa justru pengadaan Hidran Umum Aetra merupakan program utama dalam Program Kampoeng Bangkit, sementara program-program sosial lainnya merupakan program penunjang dalam Program Kampoeng Bangkit ini.

Dari analisis data yang dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti juga berusaha menggambarkan sejauh mana *awareness*, pengetahuan, serta pemahaman tokoh masyarakat Pademangan Timur terhadap PT Aetra Air Jakarta. Dari hasil tersebut, ditemukan bahwa *awareness* dan pengetahuan tokoh

masyarakat tersebut memang sudah terbentuk terhadap Aetra. Namun, peneliti melihat bahwa *awareness* dan pengetahuan tersebut terbentuk bukan sebagai dampak dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini, melainkan karena Aetra memang merupakan perusahaan yang dekat sekali dengan kebutuhan sehari-hari mereka. Aetra merupakan satu-satunya perusahaan penyedia layanan air bersih bagi wilayah Pademangan Timur. Selain itu, pemahaman tokoh masyarakat mengenai Aetra, khususnya mengenai kegiatan CSR yang dilakukan Aetra sebagai bentuk kepedulian Aetra terhadap komunitas dan lingkungan pun masih terbatas. Tokoh masyarakat hanya mengetahui seputar program yang memang dekat dengan kesehariannya, yakni Program Kampoeng Bangkit.

Oleh karena Program Kampoeng Bangkit ini telah mampu memberikan manfaat kepada seluruh pihak pelaksanaan program, serta telah membawa perubahan yang berarti bagi masyarakat Pademangan Timur, maka pelaksanaan program ini dapat dikatakan berhasil. Secara singkat keberhasilan Program Kampoeng Bangkit ini dapat terlihat dari pelaksanaan program yang 90% sesuai dengan perencanaan program, pelaksanaan program yang telah mencapai hasil yang diharapkan, serta pelaksanaan program yang mampu memberikan dampak kepada masyarakat melalui manfaat dan perubahan yang berarti.

Keberhasilan pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh PT Aetra Air Jakarta tergolong baik dalam *cluster*-nya sendiri. Namun, jika dibandingkan dengan konsep CSR yang ideal, pelaksanaan program CSR Aetra, khususnya Program Kampoeng Bangkit ini, masih belum sesuai dengan konsep CSR yang ideal. Meskipun demikian, untuk sebuah program pemberdayaan masyarakat yang baru berjalan kurang lebih 1 tahun dan dengan melihat hasil yang telah dicapai pada proses pelaksanaan Kampoeng Bangkit ini, ternyata program ini mampu menunjukkan hasil lebih dari yang diharapkan oleh Aetra maupun Rumah Salman ITB. Memang tolak ukur keberhasilan yang digunakan oleh Aetra maupun Rumah Salman ITB masih berada pada level output. Namun, hasil yang nampak dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini dapat menunjukkan hasil sampai pada level output,

walaupun masih terbilang kecil. Hal ini terlihat dari tumbuhnya motivasi, percaya diri, dan rasa optimistik masyarakat Pademangan Timur.

Untuk mencapai hasil yang lebih maksimal, masih perlu untuk meningkatkan hal-hal yang dinilai masih kurang dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini. Mulai dari hal-hal terkecil hingga terbesar dampaknya. Misalnya, *clarified stages information* yang selama ini menurut Aetra masih sering terlupakan dalam pelaksanaan program dan koordinasi di antara masing-masing pihak, guna menyamakan segala persepsi yang ada sehingga tidak akan menimbulkan ‘miskomunikasi’ dan konflik di antara pihak. Tidak hanya itu saja, keberhasilan Kampoeng Bangkit di wilayah Pademangan Timur ini harus mendorong Aetra untuk mereplikasi atau melaksanakan rancangan program yang serupa di daerah lain, guna menunjukkan *sustainability* dari Program Kampoeng Bangkit ini.

Selain itu, bagi Aetra tidak ada salahnya untuk meningkatkan kualitas program CSR ke depannya, dengan melihat konsep-konsep CSR seperti:

1. Rancangan program merupakan hasil pemikiran dari *top management perusahaan*,
2. Pelaksanaan program tidak didasarkan oleh preferensi perusahaan semata,
3. Program masih bersifat *manajemen plan* yang dijalankan sebagai strategi operasional perusahaan. Oleh karena itu target dan tujuan program harus sejalan dengan target dan tujuan perusahaan,
4. Program mampu direplikasi pada berbagai daerah dengan situasi dan kondisi apapun. Oleh karena itu, sebaiknya latar belakang program berangkat dari national case, bukan regional case semata, dan
5. Tolak ukur keberhasilan program berjangka waktu panjang yang berada pada level *outcome*.

Jika bertolak pada tujuan yang hendak dicapai melalui pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit, yakni mengurangi tingkat pencurian air yang ada di wilayah

operasional Aetra, mungkin ada baiknya jika program ini juga didukung oleh program-program lain. Misalnya, operasi semut terhadap sambungan-sambungan liar di luar wilayah Kampoeng Bangkit, operasi semut terhadap pihak-pihak lain yang menyebabkan meningkatnya tingkat kehilangan air Aetra, mencari titik ujung penyebab tingginya pencurian air di wilayah operasional Aetra, serta membuat program yang dapat mengatasi masalah pencurian air, yang tidak hanya dapat menjangkau masyarakat yang menjadi sasaran program saja, melainkan seluruh *stakeholder* Aetra. Dengan demikian, pelaksanaan program CSR Aetra tidak hanya sekedar berbuat baik dan peduli pada kebutuhan masyarakat saja (*the philanthropy*), melainkan juga sebagai gerakan melawan isu sosial (pencurian air) yang dapat membawa kerugian bagi Aetra (*the defense*).

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit oleh PT Aetra Air Jakarta bersama dengan Rumah Salman ITB telah mencapai tujuan yang diharapkan. Hal-hal ini tergambar tergambar melalui:

1. Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit yang sesuai dengan perencanaan program. Hal tersebut tergambar melalui tabel 7.1 berikut ini.

Tabel 7.1 Implementasi Program

Rencana Program	Sasaran Program	Implementasi	Sesuai / Belum (V/X)
Program Senyum Guru	<ul style="list-style-type: none">• Terpilihnya 4 orang guru honorer• Bantuan tunjangan sebesar 150 ribu rupiah	<ul style="list-style-type: none">• Sudah terpilih 2 orang guru honorer• Bantuan tunjangan sebesar 250 ribu per bulan	X
Program Beasiswa ABC	<ul style="list-style-type: none">• Jumlah anak yang diberikan beasiswa sebanyak 20 anak• Beasiswa sebesar 300 ribu rupiah setiap 6 bulannya• Paket peralatan	<ul style="list-style-type: none">• Jumlah anak yang mendapatkan beasiswa sebanyak 30 anak• Beasiswa sebesar 300 ribu rupiah setiap 6 bulannya	V

(sambungan)	sekolah sebesar 100 ribu rupiah	<ul style="list-style-type: none"> Anak-anak juga memeberikan sumbangsih terhadap kegiatan-kegiatan lingkungan di Pademangan Timur 	
Program Cinta Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> Terpilihnya 3 orang Kader Cinta Lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> Sudah terpilih 1 orang Kader Cinta Lingkungan 	X
Program Sahabat Bunda	<ul style="list-style-type: none"> Terpilihnya 3 orang Kader PKK aktif Tunjangan praktek kegiatan sebesar 200 ribu rupiah paket Subsidi keanggotaan koperasi sebesar 50 ribu rupiah 	<ul style="list-style-type: none"> Program ini memang tidak dipaksakan berjalan di Pademangan Timur 	X
Pengadaan Hidran Umum Aetra	Pengadaan 2 hidran umum di wilayah Pademangan Timur	<ul style="list-style-type: none"> Telah berdiri 2 hidran umum di wilyah Pademangan Timur Harga air yang dikenakan kepada masyarakat sebesar 4500 rupiah/kubik, dengan pembagian : 	V

(sambungan)		1050 rupiah untuk Aetra, 1000 rupiah untuk pemilik lahan, 1000 rupiah untuk koperasi, dan sisanya 1450 untuk biaya operasional.	
Pengadaan Koperasi	<ul style="list-style-type: none"> • Berdirinya suatu lembaga ekonomi mikro • Berbadan hukum • Dapat menunjang perekonomian warga. 	<ul style="list-style-type: none"> • Telah berdiri koperasi simpan pinjam dengan 30 anggota • Belum berbadan hukum 	X

2. Pelaksanaan program telah mencapai hasil yang diharapkan. Adapun pencapaian hasil tersebut tergambar dalam tabel 7.2 berikut ini.

Tabel 7.2 Pencapaian Hasil Program

Tujuan yang Diharapkan	Pencapaian Tujuan	Tercapai/Tidak (V/X)
Berkurangnya jumlah sambungan liar di wilayah Pademangan Timur	Hilangnya jumlah sambungan liar di wilayah Kampoeng Bangkit	V
Meningkatkan perekonomian warga melalui koperasi	Perguliran dana koperasi sedikitnya 30% mulai dapat mengikis praktek rentenir	V

Meningkatkan pendidikan anak-anak kurang mampu	Melalui program beasiswa ABC, anak-anak kembali mendapatkan pendidikan, sehingga nilai akademis anak meningkat	V
Meningkatkan partisipasi warga dalam kegiatan-kegiatan cinta lingkungan	Terpilihnya Kader Cinta Lingkungan sebagai penggerak masyarakat dalam kegiatan-kegiatan lingkungan, seperti gerakan penanaman 1000 pohon, pembersihan kali, dan sebagainya	V

3. Pelaksanaan program mampu memberikan manfaat dan perubahan yang berarti bagi masyarakat Pademangan Timur. Adapun manfaat dan perubahan tersebut tergambar melalui tabel 7.3 dan tabel 7.4 berikut ini.

Tabel 7.3 Manfaat Pelaksanaan Program

Manfaat Pelaksanaan Program	
Warga Kampoeng Bangkit	<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah warga Kampoeng Bangkit dalam mengakses air bersih • Menambah pendidikan anak-anak kurang mampu melalui beasiswa ABC • Menambah pengetahuan untuk segala bidang, seperti agama dan hidup bersih • Menumbuhkan kesadaran warga untuk hidup bermasyarakat

Perusahaan (Aetra)	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan image dan hubungan yang baik dengan masyarakat, masyarakat mengapresiasi apa yang sudah dilakukan oleh Aetra • Masyarakat sudah tidak menggunakan sambungan liar lagi, melainkan melalui Hidran Umum Aetra dan mau membayar air yang mereka gunakan (NRW perusahaan berkurang)
Rumah Salman ITB	Dapat terlaksananya rancangan program yang mendukung visi misi Rumah Salman dalam membantu masyarakat melalui pengadaan dana yang diberikan oleh Aetra

Tabel 7.4 Kondisi Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit

Sebelum Pelaksanaan	Sesudah Pelaksanaan
Banyaknya sambungan liar yang digunakan masyarakat untuk mengakses air bersih	Sambungan liar berhasil diberantas, dan masyarakat mengakses air bersih melalui Hidran Umum Aetra
Lingkungannya kumuh dan kotor	Lingkungan sudah tertata dengan bersih dan rapi
Hampir sebagian besar masyarakat menggunakan jasa rentenir untuk kelangsungan hidup	Warga Kampoeng Bangkit mulai beralih ke Koperasi simpan pinjam
Anak-anak terancam putus sekolah karena kurang mampu membayar biaya sekolah	Melalui beasiswa ABC anak-anak dapat mendapatkan pendidikan kembali

7.2 Rekomendasi

7.2.1 Rekomendasi Akademik

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat evaluatif pada level program. Peneliti hanya meneliti bagaimana pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit dari mulai perencanaan, implementasi, sampai pada hasil yang dicapai. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian dapat dilakukan pada level komunikasi, yakni meneliti bagaimana sebuah program CSR dari suatu perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder*-nya, sebagai upaya pembentukan citra perusahaan.

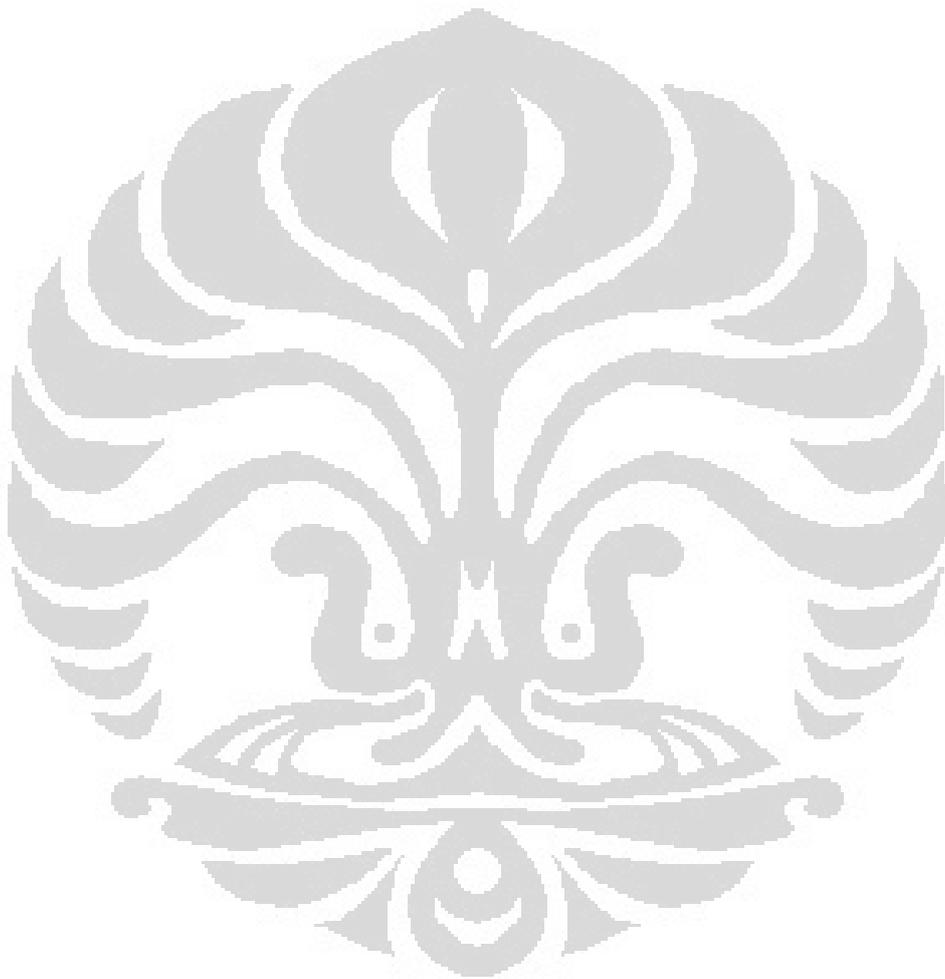
Selain itu penelitian ini merupakan penelitian evaluatif yang berfokus pada hasil outcome, namun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini hanya terbatas pada metode pengumpulan data kualitatif semata. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan metode pengumpulan data kuantitatif berupa survey, untuk dapat mengukur secara efektif sejauh mana program ini telah mencapai tujuan yang diharapkan.

7.2.1 Rekomendasi Praktis

Penelitian ini juga dapat digunakan untuk menentukan konsep-konsep yang ideal dalam pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia. Sehingga dapat pula menjadi masukan bagi Aetra dalam melaksanakan Program Kampoeng Bangkit berikutnya di wilayah lain.

Untuk dapat meningkatkan hasil yang dicapai, masih ada hal-hal yang perlu diperbaiki oleh Aetra dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini. Hal-hal tersebut meliputi koordinasi di antara pihak, guna menyamakan segala persepsi yang ada sehingga tidak akan menimbulkan 'miskomunikasi' dan konflik antar pihak, serta meningkatkan komunikasi langsung antara Aetra dengan masyarakat, untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman akan Program Kampoeng Bangkit yang sudah terlaksana selama satu tahun ini. Selain itu *sustainability*

Program Kampoeng Bangkit ini juga penting untuk diperhatikan dengan melaksanakan rancangan program yang serupa di daerah lain.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiamanta, A. (2004). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: ICSD.
- Dale, R. (2004). *Evaluating Development Programs and Projects*. London: Sage Publication.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2002). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London: Routledge.
- Deacon, D., Fenton, N., & Bryman, A. (1999). From Inception to Reception: The Natural History of A News Item. *Media, Culture & Society* , 5-31.
- Denzin, N. K., & S. Lincoln, Y. (2003). *Strategies of Qualitative Inquiry*. SAGE.
- Dian. (2007). Memahami Corporate Social Responsibility sebagai Wujud Investasi Perusahaan. *Keep and Share* .
- Gozali, D. M. (2005). *Communication Measurement, Konsep dan Aplikasi / Pengukuran Kinerja Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Gregory, A. (2000). *Planning and Managing Public Relations Campaign: A Strategic Approach (PR in Practice)*. Sterling: Kogan Page US.
- Irawan, P. (2007). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Depok: DIA FISIP UI.
- Iriantara, Y. (2004). *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kountur, R. (2003). *Metode Penelitian : Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lindanmann, W. K. (2006). *Public Relations Research for Planning and Evaluation*. Institute for Public Relations.
- Macnamara, J. R. (2002). Research and Evaluation. In C. Tymson, & P.Lazar, *The New Australian and New Zealand Public Relations Manual* (pp. 100-134). Sydney: Tymson Communication.
- Maykut, P., & Morehouse, R. (2000). *Beginning Qualitative Research: A Philosophic and Practical Guide*. London: Routledge Falmer.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W.L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. (edisi ke-5). USA: A and B.
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Parks, CA: Sage.
- Poerwandari, E. Kristi. (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: LPSP3 Fakultas Psikologi UI.
- PT Aetra Air Jakarta. (2009). Aetra. In P. A. Jakarta, *Profil Perusahaan* (pp. 1-4). Jakarta: PT Aetra Air Jakarta.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. (edisi pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shackleton, C. (2007). Chapter 3 : Corporate Communication Measurement Tools. In *Communication Data Collection*. Pretoria: University of Pretoria.
- Suharto, E. (2008). *Corporate Social Responsibility : What is and Benefits for Corporate* . Bandung: Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial.
- Susanto, A. (2003). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga.
- Sutopo, H. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- The International Public Relations Associations. (1994). Public Relations Evaluation: Professional Accountability. *Gold Paper No. 11* , 17.
- Totok Budi, S., & Tjiptono, F. (2001). *Strategi Riset Lewat Internet*. Yogyakarta: Andi.
- Watrack, S. (2002). Measuring Corporate Reputation, Definition, and Data. *Business and Society* , 371-392.
- Watson, T., & Noble, P. (2005). *Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Planning, Research, and Evaluation*. London: Kogan Page.

Sumber Jurnal

- Kim, S.-Y., & Reber, B. H. (2008). *Public Relations Place in Corporate Social Responsibility: Practitioners Define Their Role*. United States: University of Florida, University of Georgia.
- Prayogo, D. (2011). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility dan Community Development pada Industri Tambang dan Migas. *Makara* , 43-58.
- Vyatrasari, L. (2006). *Evaluasi Program Sosialisasi Astra Green Company - Studi Kasus: Program Corporate Social Responsibility PT Astra Internasional Tbk. Skripsi Strata 1 Ekstensi* . Depok: Universitas Indonesia.

Sumber Online

- Badan Pusat Statistik. (2010, July 1). *Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2010*. Retrieved November 30, 2011, from Badan Pusat Statistik Web Site: http://www.bps.go.id/brs_file/kemiskinan-01jul10.pdf
- Green Girl Inc. (2011, September 27). *Rowe for Sustainability*. Retrieved November 30, 2011, from Green Girl Inc. Web Site: <http://www.greengirlinc.com/tag/triple-bottom-line/>
- Harmadi, & Harry B, S. (2011, Januari 27). *Kinerja Pembangunan Manusia Indonesia*. Retrieved November 30, 2011, from Media Indonesia Web Site: <http://www.mediaindonesia.com/read/2011/01/27/198895/68/11/Kinerja-Pembangunan-Manusia-Indonesia>
- MDN. (2011, April 6). *Pencurian Air di Jakarta Masih Tinggi*. Retrieved August 11, 2011, from Jejaring Perpustakaan Online Air Minum dan Penyelamatan Lingkungan: <http://digilib-ampl.net/detail/detail.php?row=0&tp=kliping&ktg=airminum&kode=11636>
- Mustafa, H. (2000). *Home: Unpar*. Retrieved January 12, 2012, from Universitas Parahyangan: <http://home.unpar.ac.id/~hasan/SAMPLING>
- Nic/Nto. (2011, May 23). *Di Pademangan Air Bersih Seperti Minyak Goreng*. Retrieved August 11, 2011, from Badan Regulator PAM DKI Web Site: http://www.jakartawater.org/index.php?option=com_content&view=article&id=425%3Adi-pademangan-air-bersih-seperti-minyak-goreng&catid=59%3Aberita&Itemid=18&lang=en
- Petra Christian University. (2010). *Landasan Teori: Community Relations*. Retrieved January 12, 2012, from Petra Christian University Library Web site: <http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?submit.x=6&submit.y=19&submit=prev&page=1&qual=high&submitval=prev&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Fik>

om%2F2010%2Fjiunkpe-ns-s1-2010-51405095-14617-komunitas_pati-
chapter2.pdf

PT Aetra Air Jakarta. (2009). *Profil Perusahaan; Sekilas AETRA*. Retrieved November 30, 2011, from PT Aetra Air Jakarta Web Site: <http://www.aetra.co.id/>

Rumah Amal Salman ITB. (2011). *Profil* . Retrieved January 12, 2012, from Rumah Amal Salman ITB Web site: http://www.amalsalman.org/profil_1/index.html

Sumber Lain

PT Aetra Air Jakarta. (2011). *Lembar Fakta (September 2011)*. Jakarta: PT Aetra Air Jakarta.

PT Aetra Air Jakarta. (2011). *Lembar Fakta CSR (November 2011)*. Jakarta: PT Aetra Air Jakarta.

Rumah Salman ITB. (2010). *Laporan Perkembangan Program Kampoeng Bangkit*. Bandung: Rumah Salman ITB.

Rumah Salman ITB. (2010). *Proposal Penawaran Kemitraan Kampoeng Bangkit*. Bandung: Rumah Salman ITB.

LAMPIRAN 1
PEDOMAN WAWANCARA

Bagi pihak perusahaan

1. Tahap Input
 - a. CSR Aetra dan peran humas di dalamnya
 - Latar belakang CSR Aetra
 - Tujuan CSR Aetra
 - Kriteria CSR yang telah dilakukan
 - b. Kampoeng Bangkit sebagai salah satu program CSR Aetra
 - Latar belakang program Kampoeng Bangkit
 - Tujuan pelaksanaan program Kampoeng Bangkit
 - c. Rencana Kampoeng Bangkit
 - Rancangan program Kampoeng Bangkit
 - Rancangan biaya
2. Tahap Output
 - a. Pelaksanaan CSR di Aetra
 - Implementasi program CSR Aetra
 - b. Pelaksanaan Kampoeng Bangkit
 - Jalannya pelaksanaan
 - Pengelolaan program Kampoeng Bangkit
3. Tahap Outcome
 - a. Pandangan perusahaan mengenai pelaksanaan Kampoeng Bangkit
 - Keberhasilan program Kampoeng Bangkit
 - Pengaruh bagi perusahaan
 - Pengaruh bagi masyarakat

Bagi penanggungjawab dan panitia pelaksana Kampoeng Bangkit (Rumah Salman ITB)

1. Tahap Input
 - a. Kampoeng Bangkit sebagai salah satu program CSR Aetra

(Lanjutan 1)

- Latar belakang program Kampoeng Bangkit
- Tujuan pelaksanaan program Kampoeng Bangkit
- b. Rencana Kampoeng Bangkit
 - Rancangan program Kampoeng Bangkit
 - Rancangan biaya
- 2. Tahap Output
 - a. Pelaksanaan Kampoeng Bangkit
 - Jalannya pelaksanaan
 - Pengelolaan program Kampoeng Bangkit
- 3. Tahap Outcome
 - a. Pandangan Rumah Salman ITB mengenai pelaksanaan Kampoeng Bangkit
 - Keberhasilan program Kampoeng Bangkit
 - Pengaruh bagi perusahaan
 - Pengaruh bagi masyarakat

Bagi objek Kampoeng Bangkit (Kader Bangkit)

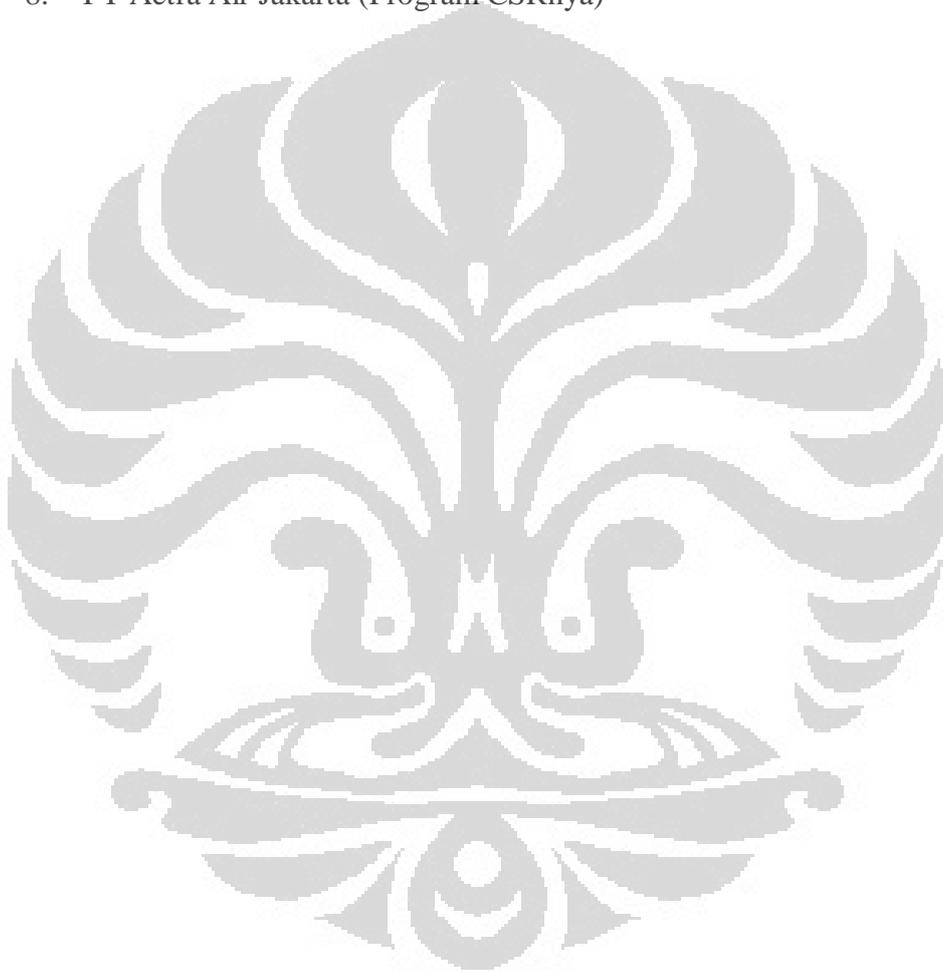
1. Tahap Output
 - a. Pelaksanaan Kampoeng Bangkit
 - Sistem pelaksanaan
 - Fasilitas atau manfaat yang didapat
2. Tahap Outcome
 - a. *Awareness*
 - b. *Knowledge*
 - c. *Behaviour & attitude change*

Bagi pakar CSR

CSR di Indonesia:

1. Konsep CSR yang ideal
2. Penerapan CSR di Indonesia

3. Opini mengenai "CSR sebagai salah satu program Humas" di Indonesia yang dilakukan oleh perusahaan multinasional
4. tantangan-tantangan yang dihadapi dalam perencanaan dan pelaksanaan CSR tersebut
5. Pemahaman mereka (perusahaan multinasional) mengenai CSR
6. CSR sebagai penunjang keberhasilan bisnis atau operasional perusahaan
7. CSR yang sudah baik terlaksana di Indonesia
8. PT Aetra Air Jakarta (Program CSRnya)



LAMPIRAN 2

Transkrip Narasumber

Nama : Bambang Chriswanto
Pekerjaan : *Director for Social Engagement* Indo Pacific Edelman
Waktu Wawancara : Rabu, 23 November 2011 (pukul 17.00)
Tempat : Merchantile Athletic Club, Gedung World Trade Center
Sudirman

A : Selamat Sore Pak, minta waktunya sebentar ya Pak buat ngobrol-ngobrol seputar CSR di Indonesia.

B : Iya, silakan. Jadi apa yang bisa saya bantu Carla?

A : Pngen ngobrol-ngobrol aja sih Pak. Jadi saya lagi bikin skripsi. Skripsi saya itu tentang CSR suatu perusahaan. Mmm.. Evaluasi Program Kampoeng Bangkit oleh PT Aetra Air Jakarta. Tapi sebelumnya eee pngen tau dulusih Pak CSR di Indonesia tuh kaya gimana, gitu-gitu Pak. Hehehe.

B : Ada beberapa cluster perusahaan yang menjalankan CSR. Jadi *cluster* pertama itu, menjalankan CSR karena alasannya. Alasan yg melatarbelakangi setiap perusahaan itu berbeda-beda ya. Yang pertama, dia ingin berbuat baik, berbuat baik dengan cara menyisihkan sebagian biayanya untuk orang lain. Ini saya sebut dengan *cluster philanthropis*. Kelompok yang kepingin menyenangkan orang melakukan sesuatu, mengkontribusikan sesuatu, sekedar untuk berbuat baik. Jadi kalo Carla ketemu perusahaan yang tiba-tiba CEO-nya ingin yuk ke pendidikan aja, ini saya masukkan ke dalam kategori ini. Kelompok itu paling banyak di Indonesia. Jadi mereka tidak memiliki *design* yang jelas. Jadi sekedar dengan preferensi atau kesukaan dari *top management* nya. Kelompok yang kedua saya sebut dengan kelompok yang menjalankan CSR karena fungsi pertahanan. Saya menyebut dengan misalnya Nike, dia dikritik terus kan. Kemudian karena dikritik dia melakukan sesuatu yang meningkatkan kadar sosial dari pegawai dan lingkungan masyarakat yang berada di sekitar pabrik, tapi sebetulnya lebih karena mereka berada di bawah hujan kritik. Gitu. Banyak perusahaan-perusahaan terkait dengan layanan publik masuk ke dalam kategori ini, jadi karena mereka menaikkan tarif, lalu mereka dikritik. Tapi karena dia dihujani kritik, maka dia melakukan sesuatu untuk mengurangi tekanan kritikus tadi, itu saya menyebutnya dengan melaksanakan CSR karena alasan pertahanan. *Defend*. Banya sekali di Indonesia, jadi operator jalan raya itu CSRnya tuh banyak karena eee melakukan CSR sebagai gerakan tutup mulut hehehe.. Jadi untuk membuat resistensi itu berkurang. Gitu. Terus kelompok ketiga yang saya sebut dengan *the compliant*, jadi mereka yang menjalankan CSR karena desakan regulasi, tambang misalnya, migas, semua industri yang ekstraktif, mau sumber daya apaun. Mau air, tanah,

(Lanjutan 1)

hutan, tambang. Tambang kan di dalam tanah. Pokoknya ekstraktif ya. Jadi banyak karena desakan regulasi. Sejak ada Undang-Undang PT, perusahaan banyak yang bergerak ke situ, menyisihkan sekian persen, dan yg BUMN pun harus didesak seperti itu. Dan yang *compliant* ini pun banyak di Indonesia. jadi karena regulasi. Yang keempat, kelompok yang terakhir itu saya menyebutnya *cluster* yg benar-benar *align*, jadi *align* tuh artinya *bussines core*-nya dia, bisnis utamanya dia dengan masalah sosial yang muncul itu dia cari korelasinya. Terus dia meng-*create* suatu *platform program* yang membuat organisasi ini berada di depan daripada pesaingnya. Yang pesaingnya masih berpikir *compliant, the philanthropis, the defensive group* gitu ya, dia sudah berada di depan. Saya beri contoh perusahaan itu GE. General Electric. Dia punya program namanya *GE Ecomagination*. Itu yang di-*align* ini itu dia menjadikan CSR itu sebagai *business practice*. Jadi dia gak sekedar mengatakan dengan kata-kata bahwa kita itu mengurangi dampak lingkungan. Tapi betul-betul membuat *green technology*. Kalo kamu liat GE itu mulai dari industri turbin, pesawat terbang, farmasi, jadi dia membuat alat-alat perindustrian, itu *green technology*-nya GE bener-bener terukur. Tapi poinnya itu dia punya relevansi antara apa yang *core* kompetensinya dia, terus dia bener-bener menjadikan CSR ini menjadi *the business strategic*, dan dia betul-betul komunikasikan dengan sangat kuat di semua jajaran organisasi. Kinerja pegawai terukur, lalu yg paling penting lagi, salah satu indikatornya adalah kalo dia menjalankan program CSR itu dia merubah perilaku industri dan masyarakat yang tersentuh sama program tersebut. Jadi kalo dia *green technology* dia terapkan itu pada *customer service*, dia terapkan pada *supplier*-nya, dia tuntutan *supplier*-nya itu berperilaku mengikuti *green technology*-nya. Jadi dia punya standar yang sangat ketat sekali, semua harus ikut. Hehehe.. Akibatnya apa? GE mempengaruhi perilaku knsumennya juga, jadi tidak hanya *supplier*-nya, masyarakat sebagai pasokan perusahaan. Tetapi benar-benar pegawai, *supplier*, dia sosialisasikan dengan total, sehingga membuat pelaksanaan CSRnya ini sebagai salah satu *business strategic*. Ya tergantung, perusahaan yang kamu teliti berada di mana, kata ahli kaya gimana. Ya mudah-mudahan omongan saya tadi bisa membantu kamu buat mengetahui Aetra berada pada cluster yang mana, gitu ya. Apakah Aetra melakukan CSR karena tekanan *regulator*, atau sebagai *lipstick*, atau yang mana.

A : Jadi tuh. Aku boleh cerita dulu gak sih Pak? Mmm. Jadi tuh dari yang dah-udah saya ngobrol sama pihak perusahaannya, Aetra tuh ngadain Kampong Bangkit ini sama Rumah Salman ITB sebagai mediator. Jadi konsep program-program pemberdayaan masyarakatnya ini dari Rumah Salman, diterima sama Aetra, terus Aetra menentukan lokasinya, yaitu di Pademangan Timur. Latar belakangnya itu yak arena tingginya pencurian air di wilayah sana. Jadi ini juga buatantisipasi sambungan illegal perusahaan gitu Pak.

B : Ya. Carla harus membedakan antara CSR dan *cost related marketing* dalam bahasan skripsinya itu. Karena ada perbedaan antara keduanya itu. Jadi ya kegiatan pemasaran yang disamakan dengan kegiatan sosial. Itu berbeda dengan kegiatan CSR di era transparansi sekarang ini. Karena Unilever tuh mengklaim hal yang sama. Dulu dia itu mengatakan program pemasaran dia itu untuk kebaikan Indonesia, mulai dari gerakan sikat gigi dua kali sehari, sampai eee gerakan kali bersih. Tapi kalo dipelajari betul, itu *cost related marketing* berbeda dengan CSR. Karena CSR yang saya bicaran ini nantinya namanya CR, *Company Responsibility*. Kemudian perusahaan saya Edelman, punya *point of view*, atau pandangan bahwa CSR yang baik harus menambah nilai bisnis dan *stakeholder*. Jadi kalo suatu program ini dilaksanakan di suatu lokasi, pertanyaan besarnya, apakah program ini mampu menambah nilai bisnis bagi perusahaannya aja atau apakah itu juga menambah nilai bagi masyarakat yang kena oleh program tersebut. Dalam arti, jumlah masyarakatnya juga harus signifikan. Kalo dilakukan hanya di suatu lokasi, kalo alat ukurnya, adalah perubahan perilaku masyarakat dari tadinya mencuri menjadi tidak mencuri, itu saya punya banyak pertanyaan, karena ada banyak *cost related marketing* yang difungsikan sebagai kegiatan sosial. Apakah itu kegiatan sosial atau kegiatan yang lebih merupakan bagian dari *compliant* jadi yg *dicomply* itu konsumennya. Jadi bukan. Eeee.. Jadi artinya kalo indikator kegiatan CSR itu kan, satu, (...) dua, *sustainability*, tiga, *replicable*, dapat dengan mudah direplikasi di tempat lain. Mungkin Carla dengan mudah jawab Ooh iya itu mudah direplikasi di tempat lain, mungkin juga tidak. Dan kemudian, apakah jika pencutian air di sana hilang, apakah kemudian program itu selesai? Saya saya menyebut contoh *General Electric* itu ya karena dia benar-benar menjadikannya sebagai strategi bisnis dan kemudian dia mengadvokasi dengan total, mulai dari memperkenalkan *green technology* ke perguruan tinggi untuk membuat juga *green research* dan GE membiayainya secara total dan kemudian GE mengaplikasikannya ke dalam *company*-nya. Jadi, totalitas yang seperti itu saya nilai masih sangat sedikit ya di Indonesia. Dan itu hanya perusahaan-perusahaan yang berkantor pusat eee yang multinasional ya yang memiliki kesadaran seperti itu. Aetra dengan program yang digambarkan tadi eee..

A : Jadi programnya tuh Pak, kalo kemarin aku sempet ngobrol itu emang program utamanya itu mendirikan hidran, supaya masyarakat yang gak dapat akses air bersih tuh bisa dapat air bersih kaya gitu. Nah program ini itu didukung sama program-program sosial lainnya kaya beasiswa anak, karena kan emang tempat di sana kan lingkungannya itu kumuh ya Pak, jadi didukung juga sama kegiatan-kegiatan lingkungan kaya ngebersihin kali sama penanaman pohon. Terus nah yang si hidran ini nanti hasilnya digunain buat perekonomian masyarakat setempat gitu lewat Koperasi MIFTA atau apa gitu. Koperasi ini dikelola sama masyarakat sana juga. Gitu sih Pak.

B : Terus perannya Aetra apa?

(Lanjutan 3)

A : Hmm.. Jadikan si Rumah Salman itu kasih proposal, program-programnya kaya gimana, terus kalo dari yang aku tangkep sih dari obrolan yang udah-udah kaya yang beri dana gitu sih Pak.

B : Nah kan, itu kan sudah terjawab ya. Jadi, CSR ya model seperti itu di Indonesia banyak ya. Mulai yang bergerak dari sektor mikro, ya jadi penyaluran kredit mikro, itu bahasanya bahasa pemberdayaan. Tapi setelah ditelusuri, setelah diinterview pada *top management* nya, apakah ini termasuk dalam strategi bisnis atau bukan? *Evidence*-nya apa, kalo dia *business strategy* dia eee tingkat replikasinya kecil, saya meragukan itu. Artinya kalo dia hanya melakukan di suatu lokasi dan tidak direplikasi dengan cepat itu berarti bukan *business strategy*. Kalo *business strategy*, sukses di suatu lokasi harus segera dilakukan berulang dalam waktu pendek di tempat lain. Dan yang kedua, aspek terlibatan, keterlibatan itu adalah ukurannya dari *top management*. Disebut gak dalam dokumen-dokumen resmi seperti laporan keuangan, dan dokumen-dokumen publik lainnya, yang berasal dari CEO, ada gak bukti-bukti itu yang meyakinkan bahwa itu berasal dari visi daripada CEO. Kalo dia hanya membiayai suatu mitra laksana yang memiliki model bisnis model CSR yang tereksekusi di suatu lokasi, saya melihat itu hanya *the philanthropis*, tapi terbungkus oleh hehehe. Oleh sesuatu yang sebenarnya meminjam tangan pihak lain, tetapi bukan sebagai bukan kelompok yang *the align* tadi, kelompok yang benar-bener *align* tadi antara visi, eksekusi, dan komitmen. Komitmennya ini misalnya *employee* dan *customer* benar-benar dia gerakkan ya sampai ke *policy* yang dia buat, jadi kalo misalnya *supplier* tidak sesuai dengan *policy* yang dia buat tadi, maka tidak akan diterima sebagai *supplier*-nya dia. Itu saya sebut sebagai kelompok yang menjalankan CSR paling tinggi.

A : Tapi kemarin sih sempet nyinggung-nyinggung gitu katanya Aetra mau bikin Kampoeng Bangkit yang kedua. Yang pertama kan di Pademangan Timur, buat yang kedua mereka masih survey-survey buat di Jakarta Timur, kaya Halim. Kalo aku tangkep sih mereka emang ikut survey-survey gitu, tapi pas pelaksanaannya yang benar-benar sebagai operator dan terjun langsung itu ya Rumah Salman tadi.

B : Itu alasan pelaksanaan, dan banyak sekali perusahaan yang seperti itu. Dan perusaha menggunakan hal itu untuk sarana membentuk reputasi perusahaan, saya sih terus terang saja, pandangan saya CSR itu harus menjadi strategi bisnis. Manajemen harus mengatakan bahwa kita melakukan ini karena *it is good business*, ada program jangka panjangnya berukur, lalu kalo perusahaan itu punya indikator keberhasilan ke *outcome*, bukan *output* ya, seperti berapa kali pertemuan, berapa program terlaksana, berapa hidran terpasang, berapa jumlah sambungan liar yang berkurang, itu masih *output* ya. Tapi kalo dia sudah berpikir *outcome*, indikator yang terkait dengan tujuan jangka panjang, misalnya swadaya pengolahan air, jadi lanjutan dari koperasi tadi ngapain. Tapi poinnya buka di level programnya, saya sih melihatnya lebih pada ruangan manajemennya. Itu kalo kita hanya meilihat diujungnya, oh iya itu programnya sudah berlanjut sudah

punya keberlanjutan. Tapi itu kan kita lihat di level kampungnya. Kalo itu bukan benar-benar berasal dari pikiran CEO, lalu terjadi pergantian CEO, itu belum sempat direplikasi sudah distop duluan. Dan apa namanya eeee.. sambungan liar itu kan memang memerlukan tindakan yang mengatasi itu, saya gak melihat tindakan itu eee dapat direplikasi di wilayah Barat yang cenderung masyarakatnya lebih makmur. Tapi ya tetap harus dihargai mereka melaksanakan sesuatu yang di level eksekusi sudah *sustainable*, apalagi kalo tadi dikatakan dana dari perusahaan hanya digunakan untuk intervensi awal lalu ada proses serah terima kepada pemerintah daerah. Karena program sosial merupakan program pembangunan ya. Bila ada mekanisme yang jelas, *handover* dari inisiatif sosial itu ke pemerintah daerah, itu baru benar-benar *sustainable*. Jadi *sustainable* itu pengertiannya dari pemilik inisiatif dan *ownership* atau kepemilikan dari inisiatif tadi. Kalo program ini jadi agenda pemda setempat, baru ini benar-benar namanya program pemberdayaan masyarakat. Jadi kamu harus benar-benar pelajari betul, mekanisme pemilihan LSMnya ini bagaimana, mekanisme pengelolaan resiko, durasinya abgaimana, karena saya sering melihat LSM ini cabut, begitu program ini selesai. Atau mungkin udah cabut pas belum terjadi pemberdayaan di sini. Bisa jadi pihak perusahaan atau mungkin bagian komuniaksinya ini ganti orang, terus gak dilanjutin. Ya saya gak bisa kasih mengomentari benar-benar kalo saya belum pelajari benar-benar bagaimana antara rancangan dan eksekusi, kebijakan dibalik itu, mekanisme transisinya. Baru kita mengatakan oh iya ini udah baik atau belum. Jangan-jangan ini hanya termasuk kelompok *the philanthropy* saja. Saya juga tidak mengatakan kelompok *philanthropy* ini jelek ya. Tapi itu adalah *basic form of CSR*. Jadi CSR paling dasar, jadi *you* melakukan CSR karena ingin terlihat baik. Tapi tidak semua organisasi melakukannya, tidak ada *policy* yang jelas di belakang program tadi, khususnya untuk sambungan liar. Karena kalo dia hanya ingin melakukan di situ, barangkali emang di situ masyarakatnya kumuh. Ya tentu pertimbangannya pertimbangan ekonomi, bukan karena dia.. faktor edukasi atau faktor pengetahuan itu baru kedua ya. Apalagi air kan layanan publik. Ya mungkin emang mereka gak bisa bayar, air kan milik negara, yaudah sambungin aja. Misalnya gitu. Jadi konsep privatisasi buat mereka gak masuk di masyarakat itu. Jadi sambungan liar itu istilah pemasaran, istilah perusahaan. Bagi mereka enggak, air milik masyarakat kok. Jadi pengertian program CSR itu lebih karena didorong oleh perusahaan. Sementara CSR yang *advance* itu berasal dari pemikiran dari *top management* perusahaan itu sendiri. Misal, kita mau membuat sejarah nih dengan membuat layanan yang sama sekali tidak nyentuh *paper*. Industri perbankan memikirkan itu. Sama sekali tidak menyentuh *paper*. Nah kita mau advokasi *customer* kita untuk hati-hati dalam penggunaan kertas. Tapi mulai dari banknya dan banknya ini di-*drive* oleh CEO nya di atas. Ini CSR yang *the align* tadi ya. Ya ini, gambaran saya, saya gak tau apakah ini menjawab

(Lanjutan 5)

pertanyaan Carla yang mengenai konsep CSR yang ideal itu yang gimana. Ya kalo di Indonesia ya masih sangat jauh lah.

A : Oh begitu, terus gimana pandangan Bapak mengenai CSR sebagai salah satu program Humas?

B : Itu CSR sebagai program fungsional ya, *functional plan*. Saya meragukan kalo itu *sustainable*. Jadi CSR itu harus menjadi *management plan*, itu udah pasti *sustainable* karena *management plan* itu minimal 3 tahun. Kalo *functional plan* itu kan tahunan. Jadi bagaimana kita *expect* suatu program CSR itu kalo dijalankan di *level functional* seperti humas? Artinya, melakukan itu karena suatu kebutuhan yang entah karena regulasi, kritik, atau alasan yang *compliant* tadi karena *license*. Jadi karena desakan dari Pemda DKI bahwa anda harus mengurangi sambungan liar. Karena kebetulan sambungan liar merupakan tolak ukur keberhasilan dari privatisasi. Karena pun Pemda DKI melihat bahwa masalah sambungan liar merupakan masalah yang serius bagi mereka, karena PAD mereka berkurang. Makanya mereka privatisasi. Mengapa privatisasi? Backgroundnya dulu, adalah satu, meningkatkan standar layanan, dan yang kedua meningkatkan penerimaan daerah. Kalo dipelajari dulu background privatisasi ya itu. Dan salah satu, karena .. karena tarif air itu selalu di bawah biaya produksi. Di Indonesia tidak ada satu pun PDAM, baik dikelola oleh pemerintah maupun swasta yang *cost of service* ya itu sudah wajar. Di Indonesia itu *cost of service*-nya sangat tidak wajar. Sangat tidak wajar. Di daerah yang benar-benar membutuhkan air bersih, dimana air tanahnya sudah tidak baik untuk dimanfaatkan, dan interupsi air lautnya juga tinggi, artinya memang benar-benar membutuhkan air, itu air dikenakan biaya. Sehingga terjadilah privatisasi. Dan, sebetulnya saya ragu dengan program tadi sebagai murni inisiatif dari *top management*, dan tapi itu sekedar *functional plan*. CSR sebagai *functional plan*, dan itu pasti tidak *sustainable*. Akan ada satu poin dimana, udah *take over* saja. Dengan anggapan bahwa masyarakat akan dapat *men-taker* diri mereka sendiri, dalam teori bisa tapi dalam praktek gak bisa. Saya pernah mengalami sendiri, sebelum Pemda betul-betul *take over*. Oh serahkan ke koperasi artinya serahkan kepada inisiatif dalam masyarakat. Tanpa supervisi dari Pemerintah Daerah itu omong kosong. Jadi saya melihat banyak program, istilahnya program pembentukan Paguyuban atau pemberdayaan masyarakat, itu tetep memerlukan pengawasan yang baik. Kalau tidak itu moral (hazard), istilahnya itu eee.. Ketua Paguyuban nyuri duit, gitu loh. Terus tingkat pembayaran, itu kan harus benar-benar diawasi ya. Pengertian swadaya itu kan gimana nih saya harus liat juga di pembukuannya. Pertanyaan saya kepada penelitian Carla, kalo ada 4% di koperasi itu yang gak bayar air, siapa yang tanggung? Masyarakat sendiri?

A : Gak tau sih ehehhe.. kayaknya si masyarakat ya Pak.

B : Jadi mereka kan mekanismenya itu kan Gotong royong ya? Sustainable gak ini? Biasanya LSM-LSM itu, mereka sudah tau itu situasi di lapangan antara

ekspektasi dan realitas. Saya juga mengurus bina swadaya. Banyak yang programnya malah gak jalan. Banyaknya apa? Banyaknya biaya bantuan perusahaan digunakan oleh pengurusnya beli motor, operational gate. Akhirnya apa? Motornya dijual oleh pengurusnya hahaha..

A : Tapi ya Pak, aku tuh sempet ngobrol sama masyarakat dan Rumah Salman sendiri, tanggapan mereka ke program ini baik-baik aja gitu loh Pak positif-positif gitu, maksudnya kaya mereka ngerasa manfaat program ini berasa banget, gitu-gitu.

B : Oh gitu? Program ini sudah berjalan berapa lama?

A : Setahun lebih. Dari Oktober 2010.

B : Emm.. Kondisi before afternya udah diliat ya?

A : Udah, kalo yang dari lingkungannya udah liat. Dari sisi kebersihan lingkungan sebelum dan sesudahnya sih aku udah liat. Kalo...

B : Konsisten gak indikator awal dan indikator akhir? Kan mereka punya (...) frame tuh. Jadi antara as if condition, dia kan melakukan pemetaan ya, pemetaan kondisi awal ya. Nah ini dipelajari dulu, indikatornya kaya gimana? Terus *involvement management* di penetapan *indicator* tuh kaya gimana?

A : Kalo kemaren ini aku sempet ngobrol sama Rumah Salman dan sama Aetranya juga indikator keberhasilan mereka beda sih Pak. Jadi sudut pandang udah berhasil atau belumnya beda gitu. Kalo si Rumah Salman liat program ini berhasil atau enggakya dari misalnya apakah si koperasi itu benar-benar sudah berdiri atau cuma wacana gitu. Nah kolo dari Aetra itu sendiri dari berkurangnya sambungan liar atau enggak, itu yang paling penting.

B : Iya dan pertanyaan berikutnya adalah apakah program ini dapat juga dijalankan oleh operator di Barat. Kalo jawabannya ini iya, itu berarti kemampuan program ini dalam mengukir perilaku bisnis yang baru ini terbatas. Sekali lagi saya tidak mengatakan bahwa kelompok *the philanthropy* ini jelek, kita tetap membutuhkan kelompok ini di Indonesia karena kondisi sosial kita memprihatinkan. Jadi, sama sekali bukan itu maksud saya. Tapi cluster-cluster ini memiliki kelebihan dan kekurangannya, tetapi CSR yang modern, artinya CSR yang benar-benar strategic, itu harus menyentuh aspek bisnis yang paling penting dan tidak dianggap sebagai biaya, tapi merupakan investasi jangka panjang dari perusahaan itu eee untuk menjadi pemimpin pasar yang benar-benar kuat. Gitu. Ya jadi perusahaan yang model Aetra itu banyak sekali di Indonesia, adalah yang paling besar jumlahnya. Jadi itu kelompok *the philanthropy* itu ya karena faktor preferensi tadi. Ketemu orang, terus CEOnya suka. Wah kayanya suka nih, soalnya saya ngerasa punya masalah nih. Eeee.. Semua faktor konsidental ini menurut saya tidak sustainable, karena ancumannya adalah ketika terjadi pergantian CEO, wis gak dipeduliiin lagi itu. Hehehe.. Udah pasti gak sustainable. Ya penilaiannya jangan hanya 1 tahun, satu setengah tahun, program itu baru bisa

(Lanjutan 7)

dinilai kalo 3 tahun, baru bisa benar-bener *meaningful*. Jangan-jangan kontraknya ini sendiri 8 bulan, terus ya ditanya, ya bagus-bagus. Terus yang didatengin, masyarakat binaan artinya masyarakat yang benar-bener kena langsung sama program tersebut, ya pasti bagus hasilnya.

A : 3 tahun katanya sih Pak kontraknya.

B : Kontraknya 3 tahun? Ya, bagus kalo begitu. Tinggal diteliti aja, mekanisme penyaluran bantuan perusahaan itu intervensinya bagaimana? Apakah dari 100 80 60 50 0, di level program bagus, tapi belum align dengan strategi dari perusahaan. Tinggal *you* cari *linkage* dari program ke ruangan direksi. Ini yang harus dibuktikan, dia berada dimana. Kalo sustainability ini terjadi di level program, ini juga sering terjadi. Banyak itu model kampung-kampung seperti itu. Kampong Bangkit, Kampong Mandiri, dan sebagainya. Setelah dipelajari, ooh begitu, jualan *micro insurance* hahahahaha.. ngeledek-ngeledek hehehe.. Kuncinya adalah apakah *top management* terlibat secara langsung atau tidak, dan pandangannya terhadap program ini bagaimana? Dan program ini eee karena satu faktor di belakangnya tadi karena tekanan terhadap regulasi karena dia dituntut untuk mengurangi sambungan liar, selain itu perusahaan serta Pemda juga rugi. Ya sambungan liar ini memang *business case* yang sangat relevan. Tapi ya tadi yang harus dipelajari tadi, kalo sambungan liar itu hanya 30% dari *real issue* di masyarakat ya. Berarti program CSRnya berasal hanya dari preferensi semata. Tapi kalo masalah di masyarakat itu sendiri yang menyangkut air, kita bicara mengenai eee masalah real DKI, itu masalah konservasi. Ya tinggal dicari saja *linkage* dari inisiatif tadi ke *strategy board*, strategi direksi. Kalau memang itu dikatakan dalam dokumen resmi, ada *policy* yang menyangkut itu, berarti dapat dikatakan bahwa program ini *align* terhadap strategi bisnis. Karena bagi saya itu adalah tahap paling baju bagi program CSR, *align* dengan perusahaan itu punya *core* komepetensinya, dan itu bukan program *functional*, bukan programnya Humas, tapi programnya direksi atau *top managementnya*. Jadi benar-bener duduk bareng dengan masyarakat, dengerin feedback dari masyarakat, jadi ada *evidence* yang mengatakan itu, baru program inidapat dikatakan *the align*.

A : Kalo misalnya masih Cuma Humasnya aja yang turut campur dalam program ini?

B : Ya itu berarti masih program fungsional, ada ancaman program ini tidak berlanjut. Sama dengan program yang dijalankan oleh kelompok pemasaran atau kelompok *the compliant*. Itu biasanya gak *sustainable*.

A : Emm, terus selain itu Pak, bagaimana pandangan Bapak tentang CSR sebagai salah satu kegiatan penunjang bisnis atau operasional perusahaan?

B : Nah itu, seperti yang saya bilang itu CSR yang paling *advance* adalah CSR sebagai strategi bisnis. Kaya GE tadi, dia bahkan bukan lagi jadi *national case*, tapi masuk ke *international case* dan dia menjalankan itu secara konsisten. Ya

Aetra ada dimana, harus dicari dulu buktinya. *Finding policy*-nya gimana, *top management commitment*-nya gimana? Realitasnya gimana? Sistem evaluasinya itu di level program terkait gak dengan *the way* mereka dalam bisnis? Kalo ternyata itu indikatornya hanya pada *beneficiary*, kemudian tidak ada korelasi yang kuat dengan *the way* mereka dalam bisnis, ya berarti di level inisiatif program ini dapat berlanjut, tapi di *company wise* bisa enggak. Ya intinya konsisten. Kalo emang fokusnya di edukasi, bisa diliat nanti 10 tahun ya tetap konsisten di edukasi gitu ya. Contohnya coca cola itu dia konsisten di edukasi, jadi konsisten sekali. Unilever menurut saya masih menggabungkan antara *Cost Related Marketing* dengan CSR, yaitu eee bagi saya tidak terlampau genuine seperti itu, karena ada motivasi pemasaran dibalik itu. Dan banyak perusahaan yang seperti itu. Kalo Aetra ini kan sector layanan publik ya, susah loh bergerak di sini. Jadi ya kita apresiasilah yang dia lakukan, hanya persoalannya *linkage* gak dengan strategi board tadi. Karena sambungan liar itu serius loh masalahnya di Jakarta tapi bukan yang paling serius. Karena masalah air di Jakarta menurut saya, masih lebih kepada konservasi. Itu *real issue*-nya. Jadi sekarang ini kan Edelman mengembangkan suatu *point of view* ya pandangan ya bahwa semakin perusahaan itu *align* dengan *societal expectation*, semakin tinggi kualitas CSRnya. Tetapi semakin *internally focus* ya perusahaan menjalankan kegiatan sosialnya, semakin rendah kualitas CSRnya. Itu pandangan Edelman. Itu merupakan studi, studi mem-*backup fundamental issue*. Jadi kalo misalnya ditemukan data bahwa masalah terbesar mengenai air di Jakarta adalah yang pertama adalah tentang *service*, pasti nomer satu. CSRnya harus menjawab itu. Jadi kemudia perusahaan juga mendemonstrasikan bahwa *service*-nya mengalami peningkatan. Misalnya personilnya perilakunya berubah kondisi sebelum dan sesudah. Kemudian prinsip dari *service* itu di-*share*, sehingga dari sini *beneficiary*-nya meningkat juga menjadi jauh lebih adaptif, *open* terhadap service yang lebih baik. Jadi perusahaan itu suara komplek konsumen dikelola. Itu menurut saya, adalah pengertian CSR yang real. Kalo ditanya siapa yang berjasa dalam program ini, jawabannya masyarakat berarti program ini benar. Tapi kalo jawabannya *implementing partner*, jelas program ini salah, Pemda DKI, jelas ada masalah. Dan kalo jawabannya Aetra, bahaya. Yang membuat program ini berhasil siapa?

A : Kemaren sempet nanya-nanya sih sama orang sana, gimana peran Rumah Salman dalam program ini dan mereka jawab kalo Rumah Salman ini sangat berjasa dalam pelaksanaan dan keberhasilan program ini. Jadi kayanya lebih berjasa Rumah Salman ini sih Pak.

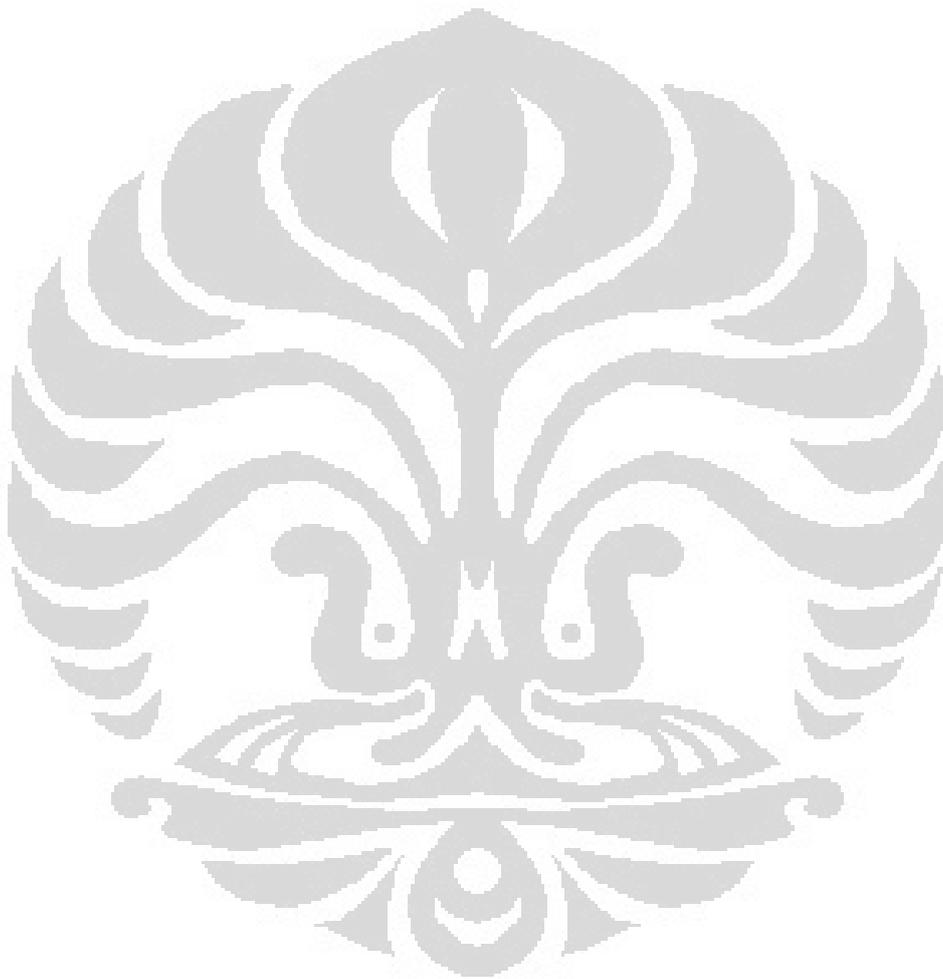
B : Ya. Artinya paling tinggi *consistant response*-nya ke Rumah Salman. Dan memang banyak program yang mitra laksana itu lebih visible dibandingkan dengan pemilik programnya. Hehehe.. Harusnya sih masyarakat. Kalo mereka jawab mitra laksana, akan masalah itu, kalo nanti mitra laksananya ini cabut.

A : Iya sih. Hehehe..

(Lanjutan 9)

B : Ya pokoknya yang penting itu tadi, kamu teliti Aetra masuk dalam cluster mana dan coba lihat linkage antara rancangan program dengan strategi bisnis mereka, serta kaitkan dengan keterlibatan top management. Ya saya jamin sukses skripsinya hehehe.

A : Amin Pak Amin. Hehehe



LAMPIRAN 3
Transkrip Informan I

Nama : AR
Peran : Penanggung Jawab Umum Kampoeng Bangkit – PT Aetra Air Jakarta
Waktu Wawancara : Selasa, 22 November 2011 (08.00-08.45)
Tempat : PT Aetra Air Jakarta

A : Selamat Pagi Bu, maaf ya Bu dikejer-kejer terus hehehe.. Minta waktunya sebentar ya Bu buat ngobrol-ngobrol tentang CSR Aetra hehehe..

B : Iya gapapa.. Memang kebetulan satu minggu ini lagi padet acaranya. Jadi, apa yang bisa saya bantu?

A : Iya Bu, jadi pertama hmm saya mau tau dulu seputar latar belakang CSR Aetra dulu sampai sekarang gimana smpe akhirnya bisa ada CSR di Aetra.

B : Aetra itu kan sudah berdiri dari tahun 1998, jadi awal kontrak kerja pertama kan, hmmm jadi awalnya adalah TPJ, jadi ee kita udah 25 tahun mengambil kontrak kerjasama dari PAM Jaya itu ee berarti dari tahun 1998 sampai tahun 2023. Jadi kalo latar belakang CSR itu adalah memang satu eee kewajiban perusahaan eee terutama perusahaan yang dekat dengan lingkungan, baik BUMN maupun BUMD. Hmm Aetra sebagai perusahaan penyedia air minum itu sangat bertanggung jawab eee sangat concern dengan kebersihan lingkungan terutama untuk air sehingga akhirnya dibuatlah pilar yang eee sesuai dengan karakter budaya dan visi misi perusahaan yang sekarang terus bergulir, kebetulan kita sudah ganti 3 kali ya ee dari API, TPJ, Aetra dan hanya tiga pilar yang bertahan, yaitu konservasi, edukasi, dan akses air bersih. Kalo edukasi itu lebih kepada semua untuk eee masyarakat, untuk mengetahui *saving* air tanah, untuk lebih mengetahui bagaimana proses air bersih itu dibuat, eee lebih mengerti kebersihan lingkungan, sehingga hal itu berkaitan sehingga bersinergi satu dengan yang lain. Konservasi hulu atau konservasi air itu lebih kepada kita menjaga eee ujung-ujung dari proses pengolahan air kita, baik dari awal, dari tempatnya, maupun akhirnya, dan sepanjang jalannya dari hulu ke darat. Jadi itu yang kita lakukan eee dan tentunya kita gak bisa hanya ee melakukan satu *ceremonial*, memberikan bantuan CSR, kita harus membimbing, eeee membangun atau mendevlop masyarakat-masyarakat yang bisa akhirnya konservasi atau lingkungan itu menjadi baik yah. Ketimbang kita hanya menyumbang uang atau pohon saja yah eee, tetapi kita sekarang juga telah menambahkan dari konservasi itu usaha pemberdayaan, di mana sekarang itu masyarakat telah semakin berkembang. Sehingga kita harus masuk ke dalamnya untuk lebih mengetahui apa sih yang sebetulnya mereka perlu lakukan untuk dapat hidup lebih nyaman, hmm

(Lanjutan 1)

mendapatkan air yang bersih ya menjaga lingkungan itu merupakan suatu jaring yang kita lakukan untuk membuat lingkungan menjadi bersinergi, Ya lumayan sih. Tapi sekarang ini semakin masalah kehidupan terus semakin kompleks, dimana tingkat kehidupan masyarakat, keuangan menjadi masalah pokok kehidupan mereka yang membuat mereka eee kesulitan membayar air. Nah dari sini lah, pokok pemberdayaan masyarakat di dalam CSR menjadi tambahan. CSR itu kita rangkum sedemikian rupa menjadi suatu program yang benar-benar aktif ya yang membangun masyarakat dari semua lini, baik masyarakat pedesaan, masyarakat kota, ya semuanya. Jadi itu yang kita bangun. Satu tahun terakhir ini kita banyak melakukan terobosan. Dengan konservasi hulu kita bekerja sama dengan PJT ya eee dengan Jatiluhur, di sana banyak desa-desa yang mulai tumbuh secara liar, yang perlu kita bantu ya eee kita edukasi baik secara desanya, lingkungannya, sampai airnya, semuanya lah. Begitu pula dengan akses air bersih, kita punya wilayah Jakarta Utara, yang eee istilahnya benar-benar mayoritas adalah pendatang dan padat dimana di sana banyak terdapat daerah-daerah yang eee istilahnya ilegal tidak bertuan, nah ini membuat mereka menjadi kesusahan untuk mendapatkan akses air bersih. Inilah yang menggerakkan kita untuk mendirikan kios air. Selain itu, mobil tangki juga merupakan salah satu bentuk CSR kita, baik ada kebakaran, ataupun apapun juga. Selanjutnya, dana CSR kita adalah dana produksi, bukan menggunakan biaya pembayaran pelanggan. Saat ini kita sedang beralih ke sana, sekarang kita masih melakukan pembayaran, namun tidak apa-apa karena kita ee mengalokasikan dan mencermati penggunaan air tersebut. Nah itu lah latar belakang CSR perusahaan. Jadi banyak ya, jadi karena kita sangat concern dengan komunitas, dimana kita mau masyarakat menjaga kali kita dimana air baku kita lewat di dalamnya. Untuk menjaganya ya kita harus mendorong masyarakat untuk cinta lingkungan, eemm untuk lebih menjaga kebersihan. Jadi kalo diliat di sini semua CSR itu ujung-ujungnya adalah Aetra, baik tidak signifikan maupun secara signifikan. Secara signifikan itu target perusahaan, baik volume, NRW, collection, tapi secara tidak signifikkannya adalah tanggung jawab sosialnya bahwa kita peduli. Jadi aktivitas CSR itu adalah bagian dari aktivitas komunikasi, komunikasi adalah payung besarnya. Itu adalah bagian kecil yang berdampak besar terhadap pemahaman masyarakat akan budaya besar perusahaan. Jadi prinsip kita adalah konsisten, eee Kampoeng Bangkit akan kita buat linknya dari Jakarta Timur ke Jakarta Utara, jadi kita tidak akan merubah, tidak akan pernah mengganti konsep dasarnya dari tiga pilar itu, namun lebih menguatkan sehingga program-program CSR tersebut lebih berdampak ke masyarakat juga ke kita juga. Begitu.

A : Terus Bu, eeee ada gak sih kriteria-kriteria CSR yang dilakukan oleh Aetra?

B : Ada, nah kan tadi 3 pilar tadi. Jadi kriterianya, yang pertama kita harus berkaitan dengan konservasi hulu, jadi kita harus menjaga air baku kita, yang

kedua kita harus memberikan edukasi pada masyarakat, dan yang ketiga kita harus memberikan akses air bersih kepada masyarakat, apapun bentuknya, baik melalui kios air, saluran pipa dan sebagainya. Pokoknya kita punya tanggung jawab sosial seperti itu. Eee di luar tanggung jawab kita sebagai operator air bersih, tetapi mereka yang tidak memiliki akses, justru kita fasilitasi air bersih.

A : Terusnya, hmm bagaimana peran humas Aetra dalam menjalankan CSR Aetra?

B : Hmm dari dulu sampai sekarang CSR tetap berada di bawah komunikasi, eee mungkin kalo dulu scopenya lebih kepada project, kalo sekarang ini hmmm sudah masuk ke dalam suatu section, kalo dulu project-project saja yang dikerjakan secara bersama-sama, merupakan suatu plan eee rencana yang dirancang setiap tahun ohh harus ada ini harus ada itu, eee nah semenjak 3 tahun yang lalu sudah dipegang oleh suatu section yang berada di bawah PR, di bawah humas. Nah, eee kalo di Aetra ya perubahan-perubahan itu terasa karena adanya perubahan-perubahan demand dari masyarakat. Eee karena adanya perubahan eee target-target perusahaan yang semakin mengerucut, semakin jelas lagi dengan punya 3 target air konsesi eee itu akhirnya kita semakin diketatkan soal pembiayaan. Walaupun kita dialokasikan dana untuk CSR, namun alangkah lebih baik eee jika kita lebih kreatif untuk menciptakan suatu kegiatan-kegiatan yang eee non-budget tapi kita tetap bisa melakukan. Seperti, minggu yang lalu kita mendapat kesempatan untuk bekerja sama dengan 65 kelurahan di Jakarta Timur untuk melakukan edukasi kepada pelanggan, kepada ibu-ibu yang ada di sana, kepada kader-kader PKK yang memberikan sosialisasi kepada masyarakatnya. Sehingga dari sini terbentuklah suatu jarring komunikasi yaa. Nah, itu dari sisi ibu-ibunya, sementara dari sisi anak-anaknya kita juga mempunyai program edukasi kepada pelajar, kunjungan dari sekolah-sekolah, selain itu kita juga eee diberikan kesempatan oleh PMI untuk memberikan edukasi kepada pelajar sekitar 3500 siswa eee PMR. Jadi semakin banyak orang kita edukasi maka semakin banyak eee apa ya istilahnya hmm semakin orang tau menjaga air lebih cermat lagi, sehingga ketika kita suatu saat melakukan suatu program pemberdayaan, maka si ibu-ibu itu sudah aware, sehingga ketiga siklus tersebut tetap terjaga. Gitu.

A : Iya Bu, jadi secara singkat peran humas Aetra dalam CSR sendiri itu apa?

B : Eeee peran humas dalam mengatur CSR ya kita selalu banyak membina relasi atau melihat suatu potensi-potensi hubungan atau permohonan, apapun. Jadi kita tidak melihat hubungan dari besar kecilnya hubungan itu, seperti misalnya bekerja sama dengan Unilever dan sebagainya. Tetapi justru kita harus memulai hubungan itu dari yang kecil seperti masyarakat pasar, masyarakat kecil, apapun yang perlu kita hubungi ya kita hubungi, jadi tanpa pandang bulu seorang PR itu harus masuk ke semua lini. Karena kita sebagai corcom yang kita jual adalah image, citra baik perusahaan, bukan suatu produk, sehingga kita harus bisa down to earth, kita

(Lanjutan 3)

harus lebih bisa melihat potensi dari arus-arus bawah, harus jeli, eee kita tidak boleh segan-segan, kepada siapapun. Dan kita selalu membuat suatu segmentasi, diskusi-diskusi kecil dengan masyarakat, untuk memberikan konsistensi pemahaman kepada mereka, bahwa Aetra secara konsistensi melakukan tiga hal CSR tersebut. Selain itu saya sebagai humas juga selalu hadir dalam setiap undangan, sekecil apapun undangan, selalu terlibat, memberikan sponsor, eee sekecil apapun hmm dengan pemikiran bahwa kita harus berkenalan dengan mereka, sehingga ke depannya hubungan dapat terjalin dengan baik.

A : Emm, kalo eee Aetra punya gak Bu kebijakan-kebijakan yang mengatur pelaksanaan CSRnya itu sendiri?

B : kalo kebijakannya eee *policy* untuk CSRnya itu sendiri belum ada. Jadi yang ada itu adalah kita dipayugi oleh MoU, jadi dilaksanakan di bawah payung kerjasama aja, tiak ada *policy* yang pasti eee itu lebih kepada peraturan aja, kan sekarang ada peraturan pemerintah yang mengatur CSR, hmmm mungkin suatu saat itu kita akan kembangkan karena memang kalo dari segi value nominal, itu kita kecil dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lainnya, tapi kita tidak perlu merasa pesimis akan itu sehingga yang kita lakukan terus melakukan improvisasi, ya mudah-mudahan ke depannya kita mempunyai *policy* yang jelas yang tentunya *policy* ini berasal dari kita sendiri ya, dari apa yang sudah kita lakukan. Kalo memang kita dalam lima tahun ke depan konsisten melaksanakan program ini, hal ini mungkin menjadi dasar untuk menjadi *policy*.

A : Daritadi kan banyak menyinggung soal Kampoeng Bangkit sebagai salah satu program CSR Aetra ya Bu, hmmm apa yang menjadi latar belakang dalam melakukan program ini Bu?

B : Seperti tadi bahwa CSR itu tanggung jawab sosial. Awalnya adalah membuat Kampoeng Bangkit ini sebagai langkah mengantisipasi adanya sambungan liar, eeee di mana semakin hari di daerah Utara ini semakin kompleks kan. Banyaknya sambungan liar ini ternyata disebabkan oleh kumuhnya lingkungan, tidak ada edukasi, tidak ada penyiraman rohani, istilahnya kurangnya kehangatan dalam lingkungan. Kita laksanakan program ini dan ternyata berhasil dimana sambungan liarnya yang tadinya tinggi menjadi bagus, volume yang tadinya rendah, menjadi bagus. Kita buat satu cikal bakal koperasi ya, dimana kita taruh hidran umum yang dikelola oleh koperasi, dibuat suatu organisasi dengan ketua dan anggotanya dengan iuran, sehingga sekarang mereka mulai beralih dari rentenir ke koperasi. Dengan bunga yang sedikit dan terjangkau, maka pemberdayaan ekonomi keluarganya mulai naik. Dari segi air dan impact Aetra, kita membaik, dari segi kehidupan masyarakatnya membaik, setelah itu kita mengedukasi anak-anak dengan kelani, ibu-ibu dengan kemampuan untuk recycle sampah dan kita memberikan pohon sumbangan hampir seratus ya dan alhamdulillah setelah setahun dan enam bulan maintenance itu semuanya bagus. Yang tadinya kotor kumuh ya itu menjadi daerah yang tertata dan alhamdulillahnya sih mereka

terbangun suatu motivasi yang eee bahwa kita bisa ternyata kita bisa bekerja yang sama dengan baik untuk kampung kita, nilai yang kita bangun adalah itu, dengan adanya motivasi itu mudah-mudahan apa yang dilakukan di dalamnya pun menjadi baik, baik untuk masyarakat, lingkungan dan baik dalam ee bertindak berperilaku. Kita merasa bahwa itu lah yang perlu kita kembangkan, karena kita melihat banyak area kita yang seperti itu. Dan kita sih berharap kita gak sendiri dalam menjalankan ini. Namun, sebelum menggandeng orang lain sesuatu yang besar eee ada baiknya kita menunjukkan konsistensi kita dalam menjalankan program ini sebanyak tiga kali, saya menargetkan untuk menjalankan program ini sebanyak tiga kali. Dengan titik kita berhasil seperti ini, dengan budget yang minimal eeee tetapi kita dapat memberikan impact yang luas, kita buktikan bahwa kita dapat merubah karakter masyarakat menjadi baik. Itu saja.

A : Jadi dengan latar belakang itu juga Aetra menerima proposal penawaran kerjasama Rumah Amal yah?

B : Iya-iya betul, karena eee tidak kalo kita tidak menyadari betul, tidak terlibat betul, dan merencanakannya secara baik, sebetulnya program tersebut ada di LSM mana saja namun jika kita tidak maintain, tidak melakukan monitor ya itu batal semuanya gugur hanya sebuah *ceremonial*, jadi dari sisi yang lain kita *support* gitu, ya kita bekerja sama dengan Rumah Amal, tentunya Rumah Amal ini Cuma memonitor, membuat konsep, memonitor konsep itu terimplementasikan dengan baik dijalankan dengan baik ke masyarakat, sebagai perusahaann yang bekerja sama dengan Rumah Amal kita *support* apa yang kita bisa, contohnya oke kita buka untuk pengobatan gratis, kita sumbang tempat sampah, selain itu pada waktu lebaran haji kita sumbang istilahnya qurban ke sana, jadi keterikatan kita ada pada mereka, eee ada rasa bahwa oh iya Aetra punya saya, dia sangat perhatian pada saya. Jadi semuanya kita bangun, motivasi nilai, semua kita bangun, tentunya kita tidak bisa bekerja sendiri ya. Jadi dengan berjalannya Kampong bangkit ini diharapkan semua dapat berjalan dengan baik.

A : Terusny kalo dalam perencanaan Kampong Bangkit ini sendiri, siapa aja Bu yang terlibat?

B : Khususnya bagian *Public Relations*-nya jadi di sana ada Ibu Ninuk, pokoknya semua di bawah *Public Relations*, karena memang itu adalah hubungan masyarakat yg sifatnya ada lah tanggung jawa sosial, eee jadi itu selalu di bawah humas, nah selaku *supervisor*, *supervisor* harus memverifikasi bahwa apa yang dikonseptkan oleh Kampong Bangkit sebagai perantara, sebagai koordinator di lapangan itu bener, bahwa mereka akan melakukan survey mau melakukan insiatif-inisiatif, hmm mereka harus memastikan itu, dan mereka harus mengambil momen itu menjadi momen yang baik untuk diinformasikan juga ke dalam Aetra sehingga karyawan-karyawan Aetra juga tau bahwa kita punya aktivitas itu sehingga mereka *aware* dan tau bia terlibat apa saja di situ, kalo mereka punya

(Lanjutan 5)

inisiatif dari dalam. Jadi ke luar ke dalam kita harus kaya roda, terus berputar sehingga informasi tersebut tidak boleh putus atau terhenti.

A : Kalo pelaksanaan Kampoeng Bangkit ini awalnya gimana Bu?

B : Awalnya kita dulu survey lokasi masing-masing, kriteria yang sudah kita dapat ini kita kawainkan dengan konsep Rumah Amal punya, apa nih kira-kira yang bisa di-*improve* eee.. Semakin banyak kekurangan dari daerah itu semakin banyak tantangan untuk kita perbaiki jadi semakin banyak yg kita gali apa yang mau kita benarkan, maka semakin baguslah target yang kita lakukan. Jadi ya pelaksanaannya ya itu, kita survey masing-masing, lalu kita diskusi sama-sama, setelah itu kita *sign* MoU, baru kita jalan, kita monitor sama-sama. Jadi pelaksanaan per tahap itu selalu dimonitor, ada PIC di situ yaitu Mbak Ancy, yang selalu menyertai tahap-tahap itu, mereka monitor-monitor, eeee kalo memang ada hal-hal yang perlu kita share ke masyarakat ya kita share karena apa pun dari progres Kampoeng Bangkit harus kita berikan ke eksternal dan internal perusahaan. Jadi ya kita harus monitor. Perisapannya gak terlalu banyak lebih ke pendekatan tokoh-tokoh masyarakat ke RW-RWnya kita diskusi dulu beberapa kali bertiga sama-sama, kita gambarkan dulu, kita *sharing* ngobrol, apa masalahnya, apa yang bisa dibantu, kalo kita ada ini mau gak, bentuknya seperti apa, mereka berkontribusi mau kaya gimana, intinya semua pihak dalam CSR harus disenangkan terutama mereka yang dikenakan CSR. Jadi tidak hanya melibatkan segelintir orang saja, tokoh-tokoh pentingnya saja. Tapi sebanyak mungkin melibatkan mereka, sebanyak mungkin hasilnya akan kita dapatkan. Mereka punya kontribusi karena itu adalah wilayah mereka, semakin banyak mereka mengenal Aetra berarti semakin banyak juga kita dikenal masyarakat dengan demikian *image* kita pun menjadi lebih baik.

A : Jadi ada hubungannya sama citra perusahaan ya Bu ya?

B : Iya, jadi semuanya *impact* tidak hanya yang hanya yang seperti saya bilang tidak hanya nilainya, tidak hanya untungya tapi juga citra perusahaan.

A : Terus program ini punya tujuan komunikasi dan tujuan bisnis gak sih Bu?

B : Ada, jelas ada, kalo kita bikin gak ada pasti gak bisa. Jadi komunikasi itu selalu bergerak untuk tujuan dan target perusahaan, yaitu volume, NRW, dan *collection*. Volume itu berapa air yang kita jual. NRW itu berapa air yang bisa kita eee berapa air yang tidak bocor. Jadi semakin banyak ilegal yang kita tutup semakin banyak masyarakat yang tertata dengan baik melalui Kampoeng Bangkit itu, semakin kita mendukung NRW semakin kecil. Sekarang kita ada di 46, kalo dulu kita ada 54, jadi *reduce*-nya udah lumayan banyak yah. Nah itu bagian-bagian kecil yang membantu hal itu. Volumnya apa? Kalo memang mereka bisa, kita kasih mereka hidran umum mereka pake air kita kan dengan harga yang resmi. Jadi semua kita masukkan dalam aturan main perusahaan, tapi kita tetap tidak mengurangi nilai dan tanggung jawab itu sendiri. Tujuan perusahaan itu

selalu nomor satu, baik itu dari segi target perusahaan, *image* atau citra perusahaan, semanya. Eee.. Jadi gak pernah lepas dari itu. Saya mau pergi kemana saja, mau ke media, mau ke LSM, mau ke CSR, ke mana saja saya selalu megang tiga itu. Jadi ga boleh lepas dari itu. Jadi ya representatif perusahaan ya itu komunikasi kalo di sini. Kalo umpamanya ada yang menawarkan program CSR, saya liat dulu, kira-kira apa yang *impact* ke perusahaan saya? Satu, bisa ga bangun air saya? Kedua, bisa gak *image* perusahaan saya jadi bagus? Bisa gak ya relationship kita ini bagus jadi *worth it*. Kalo bisa ya jalan. Saya harus bisa memberikan justifikasi itu dengan tiga item tersebut.

A : Terus Bu, buat biaya Kampoeng Bangkit ini sendiri gimana Bu? Ada biaya yang udah ditetapkan oleh Aetra atau ada mekanismenya sendiri?

B : Ada. Jadi kita punya budget CSR itu *all ya all* untuk itu, hmm hampir satu milyar sendiri dalam 1 tahun dengan berbagai macam aktivitas CSR, ada santunan kan, ada *twinning program*, ada bencana alam, ada CSR itu sendiri, ada eeemm.. edukasi, ada konservasi itu adalah bagian dari 1 milyar. Nah itu kita bagi-bagi eee.. *Sponsorship*-nya sendiri juga kita bagi. Sehingga Alhamdulillah sampai akhir taun begini saya masih punya *budget* yang lumayan eee *ter-maintain* jadi tidak juga terserap banyak, juga tidak terserpa dikit. Jadi selalu saya *balance* kan. Kira-kira besok saya masih punya berapa ya, misalnya saya masih punya 500 juta, nah kira-kira saya bisa masuk event CSR mana ya yang besar. Umpamanya seperti *Sea Games* ini, jadi saya deal dengan BOD. Kita kirim ke *venue-venue* air tangki yang digunakan untuk pertandingan-pertandingan. Nah dari sini kan *tone*-nya menjadi baik, bahwa kita membantu mereka dengan siaga air sebagai kontribusi warga negara. Saya keluarkan 50 juta sesuai dengan yang PAM JAYA minta, tapi saya *maintain* secara baik semua. Eee.. Dan sampai hari ini *budget* yang keluar hanya 12 juta. Jadi di situ kita main. Jadi kapabiliti dari kita yaitu melihat momen, dengan eeee selalu gak berhenti baca Koran ya pastinya. Hehehe.. Yang kedua, punya teman banyak. Jadi mau gak mau *budget* itu dengan baik termonitor untuk betul-betul poinnya. Kalo gak masuk poinnya saya gak akan mau. Minimal 3 itu yang keluar *image, relationship*, dan nilai. Itu yang selalu saya tanamkan, karena kita kan *utilities, service oriented* nomer satu. Jadi budaya yang saya tanamkan ya itu *customer service oriented*. Baik itu di CSR, baik itu di manapun juga.

A : Saya kan pernah baca Bu di proposal penawaran kerja sama Kampoeng Bangkit itu, terdiri dari banyak program kan. Itu sekarang semuanya terlaksana semua gak Bu?

B : Eeee.. Iya. Selalu ada laporan yang secara bertahap ke kita, ya itu tadi *value*-nya itu kita jual sama-sama. Eee kita selalu gak mengenyampingkan mitra kita, ya itu Rumah Amal. Jadi apa yang sudah mereka lakukan mereka *share* ke kita, nanti kita *share* ke mana-mana. Baik itu ke media maupun ke internal karena apapun juga kita harus informasikan, harus kita sampaikan.

(Lanjutan 7)

A : Terus Bu selama program ini telah berlangsung sejauh mana program ini sudah mencapai tujuannya?

B : Kalo saya bilang tercapai belum ya, karena kita baru mulai satu, maksudnya secara per program per titik itu sudah berhasil, dari segi ekspektasi kita yang misalnya 5 lah dari 10 karena kita gamau terlalu optimis kan karena kita melihat di lapangan. Eh ternyata mereka bisa 10 gitu loh karena ternyata motivasinya besar, ternyata sebenarnya mereka mau berubah cuma gak ada yang fasilitasi, jadi begitu ada yang mau fasilitasi langsung naik tinggi gitu. Nah saya pikir itu yang membuat kita jadi lebih lagi punya keinginan untuk ke tempat-tempat lain dan itu juga kita sudah deal dengan Walikota Jakarta Timur, mungkin nantinya dengan Jakarta Utara bahwa mereka punya RW kumuh. Eee.. ya memang yang kita pegang kan 1 RW. Jadi dengan adanya eee.. istilahnya nyambung eee kita ketemu mereka kita punya program ini jadi kan lebih efisien, lebih hit lagi. Sehingga kita tidak perlu nyari-nyari sendiri, nanti kita tinggal verifikasi kira-kira di wilayah kumuh ini ilegal kita berapa, volume kita berapa, target sambungan kita maksudnya sambungan kita ada gak di situ, akses air bersih kita ada gak. Semuanya kita nilai, dari aisi kita sudah dinilai tinggal dari sisi mereka dinilai, mereka butuh apa. Kawinkan itu dan langsung mediasi dengan Rumah Amal. Jadi lebih lagi komplit ya. Jadi sebetulnya itu lah gunanya silaturahmi ya. PR sekarang lebih sering main telfon, tapi sebetulnya ee cara dulu lebih *worth it*, berkunjung ke tempat-tempat orang atau institusi, walaupun mereka enggan. Nah, itu tugasnya komunikasi adalah membuka jalan bagi siapa pun yang ada dalam perusahaan ini untuk berkomunikasi dengan yang lain. Begitu.

A : Itu kan tadi Ibu sempet bilang kalo masih ada tujuan yang belum tercapai yah? Itu apa Bu?

B : Tujuan yang belum tercapai tentunya kita ingin hampir seluruh daerah di Jakarta Utara itu hilang sambungan liarnya, namun itu kan gak cuma gak cuma (*terpotong*)

A : Oh jadi gak Cuma di daerah Kampoeng Bangkit aja ya Bu yang tingkat pencuriannya tinggi?

B : Oh enggak enggak. Hampir semua wilayah di Jakarta Utara ya tingkat pencurian airnya tinggi. Sebentar ya..

(*pembicaraan terpotong, informan menerima telepon*)

Oke. Apalagi?

A : Kalo dalam pelaksanaannya sendiri, ada gak Bu pertemuan rutin yang dilaksanakan antara Aetra dan Rumah Amal yang biasanya monitor kan Rumah Amal?

B : Ada. Jadi eeemm.. memang semakin hari kita semakin tau apa yang kita mau ya, karena perusahaan memberikan suatu *re-engineering*, struktur yang lebih mengerucut lagi sekarang, sehingga kita semakin fokus sama pekerjaan kita. Di

CSR sendiri ada reguler, jadi kalo Mbak Ancy mendampingi secara rutin nanti secara *stages* tadi, *supervisor* dan tim akan turun, *even* saya. Saya akan turun secara diam-diam, karena saya akan melihat *impact*-nya, mereka melaksanakan dengan baik atau gak. Kalo saya turun secara besar sama-sama, itu berarti saya gak akan melihat secara sejujur-jujurnya itu kaya gimana. Nah, di Pademangan Timur saya juga melakukan ini, saya turun secara diam-diam di saat semua orang tidak tau siapa saya, saya melihat kebersihannya, saya ngobrol dengan mereka. Dan ternyata saya menemukan hal yang luar biasa, wow mereka begitu kompak, mereka begitu *solid*, motivasi mereka tinggi. Saya pikir mereka semua sudah menjalankan tugasnya dengan baik. Hal ini yang membuat saya yakin untuk mengembangkan program ini di tempat lain untuk memberantas RW-RW miskin dan kumuh si tempat lain ya.

A : Terus menurut Ibu, hal-hal apa saja yang sudah dilakukan dengan baik dan hal-hal apa saja yang masih kurang dan harus diperbaiki ke depannya?

B : Yang sudah baik adalah secara pendekatan kemanusiaannya, lebih kepada *team work*, yang harus diperbaiki dengan kita adalah eee *clarified stages information* itu ya, jadi kita harus eee setiap tahapan itu harus tau, apa saja yang sudah dilakukan, hasilnya apa. Saya itu senang main dengan *before* dan *after*. Kaya orang di *make over* kan. Begitu pula dengan program jadi saya lebih senang kita buat dulu secara *realnya*, nanti secara *stages* sesuai, jadi apa dulu yang mau kita perbaiki. Nah itu kadang-kadang Rumah Amal, istilahnya saya bersama dengan Rumah Amal kurang *concern* ke sana. Mungkin karena di lapangan kita melihat perubahan yang cepat dari masyarakat sehingga kita lupa bermain dengan ini. Tapi seharusnya itu tetap harus kita bawa sebagai nantinya acuan di lapangan. Mungkin nanti buat yang kedua, supaya lebih fokus sehingga berita yang kita *share* juga lebih kompleks ke masyarakat, tidak hanya sekedar ohh ini bersih ini bersih itu. Gitu

A : Terus sejauh ini manfaat apa yang sudah terasa dari pelaksanaan Kampoeng Bangkit ini?

B : Banyak. Secara *image* masyarakat di Kampoeng Bangkit baik dengan kita, jadi mereka apresiasi apa yang kita lakukan. Dari segi hubungan baik juga, mereka sudah mau membayar air yang mereka gunakan ke kita melalui hidran umum yang kita didirikan dan secara baik mereka memelihara eemm barang-barang yang kita berikan, seperti tempat sampah, dan mereka juga dengan baik eee mau membersihkan kalinya yang tadinya penuh dengan sampah sekarang sudah bersih gak ada apa-apa. Jadi itu yang kita tularkan semangat dan motivasi. Ya jadi itu keuntungannya sudah luar biasa ya. Kalo semakin banyak orang yang kaya gitu kan kita jadi semakin enak bekerjanya gitu kan. Pipa kita tidak dipotong diganggu orang, aliran kita ke pelanggan juga jadi baik, kesadaran masyarakat akan kesehatan menjadi baik, siapa yang gak suka? Itu kan suatu kelebihanannya.

(Lanjutan 9)

Jadi walaupun belum 100 persen terpenuhi, *at least* poin-poin itu sudah terakomodir dengan baik.

A : Terus terakhir Bu, eeemm ada tolak ukur gak Bu yang dimiliki oleh Aetra dalam mengukur keberhasilan program ini?

B : Eemm karena ini baru pertama justru ini yang jadi tolak ukur kalo saya mau merambah ke area ke dua. kalo tolak ukur dari sini terakomodir di sini, maka yang kedua harus lebih baik. Minimal saya menganggap bahwa dari internal berapa ilegal, sekarang berapa? Ternyata ilang. Berarti bagus. Dulu pohon ada berapa? Gak ada, sekarang ada gak? Ada yang mati gak? Ada. Oh berarti *so-so* lah. Tempat sampah bagaimana? Ada yang ilang gak? Namanaya darah brongs-brongs begitu apa saja bisa dijual kan. Nah itu jadi, bagi yang kedua, ini yang jadi acuan patokannya. Tapi kita semakin hari patokannya akan kita naikin kalo sekarang kita mau pohonnya 100, nanti di yang kedua jadi 150 misalnya. Gitu. Jadi justru yang pertama ini yg akan kita gunakan sebagai acuan dan tolak ukur keberhasilan program yang berikutnya. Begitu.

A : Oke Bu, kayanya cukup sih Bu sharing tentang Kampoeng Bangkitnya hehehe.. Terima kasih banyak ya Bu buat waktunya.

LAMPIRAN 4
Transkrip Informan II

Nama : RJ
Peran : *Project Officer* Kampoeng Bangkit - PT Aetra Air Jakarta
Waktu Wawancara : Selasa, 22 November 2011
Tempat : Wawancara dilaksanakan via email

A : Apa yang menjadi latar belakang saat Aetra melaksanakan CSR pertama kalinya?

B : Aetra telah melaksanakan berbagai program CSR semenjak masa awal beroperasinya yaitu di tahun 1998. CSR ini dilaksanakan karena sesuai dengan salah satu nilai Aetra yaitu respek terhadap komunitas dan lingkungan. Hal ini lah yang mendorong Aetra untuk terus melakukan kegiatan-kegiatan Aetra.

A : Program apa yang menjadi program CSR pertama Aetra?

B : Sebagai bentuk kepedulian Aetra terhadap komunitas dan lingkungan, Aetra melakukan CSR pertama kali dalam bentuk pengiriman truk tangki air serta petugas Aetra ke Kupang-NTT. Hal ini dilakukan oleh Aetra sebagai program CSRnya yang pertama dengan tujuan untuk meringankan beban pengungsi Timor Leste (Timor Timur) dalam memperoleh air bersih.

A : Bagaimana peran humas Aetra dalam melaksanakan CSR?

B : Peran Humas dalam pelaksanaan CSR di Aetra adalah mengkomunikasikan seluruh program CSR ke seluruh pihak, baik seluruh *stakeholder* dan *shareholder* Aetra.

A : Apa saja yang menjadi pertimbangan Aetra sebelum mencetuskan sebuah program CSR?

B : Program harus sesuai dengan visi, misi, dan nilai-nilai Aetra dan difokuskan untuk program-program seperti konservasi air dan lingkungan, akses air bersih, pemberdayaan masyarakat, dan bantuan sosial dan bencana alam. Hal ini pula yang menjadi kriteria bagi Aetra dalam mencetuskan sebuah program CSR. Jadi harus *concern* ke konservasi, akses air bersih, dan pemberdayaan masyarakat.

A : Apa saja yang menjadi program CSR Aetra pada saat ini?

B : Yang pertama, program konservasi air dan lingkungan yang terdiri dari penyelenggaraan program Duta Air dan Sanitasi, Program kunjungan pelajar ke IPA Buaran, Konservasi Daerah Aliran Sungai Citarum dengan Sistem Imbal Jasa, Program Kali Bersih Kali Ciliwung dan Kali Bekasi, serta *Working Group* Air Baku. Yang kedua, program akses air bersih. Program ini meliputi pengadaan

(Lanjutan 1)

kios air di beberapa titik tempat wilayah operasional Aetra dan pengadaan hidran umum di wilayah Pademangan Timur. Yang ketiga, program pemberdayaan masyarakat, yakni Program Kampoeng Bangkit. Yang keempat, program bantuan sosial dan bencana alam. Program ini terdiri dari Bantuan untuk Panti Asuhan, Bakti Sosial Karyawan Aetra, dan Bantuan Bencana Alam. Bentuk CSR yang terakhir adalah *twinning program* dengan sesama PDAM, yakni dengan PDAM Kota Padang.

A : Apakah ada kebijakan perusahaan yang terkait dengan pelaksanaan program CSR?

B : Untuk kebijakan khususnya sendiri, Aetra belum memiliki kebijakan khusus yang mengatur pelaksanaan CSR di Aetra. Hanya saja dalam pelaksanaannya yang difokuskan adalah untuk program-program seperti konservasi air dan lingkungan, akses air bersih, pemberdayaan masyarakat dan bantuan sosial dan bencana alam.

A : Bagaimana peran Humas Aetra dalam menelola pelaksanaan CSR pada saat ini? Adakah perubahan dari awal mula?

B : Tidak ada perubahan dalam melaksanakan program CSR saat dulu dan saat ini, yakni mengkomunikasikan seluruh kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Aetra kepada seluruh *stakeholder* dan *shareholder* Aetra. Walaupun terdapat restrukturisasi di Aetra, akan tetapi fungsi CSR masih tetap berada di bawah PR *section*.

A : Apa yang menjadi dasar pemilihan Rumah Salman ITB sebagai mitra pelaksanaan program?

B : Rumah Salaman ITB menawarkan suatu program kerjasama dalam bidang CSR, yaitu pemberdayaan masyarakat yang kurang mampu, dan kebetulan program tersebut termasuk alam salah satu kriteria program CSR Aetra.

A : Apa yang menjadi latar belakang umum pelaksanaan program Kampoeng Bangkit?

B : Maraknya sambungan *illegal* di wilayah operasional Aetra terutama di lingkungan yang tingkat perekonomiannya menengah ke bawah. Dengan adanya penawaran Program Kampoeng Bangkit dari Rumah Salman ITB, Aetra mencoba untuk menggabungkan program tersebut dengan program pemberantasan sambungan *illegal*.

A : Bagaimana program perencanaan program Kampoeng Bangkit tersebut berjalan?

B : Rumah Salman ITB menawarkan suatu program pemberdayaan masyarakat menengah ke bawah, yang kebetulan cocok sekali dengan salah satu kriteria CSR Aetra, diterima. Setelah itu Aetra memilih daerah yang berada di wilayah operasional Aetra yang pas untuk dijadikan target sasaran program ini, dipilihlah salah satu RW yang berada di Pademangan Timur. Sekaligus Aetra mencoba untuk memberantas sambungan *illegal* yang berada di wilayah tersebut.

A : Siapa saja perwakilan perusahaan yang terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program ini?

B : CSR officer beserta PR section lah yang terlibat dalam perencanaan hingga proses pelaksanaan program Kampoeng Bangkit ini.

A : Apa tujuan komunikasi dari pelaksanaan Kampoeng bangkit?

B : Untuk memberantas sambungan *illegal* di daerah pademangan Timur disertai dengan peningkatan perekonomian masyarakat agar tindakan sambungan *illegal* dapat dihentikan total dengan dibangunnya dua buah hidran umum, program beasiswa untuk anak-anak dan pembentukan koperasi.

A : Apa tujuan bisnis dari pelaksanaan Kampoeng Bangkit?

B : Untuk mengurangi tingkat kehilangan air (*non revenue water*)

A : Bagaimana dengan pencitraan perusahaan?

B : Dengan adanya Program Kampoeng bangkit di Pademangan Timur, dan serangkaian kegiatan bersama dengan masyarakat Pademangan Timur RW 10, semakin meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap Aetra dengan tetap menggunakan air Aetra secara legal, karena masyarakat merasa terbantu dengan adanya hidran umum (akses air bersih) dan perekonomian masyarakat yang tadinya banyak terlibat dalam peminjaman uang ke lintah darat menjadi beralih peminjaman melalui koperasi yang telah dibentuk oleh Kader Bangkit Pademangan Timur, serta lingkungan pun yang semula kotor dan tidak rapi, setelah adanya program ini, lingkungan menjadi bersih, rapi, dan lebih hijau.

A : Dalam pelaksanaannya, program apa saja yang sudah terlaksana? Apakah seluruh program dalam perencanaan Program Kampoeng Bangkit?

B : Semua program yang sudah ditentukan sebelumnya setiap tahun harus terlaksana, karena CSR adalah sebuah program yang menuntun konsistensi dalam melaksanakan program.

A : Selama program ini berjalan, sejauh manakah tujuan pelaksanaan program telah tercapai?

B : Selama ini semua tujuan pelaksanaan telah tercapai.

A : Bagaimana cara perusahaan khususnya Humas Aetra mengelola program Kampoeng Bangkit?

B : Secara periodik Aetra melakukan evaluasi dan *monitoring* program Kampoeng Bangkit.

A : Apakah ada pertemuan rutin atau kunjungan rutin yang dilakukan oleh perusahaan? Seberapa sering intensitasnya?

B : Setiap bulannya CSR *officer* Aetra mengunjungi Kader Bangkit untuk melihat perkembangan dari masyarakat dan program tersebut.

A : Hal-hal apa saja yang akan ditingkatkan lagi di masa mendatang?

(Lanjutan 3)

B : Ke depannya Aetra akan lebih memperbanyak jumlah Kampoeng Bangkit yang berbeda-beda (d disesuaikan dengan kondisi areanya serta target yang akan dicapai). Adapun target Aetra secara umum adalah penurunan tingkat kehilangan air, penambahan volume air yang terjual serta *current collection*. Untuk itu semua program walaupun CSR sekalipun muaranya harus tetap kepada target Aetra.

A : Tolak ukur apa yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur keberhasilan program?

B : Yang menjadi tolak ukur dalam program Kampoeng bangkit di pademangan Timur adalah sambungan *illegal* yang sebelumnya hampir 90% sebelum diadakan program ini, dan menjadi 0% setelah program ini berjalan.

A : Sejauh mana program ini dipandang berhasil?

B : Keberhasilan mencapai 100% dimana tingkat *illegal* di Pademangan RW 10 sudah tidak terdapat lagi.

A : Apakah manfaat program Kampoeng bangkit bagi perusahaan? Adakah pengaruhnya terhadap citra perusahaan? Jika ada, apa? Jika tidak, mengapa demikian?

B : Dengan adanya Kampoeng Bangkit, terbentuknya citra positif dari masyarakat maupun pelanggan, Aetra menjalankan apa yang telah menjadi nilai-nilai perusahaan, yaitu respek terhadap komunitas dan lingkungan.

A : Apa manfaat program Kampoeng Bangkit terhadap masyarakat Pademangan Timur?

B : Warga Pademangan Timur tidak lagi menggunakan sambungan *illegal*, karena Aetra sudah memnuhi kebutuhan akan air bersih dengan pemasangan-pemasangan dua hidran tanpa harusembali dari pedagang air keliling, masyarakat juga mempunyai kesadaran akan kebersihan lingkungan, berkurangnya jumlah masyarakat yang terjerat lintah darat, dan pendidikan anak-anak di lingkungan pun semakin membaik.

LAMPIRAN 5
Transkrip Informan 3

Nama Informan : GY
Peran : *Project Officer* Kampoeng Bangkit Pademangan Timur
(Rumah Salman ITB)
Waktu wawancara : Kamis, 17 November 2011 (pukul 11.00-selesai)
Tempat : Rumah Salman ITB Bandung

(....)

A : Ya Kang, jadi pertama mau tanya dulu eee latar belakangnya Rumah Salman ITB nyusun program Kampoeng Bangkit itu apa?

B : Oke, awal mula penyusunan Kampoeng Bangkit itu berawal dari sebuah inisiasi Pak Budi Hartono yaa (*terpotong*)

A : itu Kang ada yang datang

B : iya itu heeche, teh ini mbak Carla..

A : Hallo Ibu hehehe.. (*salaman*)

B : Jadi gini eee dulu penggagasnya Pak Budi Hartono, Pak Budi Hartono itu *Manager Executive* awal di sini eee di Rumah Amal. Jadi dia melihat ke sebetulnya kampong-kampung di setiap wilayah di Bandung itu banyak yang ketinggalan secara global, dari sisi pendidikan, kesehatan, ekonomi yah, tp memang kalau dirunut sebetulnya itu awalnya dari masalah ekonomi, kalau kita teliti eee lebih dalam gitu menelitinya. Jadi sehingga dibuatlah Kampoeng Bangkit, jadi Kampoeng Bangkit itu bangkit dari keterpurukan si desa itu, jadi si desa itu diharapkan ke depannya bisa bangkit bisa menyaingi eee para apa ya, penduduk kota ya, gitu istilahnya, jadi tidak ketinggalan dari sisi pendidikan, kesehatan, ekonomi, sehingga jadi bisa merata lah gitu pembangunanya. Gitu kali yah awal mulanya

A : Terus latar belakang Rumah Salman ITB, memilih Aetra sebagai mitra kerja samanyaaa.. (*terpotong*)

B : Memilih aetra? Kita tidak memilih Aetra ya teh.. hehehe

A : Ohh gitu

B : Iya kita tidak memilih Aetra , jadi kebetulan Pak Syahrir itu, GMnya Aetra, alumni ITB dan kebetulan Pak Syarif di sini, dia juga alumni ITB, jadi mereka itu sama-sama kakak kelas dan adik kelas heheheh..

A : hehehe ohh gitu..

B : Nah ketemu, terus Pak Syarif pernah ngobrol-ngobrol tentang Kampoeng Bangkit dan ternyata menarik perhatian Pak Syahrir untuk mengembangkan

(Lanjutan 1)

program ini di Aetra, begitu. (*diam sejenak*) Iya, jadi pertama dimana? Katanya gitu, Oh yaudah di Pademangan Timur aja, eee oke di Pademangan, awal begitu sih, oke tentang air, dan segala macam. Awalnya sih gitu Mbak Carla.

A : Ohh gitu, hmmm terus sejauh mana program ini mendukung visi/misi/tujuannya Rumah Salman ITB?

B : Okee.. Sejauh mana ya? Eee.. itu eee Kampoeng Bangkit ya? eee Kampoeng bangkit emang sesuai dengan yang diharapkan oleh rumah amal, eee sori untuk Yayasan Salman secara keseluruhan ya, kalo kalo relevan atau tidaknya Kampoeng Bangkit itu sangat relevan ya, karena memang kebutuhan program ini eee program andalan eee di Salman ITB khususnya di bagian yang kemasyarakatan, karena memang kasarannya kalo di Salman itu, adalah emang penyaluran secara merata eeee program amal zakatnya, jadi program Kampoeng Bangkit ini bagian dari pada penyaluran eee dana dampak, warkat, dan sodakoh yg ada di Salman kemudian disebar ke Kampoeng Bangkit, dan di Kampoeng Bangkit ini juga tidak hanya program ekonomi, masalah sosial dan segala macam, itu orang-orang miskin di sana juga akan kena imbas dari Kampoeng Bangkit itu sendiri, jadi eee ya sangat relevan.

A : Eee terus kang dari perencanaan program kampoeng bangkit ini sendiri ada gak tujuan umum dan tujuan khususnya dari pelaksanaan Kampoeng Bangkit ini sendiri?

B : Ada eee, tujuan umum kalo saya bilang hmm tujuan umumnya itu adalah eee pertama, untuk mensejahterakan masyarakat ya masyarakat kampung yang tertinggal, kalo secara khususnya adalah, eee dari segi sosial, kesehatan, ekonomi, kemudian, sisi pendidikan, itu mereka lebih maju ya ee lebih mau lebih bisa bersaing dengan warga kota, karena sebetulnya ini bukan masalah di kita saja yaa, tapi permasalahan pemerintah yang mana pembangunannya tidak merata, eee jadi emang kalo diruntut ini akar masalahnya ya masalah pemerintah-pemerintah juga haahahha.. iya kan, jadi ini sebenarnya ya program membantu masalah pemerintah jugaa gitu ya, makanya kalo pemerintah ee bisa melirik program ini aja, sebetulnya udah jadi *credit point* buat mereka, soalnya ya itu kita membantu pemerintah juga buat membantu eee apa itu eee pembangunannya yang tidak merata gitu ya, eee tapi sayangnya sampe sekarang belum ada yg melirik hahaha hanya hanya swasta saja yang melirik hehehe gitu, seperti Aetra, Chevron, dan segala macam.

A : Terus buat biayanya sendiri gimana kang? Ada jumlah yang ditetapkan oleh aetra atau apa ada mekanisme perhitungannya sendiri gitu?

B : Biaya? Biaya program maksudnya? Biaya program itu mekanismenya itu kita nanti kan, eee awalnya itu kan kita bikin proposal gitu ya, bikin pengajuan segini, angkanya segini, kemudian nanti Aetra setuju atau tidaknya, nanti kita negosiasi gitu-gitu, negosiasi berapa yang pas, apa ini kelebihan, kalo nanti emang

kemahalan bisa dikurang-kurangi programnya, karena kan di Kampoeng Bangkit ini sendiri kan ada 4 *items*, jadi kesehatan, lingkungan, ekonomi sama eee pendidikan. Jadi, kalo misalkan empat-empat itu, itu full gitu ya, eee itu harganya emang tinggi ya, tapi tapi sebetulnya bukan mahal atau tidaknya program ini, tapi ya sebetulnya bagaimana program ini ee dapat berjalan, gitu kali ya Mbak Carla. Hhmm dan bisa memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar mungkin.

A : Terus kalo misalkan proses awal perencanaan program ini sendiri gimana Kang, misalnya gimana awalnya ke Pademangan Timur, terus milih kader bangkitnya, gitu2, itu awal mulanya gimana Kang?

B : Eee oke.. awal mulanya itu gini hmm.. jadi pertamanya saya main heheheh.. awalnya pertama kita survey ke lapangan, setelah itu eee kita menentukan titik lokasi yang akan kita tinjau, liat orang-orangnya, liat lingkungan sekitar, gitu. Nah setelah survey, kemudian baru kita ee sedikit agak berkomunikasi, kita wawancara dengan para *stakeholder* di sana, orang-orang yang berpengaruh di sana, kita ngobrol ke dinas-dinas pemerintah, terkait seperti kelurahan, RW, RT, gitu ya, kita berkomunikasi kita berniat gini gini gini mengadakan kegiatan, kemudian baru kita bergerak ke masyarakat intinya, kita memilih kader-kader bangkit, kita ke RT-RT kita kumpulin data mana mana saja nih ya cocok untuk menjadi kader-kader, dipilih oleh RT setempat, eee setelah itu sudah kita langsung bergerak ke masyarakat setempat. Seperti itu.

A : Mmm, terusnya kan saya pernah baca proposal kerja sama Kampoeng Bangkit, di situ kan kaya ada banyak program-program yang ditawarkan, kaya beasiswa ABC, senyum guru, koperasi, sama ada apalagi gitu aku lupa, nah itu dari semuanya itu program mana aja Kang yang terlaksana?

B : Eeee semuanya terlaksana, karena sesuai dengan harga tadi, yang tadi Mbak Carla tanyakan, kebetulan Aetra mau semuanya, yasudah kita penuh dari mulai eee beasiswa ABC di pendidikan, kemudian ada senyum guru juga di pendidikan, ada cinta lingkungan, ada program koperasi, ada kesehatan juga, eee jadi semua sudah terlaksana dengan baik gitu ya di sana. Eee karena kebetulan eee si kadernya juga sangat *aware* sekali, sangat bagus lah istilahnya kerjanya.

A : Eee terus Kang, bisa gak tolong jelasin masing-masing programnya singkat aja sih, kaya beasiswa ABC tuh programnya kaya gimana, udah berapa anaknya, senyum guru gimana, gitu-gitu Kang?

B : Ohh. Baik. Di pademangan kah? Atau sama yang lain?

A : iya di Pademangan

B : Senyum guru itu jadi program khusus guru honorer, guru honorer itu nanti perbulannya dia dapet honor dari kita eee sebesar 250 ribu per bulan kita bantu, gurunya udah ada 2 guru di Pademangan, nah tapi tidak sebatas itu, tapi dia harus ada sumbangsih, nah apa sumbangsihnya? Nah itu ada hubungannya sama beasiswa ABC, Anak Bangsa Ceria, jadi si guru ini diharuskan untuk mengajar

(Lanjutan 3)

eee peningkatan meningkatkan nilai-nilai akademis eee apa supaya si anak ini dapat meningkat nilainya di sekolah, nah ini setiap bulan. Kalo beasiswa ABC itu di Pademangan sudah ada 30 anak eee per bulannya dapet 50 ribu kemudian si anak tidak hanya tok dia dapet 50 ribu perbulan tapi eee mereka harus bisa mengikuti program-program yang diselenggarakan oleh Kampoeng Bangkit, begitu, eee seperti apa eee pelatihan kancil, Kader Cinta Lingkungan, kemudian ada les privat, kemuidaa eee ada dulu teh ada tes kepribadian, kemudia eee kalo koperasi itu memang itu dari hidran eee sekarang koperasi itu anggotanya sudah ada 30 orang, kebanyakan ibu-ibu, terus eee mereka eee meminjam sekitar 500 ribu per 6 per 3x 3 bulan maksudnya mereka mencicil bayarnya, begitu, belum menambah, eee kemudian apalagi?

A : Eee.. ada lagi gak sih Kang selain itu? Aku lupa deh hehehe Kalo gak salah ada Program Sahabat Bunda juga deh Kang aku baca.

B : Oh ya, kalo Program Sahabat Bunda itu memang tidak kami paksakan keberadaannya di wilayah Kampoeng Bangkit Pademangan Timur, Mbak Carla. Pertama, karena memang sudah ada posyandu di sana, dan yang kedua karena keterbatasan dana juga ya, jadi dialokasikan saja buat program-program yang lain. Gitu. (*terdiam sejenak*) Oh iya lupa, satu lagi itu kader cinta lingkungan, ada 1 orang, jadi kita ada 3 kader, senyum guru itu ada 2 orang, yang kader cinta lingkungan itu 1 orang, eee kader cinta lingkungan ini mereka sebagai pelopor ya pelopor gerakan-gerakan lingkungan, jadi kaya kemarin ada gerakan penanaman pohon itu mereka yang menjadi pelopor gitu, selain itu kebersihan lingkungan, jadi menin�isiasi warga untuk kerja bakti bareng-bareng, ya itu kader cinta lingkungan itu.

A : Terus dalam perencanaan dan pelaksanaannya, sejauh maan Aetra melibatkan Rumah Salman ITB dalam pengambilan keputusan?

B : Hmm kalo pas pengambilan keputusan mm kita suka ini yah suka koordinasi, jadi kalo Aetra sebetulnya terserah Rumah Amal kalo udah MoU maka akan dilakukan oleh Rumah Amal, jadi Aetra tidak ada masalah, *fine-fine* aja, gitu ya, eee selama itu tidak, kalo dalam kausal kerjasamanya selama itu tidak merugikan kedua belah pihak, eee jadi tergantung kalo sudah pelaksanaan program itu tergantung kita, tapi kalo keinginan Aetra, kita coba serap dan kemudian kita akan coba laksanakan di lapangan. Eee lalu kalo ada kekurangan, kita akan coba evaluasi setiap bulan.

A : Jadi, kalo diringkas itu keterlibatan Rumah Salman itu sebagai apa? Dan Aetra sebagai apa itu Kang?

B : Hmm.. Rumah Amal tuh mitra ya mitra kerja aja kali ya gitu. Eee.. sementara kalo Aetra itu hmm apa ya istilahnya kalo di sini ya, hmmm yang penyumbang dana lah istilahnya gitu hahahahaha.. Amilin alah apa sih ya namanya hahahaha

(informan sambil tertawa), eh kok amilin itu mah yang nerima, hahahaha ya begitulah pokoknya saya lupa istilahnya heheheh..

A : Nah, dalam pelaksanaannya itu sendiri ada gak Kang pertemuan rutin yang dilaksanakan antara Rumah Salman ITB dengan Pademangan, atau eee Rumah Salman dengan Aetra? Berapa lama sekali gitu Kang?

B : Ada, hmm sori, ini sebelum atau setelah program berlangsung?

A : selama program ini berlangsung Kang.

B : selama program ini berlangsung eee kita seharusnya *stay* di sana, jadi saya sebagai PO dari program ini, memang diharuskan tinggal di sana, tinggal di lokasi eee, jadi selama 6 bulan proyek itu emang harus di sana, jadi koordinasi hampir setiap hari hehehe.. Hampir setiap minggu bahkan hampir setiap bulan, jadi kalo ada masalah kita harus cepet-cepet ketemu antara masyarakat dengan PO atau antara PO dengan kader kita harus cepet-cepet komunikasi.

A : Jadi perwakilan dari Rumah Salman ini sendiri yang turun tangan dalam program Kampong Bangkit ini itu Kang Yandi ya?

B : Iya benar, saya sendiri yang turun tangan gitu hehe.

A : Hmm terusnya, eee selama program ini telah berjalan, sejauh mana tujuan yang diharapkan dari pelaksanaan program ini telah tercapai Kang?

B : Eee kecapai sekarang eee hampir 90 % tercapai, eee kenapa? Karena tujuan khususnya telah kita capai ya, eee seperti berdirinya koperasi, adanya program beasiswa anak ya, adanya guru, sama eee adanya kader cinta lingkungan.

A : Kan tadi katanya sudah hampir 90% yah Kang yang tercapai, berarti ada 10% yang belum tercapai kan, nah itu apa?

B : Eeee oke, 10 persennya itu ada di maintain ya, kalo kita sebutnya maintain, jadi si koperasi ini belum berbadan hukum nih ceritanya, kita pingin koperasi ini berbadan hukum, masuk ke dalam daftar dinas koperasi, jadi karena memang kita terbentur masalah dana nih ya, jadi perlu 20 juta supaya koperasi ini berbadan hukum, sebagai apa ya istilahnya eee abudemen lah ya hehehe dana self koperasi, itu harus 20 juta, dan sampai sekarang belum ada yang bersedia sih ya hehehe jadi mungkin kalau Mbak Carla bersedia hahhahahaha

A : hahhahahahahaha

B : Sambil jalan ini Mbak Carla, jadi sambil jalan, kita sambil nabung, tapi kemarin sempet ada omongan katanya Aetra mau menyumbangkan dana supaya koperasi ini berbadan hukum tapi ya kita liat lagi aja ke depannya.

A : Eee terusnya menurut Kang Yandi sendiri, hal-hal apa saja yang sudah terlaksana dengan baik? Terusnya yang perlu ditingkatkan lagi ke depannya apa aja?

B : Okeee hmm yang sudah dilaksanakan dengan baik terkait dengan program itu eee komunikasi dengan masyarakat, dengan aparat pemerintah sudah cukup baik

(Lanjutan 5)

ya kita, ini terkait dengan komunikasi ya. Terus kalo terkait program, yang sudah terlaksana dengan baik itu koperasi, beasiswa, kader cinta lingkungan, sama guru juga itu sudah dilaksanakan dengan baik sih ya. Eee kalo yang perlu ditingkatkan lagi itu adalah itu tadi eee koordinasi di antara para kader itu, kader cinta lingkungan eee para-para kader itu harus ditingkatkan kembali karena suka ada miskomunikasi di antara mereka ya sehingga kadang suka menimbulkan konflik eee biasanya di internal mereka, dan ini juga tidak lepas dari peran Rumah Amal yang men-inisiasi mereka menjadi jalan tengah buat mereka eee, kemudian yang perlu ditingkatkan kembali itu eee pelatihan-pelatihan koperasi dan segala macamnya, manajemen koperasi ini perlu ditingkatkan, dan kebetulan emang program ini sudah berakhir jadi kita lagi nunggu aja nih ada gak donor-donor atau penyumbang-penyumbang berikutnya hehehe yaa semoga Aetra bisa ya hehe.

A : Hehehe terusnya ada tolak ukur gak Kang yang digunakan oleh Rumah Salman untuk mengukur program ini udah berhasil atau enggaknya?

B : Tolak ukur? Tolak ukurnya itu eeee mungkin indikator keberhasilan kali ya, hmm indikator keberhasilannya itu kita katakana berhasil kalo di sana itu telah berdiri lembaga keuangan mikr, yaitu koperasi tapi belum berbadan hukum, kemudian berdirinya hidran sebagai penopang ekonomi, ekonomi koperasi begitu, terus kemudian di sana juga ada wadah untuk anak-anaknya yaitu ABC, kemudian ada kadernya juga sudah kebetulan gitu ya, dan sampe sekarang masih eksis ya itu mungkin jadi indikator keberhasilan kita di Kampong Bangkit Pademangan. Begitu, jadi sudah nyata gitu ya, ada wujudnya lah hehehe

A : Terus sebagai penanggung jawab program ini sendiri, seberapa puas Kang Yandi merasakan keberhasilan program ini?

B : Seberapa puas ya? Hmm 50% deh hahahahhahahaha (*tertawa lepas*) ya 50% lah, supaya 100% saya ingin koperasi ini berbadan hukum ya dan kemudian para pengelola koperasi itu sudah mendapatkan *income*, nahh.. eee mereka mendapatkan gaji dan karyawan-karyawannya sudah direkrut kan gitu ya .. ahh bahagia sekali rasanya, dan kalo sudah kaya gitu ee nampaknya saya sudah tidak lagi perlu ke sana dan tiap bulan tinggal ngalir aja ke rekening kan gitu hahahahhahaha.. (*tertawa lepas*) jadi kan kebetulan saya di sana sebagai kepala koperasi juga dan kalo memang sudah berhasil masyarakat pasti juga akan terbawa sejahtera deh, eee itu yang namanya pemberdayaan dan terwujud, goal! Gitu Mbak Carla.

A : Menurut Rumah Salman sendiri, manfaat apa yang didapat melalui pelaksanaan program ini? Baik bagi masyarakat, Aetra, dan Rumah Salman ini sendiri.

B : Ohh ya itu pasti berkaitan, ada kaitannya ya, hmm kalo bagi Rumah Amal ya ini adalah sebuah apa ya eee sebuah program kerjasama yang sangat membantu bagi Rumah Amal sendiri karena dari kerjasama ini sendiri kita tidak perlu lagi

menuntut profit karena di sana sudah ada profitnya sendiri bagi Rumah Amal, bukan materi atau gimana-gimana tapi justru program yang selama ini telah bergulir ini ternyata ada yang ngebantu gitu eee dari segi dananya jadi kita sama-sama punya visi dan misi yang sama untuk membantu masyarakat gitu ya itu saja sudah cukup bagi Rumah Amal gitu ya. Nah, kalo dari segi Aetra, mungkin peningkatan produksi, katanya kan dulu isunya adalah kalo Aetra hampir 100% salurannya dicuri air bersihnya ya eee itu sekarang sudah *zero* sudah 0% tingkat pencurian airnya dan itu berarti kan meningkatkan produksi Aetra. Begitu. Eee.. Nah kalo manfaat bagi masyarakatnya sudah jelas dengan adanya berdirinya koperasi, lembaga keuangan mikro, serta kegiatan-kegiatan mendukung hasil bentukan mereka sendiri, kaya beasiswa anak ABC, gitu-gitu tentu saja sangat membantu eeee yang mereka rasakan mungkin lebih dari sisi ekonomi, kemudian lingkungan juga jadi tertata dengan baik, gitu, itu kan merupakan manfaat bagi mereka ya, kemudian dari hasil hidran itu eee save ke kasnya koperasi, kemudian kita save ke lingkungan, dan kita juga save ke beasiswa juga. Gitu mungkin Mbak Carla.

A : Hmm terus menurut Kang Yandi sendiri, hal-hal apa saja yang telah berubah dari pelaksanaan program Kampong Bangkit ini sendiri?

B : Ehhmm.. Hal-hal apa saja yang berubah ya emmm.. Pertama, lingkungan. Lingkungan menjadi bersih, lingkungan menjadi tertata dengan bersih dan rapi, kalo dulu belum ada tong sampah, sekarang udah ada tong sampah tersebar di lingkungan, terus eeeee sungai sekarang sudah mengalir kalo dulunya padat sama sampah gak ngalir, kemudian dari segi ekonomi telah terwujud, sebuah lembaga keuangan mikro, dulunya gak ada, karena dulu dijajah oleh rentenir teh, jadi dulu rentenir hampir merajalela di setiap sudut pedagang-pedagang kecil, eee sekarang sudah ada koperasi, terus apalagi? Hmm kalo dulu anak-anaknya hampir pada putus sekolah semua, sekarang udah bisa sekolah lagi karena sekarang sudah ada yang menopang biaya mereka sehari-hari. Gitu.

A : hmmm okee Kang, terakhir nih hehehe.. Kalo menurut Kang Yandi sendiri, kalo suatu saat program ini diberhentiin, kira-kira program ini akan dilanjutkan oleh masyarakat setempat apa enggak?

B : Ya betul, eee saya yakin dan sebetulnya bukan yakin sih, eee sebetulnya saya sudah tidak memegang kendali lagi di Pademangan hehehe sekarang sudah dikelola oleh eee Pak Sulis eee oleh para kader, ada 5 orang, itu saya sudah lepas, jadi ketika kita berhentikan program ini eeee nampaknya akan tetap berlanjut program ini eeee selama hidran dan koperasi masih tetep jalan, ya karena itu jadi motor ya jadi eeee inti program di sana, dan nampaknya kalo sudah tidak ada itu, hal-hal yang lain tidak akan berjalan dengan baik, dan kalo hal-hal yang lain sudah berjalan dengan baik eeee maka pemberdayaan eee yang disebut dengan pemberdayaan masyarakat berarti sudah terwujud Mbak Carla. Karena yang

(Lanjutan 7)

namanya pemberdayaan itu, kita menginisiasi, kemudian masyarakat merespons, masyarakat melaksanakan, dan kemudian masyarakat melanjutkan gitu.

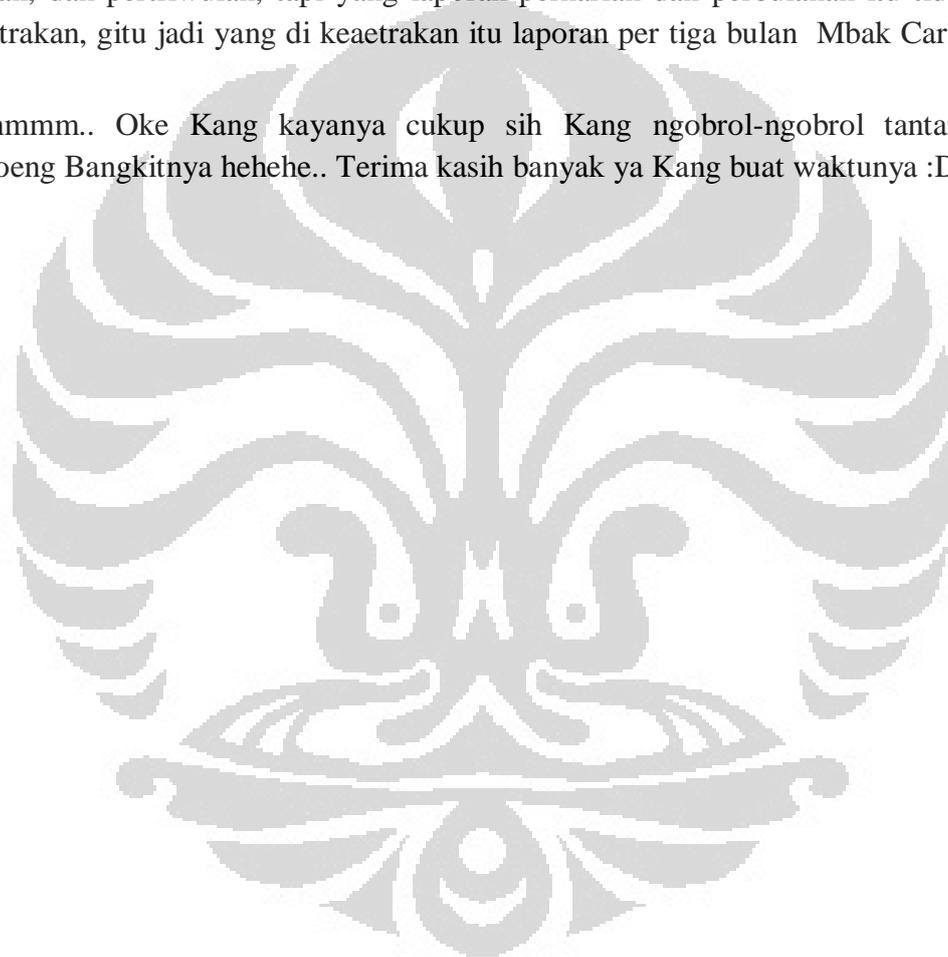
A : Kang, ada tambahan nih Kang, kalo dari yang tadi saya tangkep kan Aetra sebagai pemberi dan dan Rumah Salman kan kaya sebagai operatornya gitu kan ya Kang? (terpotong)

B : iya betul..

A : Nah ada laporan dong Kang ke Aetranya, nah itu berapa blan sekali Kang?

B : Kita per triwulan, jadi eeee 3 bulan sekali yaa, ada laporan kegiatan perhari, perbulan, dan pertriwulan, tapi yang laporan perharian dan perbulanan itu tidak dikeatrakan, gitu jadi yang di keatrakan itu laporan per tiga bulan Mbak Carla. Gitu.

A : hmmm.. Oke Kang kayanya cukup sih Kang ngobrol-ngobrol tantang Kampoeng Bangkitnya hehehe.. Terima kasih banyak ya Kang buat waktunya :D



LAMPIRAN 6
Transkrip Informan IV

Nama Informan : TS
Peran : Salah satu tokoh masyarakat Pademangan Timur
Tanggal wawancara : Selasa, 15 November 2011 (13.00-selesai)
Tempat : Bengkel Pak Ali, Jl. Pademangan Timur 8, Kolong Tol Benyamin Suep

A : Selamat Siang Pak Sulis, apa kabar? Hehehe..

B : Baik mbak Carla, iya-ya saya baru inget sekarang Mbak yang waktu itu nemenin kunjungan ke .. ke .. mana tuh ..

A : IPA Buaran Pak hehehe iya, saya yang waktu itu sama Kak Ancy hihi..

B : Mau dimana nih Mbak ngobrolnya? Di sini atau dimana?

A : Terserah Bapak, enaknya Bapak aja hehehe tapi di sini juga gpp kok.

B : Tapi panas gini udaranya gpp ya Mbak?

A : hahahaa gpp banget kok Pak heheee..

B : Jadi gimana Mbak, apa yang bisa saya bantu?

A : Iya Pak Sulis, sebelumnya hmm makasih banget udah bersedia dimintain tolong hehehe minta waktunya sebentar ya Pak, buat ngobrol-ngobrol singkat mengenai Kampoeng Bangkit.

B : Silakan Mbak Carla ..

A : Hmm.. Pertama2, kalau boleh tau, kira-kira kapan Bapak pertama kali mengetahui PT Aetra Air Jakarta? Emm.. Bisa tolong certain gak Pak tau darimana?

B : Tau Aetra? Ya udah lama, emm karena kan emang dari dulu yang nyuplai air, Cuma dulu tuh kalo gak salah namanya bukan Aetra, PAM PAM eeee ..

A : Thames Water PAM Jaya ya Pak?

B : Nah iya, kalo gak salah itu..

A : Terus, informasi apa saja yang Bapak ketahui mengenai Aetra?

B : Ya itu penyuplai air.. (*diam sejenak*) selain membagi air, dia juga mengadakan operasi terhadap saluran-saluran gak resmi ya. Ini kan dulu masih tanahnya S.Kemayoran. Gitu..

A : Kalo mengenai kegiatan CSRnya Aetra sendiri, apa yang Bapak ketahui?

B : Nah ya itu, Kampoeng Bangkit ini, pengadaan Hidran bagi warga Pademangan Timur sebagai CSRnya Aetra. CSR .. Corporate hmmm (*diam sejenak*)...

A : Social Responsibility hehehe ..

(Lanjutan 1)

B : Iya2, sebagai Corporate Social Responsibility ..

A :Oke kalau begitu, hmmm bicara soal Kampong Bangkit, bisa tolong jelasin Pak tentang Kampong Bangkit?

B : Jadii.. Jadi awalnya itu saya dan teman-teman ngajuinpermohonan ke Aetra hmmm..itu kurang lebih 1 tahun lebih yang lalu, jadi tahun berapan tuh hmmm.. (*informan mencoba mengingat*) 2009 iya sekitar tahun 2009. Tapi gak gampang Mbak. Kita waktu itu ngajuin sampe 3 kali, pertama dan kedua ditolak, dan pas ngajuin yang terakhir baru dipertemukan dengan Rumah Salman ITB, kebetulan pas itu Rumah Salman dapat program pengajuan air bersih. Dari sini berlanjut proyek pengadaan air bersih di Jalan Pademangan Timur 8 wilayah D1-10.. Nah kita ngajuinnya di dua lingkungan resmi, yaitu di hmmm 10 dan 8. Dari sini kita dipanggil sama Aetra di kantor pusatnya di jalan apa tuh namanya ..

A : Sudirman situ ya Pak? Gedung Sampoerna

B : Iya2 di Sudirman kantor pusatnya, dipanggil, terus ditemuin sama GM Rumah Salman ITB dan GM Aetra, untuk pengadaan program CSR Kampong Bangkit ini, disitu dengan ditandatangani MOU, perjanjian antara Rumah Salman dan Aetra, setelah itu MOU lagi di kantor Aetra di Priok divisi utara sini (*sambil menunjuk ke arah Utara*) ..

A : (*sedikit memotong*) Ohh di Tongkol ya Pak?

B : Iya iya di Tongkol Priok situ, (*diam sejenak*) di sini dibuatin MOU.. untuk hmm perizinan selama 3 tahun dan SIPH ...

A : (*memotong*) SIPH apa tuh Pak?

B : Surat .. Surat Perizinan hmmm.. Surat Izin Pemilikan Hidran. Nah surat ini harus diperpanjang setiap tahunnya.

(*pembicaraan terpotong, datang beberapa Bapak-Bapak*)

Nah, kenalin ini Bapak Ali, salah satu Panitia Hidran juga, tapi waktu itu dia gak datang, yang ini Bapak Mukhtar..

A : Siang Pak .. (*terpotong*)

B : Ini yang dari Universitas Indonesia Pak..

A : hehehe iya Pak

B : Sampe mana tadi? Hmmm

A : SIPH diperpanjang setiap tahun Pak

B : Oh iya .. Hmmm.. Kemudian setelah semua persyaratan sudah dilengkapi, seminggu kemudia dilaksanakan proyek penggalian pipa, dengan jalur induk dari pipa induk di Jalan Martadinata. Dari sini disalurkan ke Hidran yang disalurkan ke warga. Pensuplaiannya hmm ..

A : (*memotong*) Pake dirigen-dirigen gitu bukan sih Pak?

B : Enggak.. Jadi dari Hidran itu pensuplaiannya lanjut dulu ke pipa-pipa yang ke 10 MCK. Nah dari MCK itu baru ke rumah-rumah penduduk pake dirigen-dirigen

A : Ohh gitu

B : Di situ udah dibagi-bagi juga secara merata, jadi dipastiin setiap rumah mendapat air yang rata.

A : Kalo boleh tau berapa RT sih Pak?

B : Kita itu 4,2 hektar hmm terdiri dari 8 RT ya

A : Kalo untuk program ini sendiri sudah dimulai sejak kapan ya Pak?

B : dilaksanakan setau yang lalu, deket-deket lebaran itu kapan yaa hmm..sekitar Oktober ya Oktober 2010, udah setaun lebih lah kurang lebih sudah berlangsung program ini

A : Hoo gitu hmmm.. terusnya hmm.. bisa tolong jelasin gak Pak mengenai keterlibatan Bapak dalam program ini? Tangung jawabnya Bapak gitu apa aja

B : Jadi kita itu bentuknya Panitia, bukan dijalankan oleh individu tapi panitia, saya kebetulan sebagai Ketua Panitianya, kalo Bapak Ali ini sebagai sekertarisnya, dan bapak Mukhtar ini sebagai Staff Operasional lah kurang lebih. Kerjanya ketua ya mengatur seluruhnya Mbak, mengatur berlangsungnya program ini secara keseluruhan, juga termasuk ngurusin segala administrasi ya, kaya ngurusin pembayaran dan untungnya selama setahun ini sih kita pembayarannya selalu tepat dan gak pernah nunggak ya. (*informan terlihat bangga*)

A : Bagus dong Pak hehehe.. Oh iya Pak, saya sempet baca proposal Kampoeng Bangkit, itu program ini terdiri dari banyak program kan ya Pak, hmmm, kaya Beasiswa, Senyum Guru atau apa gitu kan ya? Sekarang ini program apa saja yang berlangsung sekarang?

B : Jadi kan pertama itu ya tadi pengadaan Hidran air bersih untuk kebutuhan masyarakat kan, dimana keuntungannya ini kita gunakan untuk koperasi, tapi sesuai dengan kebijakan Rumah Salman tetep wajib ada kegiatan sosialnya juga, nah yaitu tadi ada beasiswa anak, kebersihan kali, pokoknya semuanya, sampai pengadaan tong sampah, tuh kaya gitu tuh (*sambil menunjuk*) yang biru yang ada tulisan Aetranya.

A : Oh ya ya ya hmmm jadi keuntungannya dipakai untuk koperasi, beasiswa dan lain-lain gitu Pak?

B : Bukan, kalo beasiswa dan lain-lain itu beda lagi biayanya, tapi keuntungan dari hasil penjualan air bersih itu digunakan untuk koperasi

A : Oh ya ya hmm jadi kalo disimpulin program utama dari Kampoeng Bangkit ini itu pengadaan Hidran dan ditunjan oleh program-program social gitu ya Pak/

B : Ya betul sekali seprti itu Mbak Carla (*sambil mengangguk-angguk*)

A : Boleh minta jelasin gak Pak singkat aja tentang program-program mendukungnya kaya neasiswa, senyum guru, koperasi gitu-gitu

(Lanjutan 3)

B : Kalo Beasiswa itu pemberian pendidikan tambahan buat anak-anak yang gak mampu ya. Hmm pendidikan tambahan di bidang agama, dan lain-lain. Kalo Koperasi itu sebelumnya kita udah mengikuti pelatihan-pelatihan dulu, yang pertama kali tuh di Lembang Bandung selama 3 hari, hmm hee penyuluhan supaya ngerti lah istilahnya kenapa harus pake koperasi, (*diam sejenak*) yang kedua itu di Koperasi Pabrik Susu Lembang di Bandung Utara. Sekarang kita juga masih belajar prakteknya, dengan tetep dimonitor oleh Rumah Salman.

A : Oh gitu..

B : Buat dananya itu biasanya disisihkan 1000 rupiah per kibik airnya. (*diam sejenak*) bentuk koperasinya sekarang itu Koperasi Simpan Pinjam dengan anggota 15 orang sekarang. Hmm.. Apa lagi? Hmm.. Kalo Senyum Guru itu sih intinya diadakan guru-guru mendidik yang perannya memberikan pelajaran tambahan untuk anak-anak yang mendapatkan beasiswa. Hmm (*diam sejenak*) Guru ini sifatnya sih hanya sebagai guru bantu saja

A : Oh gitu.. untuk guru ini sendiri jumlahnya berapa orang ya Pak?

B : Sekarang itu hmm.. 2 orang jumlahnya ya

A : Oke kalau begitu hehehe hmmm.. teruss.. Bagaimana keterlibatan Rumah Salman ITB dalam program ini Pak?

B : Ya, Rumah Salman ITB itu mmm .. lebih tepatnya sih sebagai mediator pengadaan air antara Aetra dengan warga (*diam sejenak*) setelah itu, menjadi penggerak program-program lainnya, seperti beasiswa tadi. Kalo sekarang sih Rumah Salman lebih ke monitoring aja kali ya.

A : Lalu apakah ada kunjungan rutin yang dilakukan oleh Rumah Salman ITB? Itu biasanya berapa lama sekali?

B : Dulu sih waktu awal-awal itu, kunjungannya hampir setiap minggu selama 3 minggu pertama, kalo sekarang paling setiap sebulan sekali.

A : Itu biasanya agendanya ngapain aja Pak?

B : Ya kaya menampung keluhan-keluhan masyarakat, terus berbagi informasi tentang kemajuan-kemajuan mmm.. (*terpotong*)

A : Evaluasi gitu ya Pak?

B : Iya semacam evaluasi per bulan lah. Di sini juga biasanya kita nyampein keluhan-keluhan masyarakat. Ya pokoknya Rumah Salman ITB mempunyai peran yang penting dalam program ini, soalnya kita tuh kalo misalnya mau complain juga harus melalui Rumah Salman, nanti baru Rumah Salman yang nyampein ke Aetra.

A : Nah, kalau dengan Aetra sendiri bagaimana Pak? Apakah ada kunjungan rutin yang dilakukan oleh Aetra? Biasanya berapa bulan sekali?

B : Untuk Aetra itu sendiri kunjungannya per setengah bulan sekali untuk mengontrol masalah meter (*diam sejenak*)

A : Itu biasanya siapa Pak yang datang kunjungan?

B : Tim Aetra

A : Kalo untuk kunjungan dalam rangka memantau perkembangan CSR ini berapa lama sekali Pak?

B : Kalo untuk CSR itu sendiri hmm.. sekitar 2-3 bulan sekali lah

A : Ohh begitu, jadi kurang lebih 2 bulan sekali memantau perkembangan program Kampong Bangkit termasuk beasiswa dan lain-lain ya kalau begitu (*terpotong*)

B : Enggak-enggak. Beda lagi, kita ini membahas tentang Hidran, beda urusan dengan program-program lainnya, kalo Aetra itu urusannya dengan Panitia Hidran, kalo program-program yang lain itu lebih ke Rumah Salman yang meninjau dan mengatur. (*diam sejenak*) Aetra juga suka hadir dalam acara-acara di Pademangan Timur sih, eeee.. kaya waktu itu gerakan penanaman 1000 pohon, Aetra turut hadir, sama lurah juga ikutan dateng. Sama waktu itu juga Aetra pernah ngasih gerobak sampah ke Kelurahan Pademangan Timur, tapi yang ini diluar dengan kerjasama dengan Rumah Salman.

A : Oke, hmmm Kalau begitu sebagai pribadi, manfaat apa yang Bapak rasakan melalui pelaksanaan program ini?

B : Wah, banyak banget Mbak, yang pertama pastinya membantu kebutuhan masyarakat banyak, terutama dalam pengadaan air bersih yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Mmm.. Kalau untuk program-program sosialnya, manfaatnya itu menambahkan pendidikan kepada anak-anak kurang mampu. Dan yang paling penting ini adalah .. menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk kehidupan bermasyarakat. (*diam sejenak*) Sama selain itu juga menambah pengetahuan untuk segala bidang, seperti misalnya sholat, hidup bersih, gitu.

A : Kalo menurut Bapak sebagai Ketua Kader, seberapa besar program ini memberikan manfaat bagi masyarakat?

B : Tentunya masyarakat sekarang tidak perlu bersusah payah untuk mencari air bersih yang dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari , tadinya kan harus mendorong gerobak dulu, kalo sekarang tinggal puter keran doang hehehe.. Udah gitu air ini ditawarkan dengan tarif yang gak terlalu mahal Mbak, 4500 rupiah per kubik. Dan dari harga ini pokoknya sudah diperhitungkan pembagiannya, 1050 per kubik untuk Aetra, 1000 per kubik untuk pemilik lahan yang dijadikan Hidran, 1000 per kubik untuk koperasi, dan sisanya 1450 untuk biaya operasional. Pas! 4500 kan? Heheheh..

A : hahahha iya pak iya ehehehe..

B : Kalo dari Bapak sendiri, melihat perubahan baik pada lingkungan Pademangan Timur sejauh mana Pak?

(Lanjutan 5)

A : Kemajuannya sudah mengikuti zaman karena dengan adanya sukarelawan yang membuat lingkungan Pademangan Timur ini tidak kalah bersaing dengan yang lain. (*diam sejenak*) Sekarang Pademangan Timur sudah lebih tertata dengan baik dan rapi, lingkungannya juga sudah lebih bersih, dan rumah-rumahnya sudah memenuhi standar rumah di ibukota lah.

A : Wah, bagus dong Pak kalau begitu hehehe.. Terakhir nih Pak, kira-kira jika suatu saat program ini terhenti, apakah kira-kira kegiatan ini akan dilanjutkan oleh masyarakat sekitar?

B : Ya mudah-mudahan kita diberikan kesehatan, jadi kita akan terus mengusahakan agar program ini tetap berlangsung. Tapi menurut saya ya selama masih menjalin kerjasama dengan Aetra ya pasti masih tetap berlanjut, apalagi program ini kan kontraknya 3 tahun ya dengan SIPH yang diperpanjang setiap tahun. (*diam sejenak*) Ya tapi kalo misalkan emang suatu saat tiba-tiba tidak berlanjut, habis lah sudah, tapi kita akan tanyakan dulu kenapa program ini tidak berlanjut. Soalnya sejauh ini sih, kita bener-bener matuhin setiap perjanjian yang ada di MoU. Justru malah kita berharap bisa tetap berjalan kerjasama dengan Aetra, tanpa Rumah Salman karena masalah Hidran ini kan kaitannya ya dengan kebutuhan sehari-hari ya Mbak. Tapi kalo menurut saya sih, program ini jauh sekali dari diberhentikan, malah seharusnya justru Aetra memberikan kami penghargaan. Hehehe

A : hahahhaha.. Optimis ya Pak akan kemajuan Pademangan Timur ke depannya. Bagus Pak hehehe..

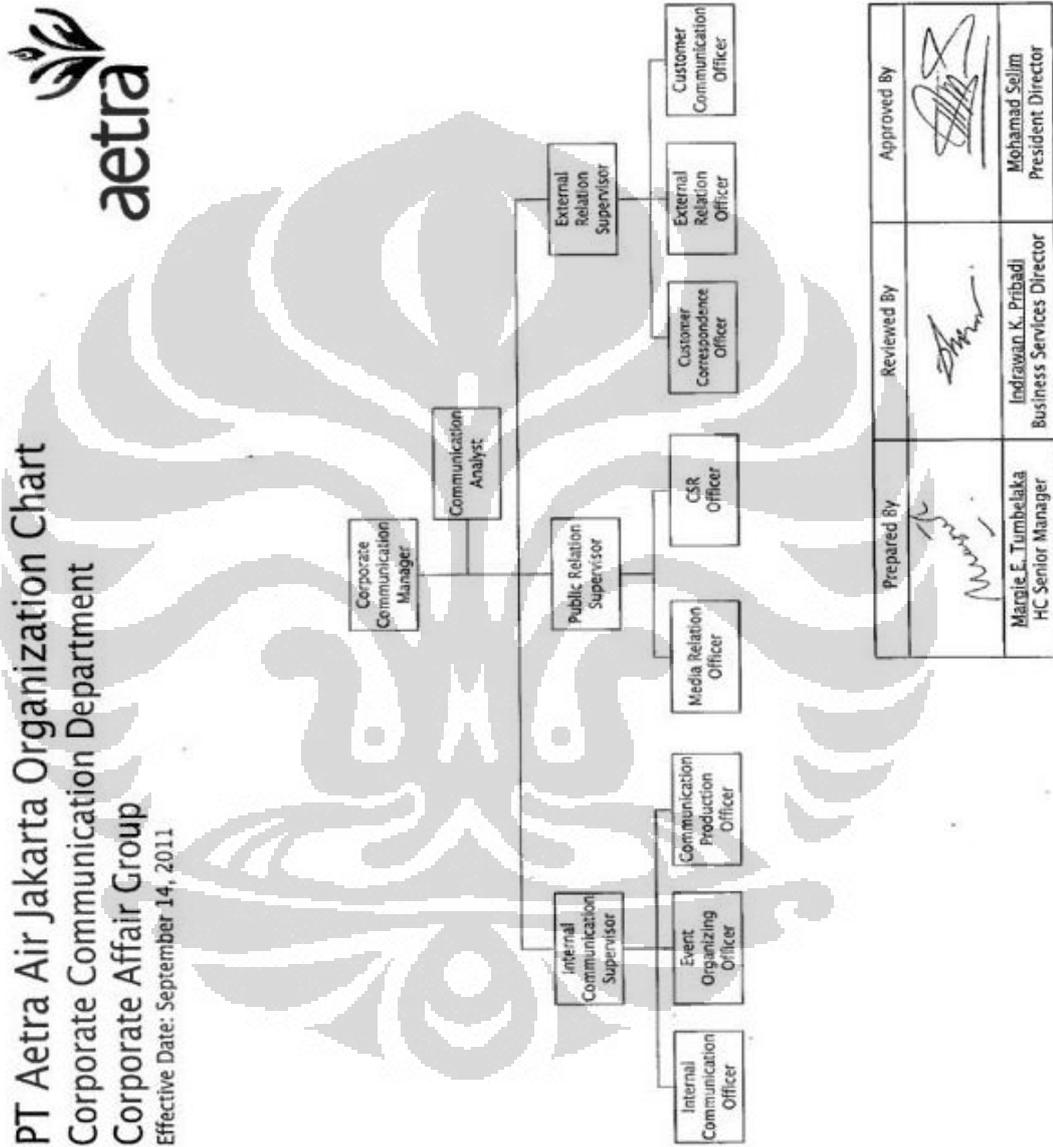
B : Yaa haruss itu Mbak hahahhaha

A : hmmm oke Pak, kayanya sih sudah cukup deh ngobrol-ngobrolnya, terima kasih banyak Pak atas waktunya, mungkin kalau kurang, kapan-kapan saya balik lagi ya Pak hehehe..

B : silakan Mbak Carla, ditunggu kedatangan berikutnya

LAMPIRAN 7

Struktur Corporate Communication Aetra





26 Jul 2010

Aetra - Salman ITB Siap Kembangkan 17 RT di Pademangan Timur

Jakarta, 26 Juli 2010 - PT Aetra Air Jakarta bekerjasama dengan Rumah Amal Salman ITB hari ini menandatangani perjanjian kerjasama untuk program pemberdayaan masyarakat di 17 RT di kawasan RW 10, Kelurahan Pademangan Timur, Jakarta Utara. Dalam program ini, Aetra juga memberikan akses air bersih melalui dua titik hidran umum yang akan melayani lebih dari 2000 jiwa.

Penandatanganan Perjanjian Kerjasama Pemberdayaan dan Pengembangan Bidang Sosial dan Ekonomi tersebut dilakukan oleh Presiden Direktur PT Aetra Air Jakarta Syahril Japarin dan Ketua Yayasan Pembina Masjid Salman ITB Dr. Ir. Syarif Hidayat bertempat di Kantor Pusat Aetra, Sampoerna Strategic Square, Tower B lantai 28, Jl Jenderal Sudirman, Jakarta Selatan.

"Kami berharap dengan kerjasama ini akan memberikan sesuatu yang berharga bagi masyarakat Kota Jakarta dengan menumbuhkembangkan potensi-potensi yang ada di masyarakat itu sendiri. Hal ini sejalan dengan visi Aetra, meningkatkan kehidupan masyarakat setiap saat, serta sejalan juga dengan salah satu nilai Aetra yaitu respek terhadap komunitas dan lingkungan," ujar Presdir Aetra Syahril Japarin.

Program ini akan bergulir di RT 1 sd. RT 17, RW 10 Kelurahan Pademangan Timur yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 2000 jiwa. Sebagian besar warga bermatapencaharian sebagai wirausaha kecil seperti membuka warung makanan atau bengkel motor, pedagang kecil, serta pengumpul barang bekas seperti kardus dan botol bekas.

Dengan adanya Nota Kesepahaman ini, maka Aetra bersama Rumah Amal Salman ITB dapat segera meluncurkan rangkaian program Kampoeng Bangkit yang diharapkan akan dapat memandu kebangkitan masyarakat setempat.

Dalam program Kampoeng Bangkit, Aetra akan melaksanakan program-program pemberdayaan masyarakat melalui bidang pendidikan, cinta lingkungan serta koperasi microfinance. Kegiatan-kegiatan tersebut nantinya akan berada dalam pembinaan sebuah komite dari unsur masyarakat setempat yang dipilih oleh warga secara demokratis.

Sebagai salah satu penopang pengembangan ekonomi masyarakat setempat Aetra menyediakan juga dua titik hidran, masing-masing bernama Hidran Bangkit dan Hidran Berkah. Hidran-hidran ini akan dikelola oleh kelompok swadaya pengguna air (KSPA) yang anggotanya dipilih oleh warga. KSPA akan mendapatkan keuntungan dari selisih harga jual air dari Aetra dengan harga jual dari hidran ke masyarakat. Keuntungan tersebut akan digunakan untuk pengembangan ekonomi masyarakat setempat.

Sekilas tentang Aetra

PT Aetra Air Jakarta adalah mitra operasi PDAM DKI JAKARTA (PAM JAYA) untuk mengelola, mengoperasikan, memelihara serta melakukan investasi guna mengoptimalkan sistem pasokan air bersih bagi warga di belahan timur Sungai Ciliwung, yang meliputi sebagian besar wilayah Jakarta Utara, sebagian Jakarta Pusat dan seluruh wilayah Jakarta Timur. Saat ini Aetra memiliki lebih dari 383.000 pelanggan di wilayah operasionalnya.

LAMPIRAN 9

Matriks

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III	Informan IV	Narasumber
1	Profil Informan	- Rika Anjulika - Corporate Communication Manager PT Aetra Air Jakarta	- Joanita Rallyancy - CSR Officer PT Aetra Air Jakarta	- Yandi Ginanjar - Staff Rumah Salman ITB - Project Officer Kampoeng Bangkit - Kepala Koperasi Kampoeng Bangkit	- Sulystio - Ketua Komite Bangkit - Ketua Panitia Hidran Aetra	- Bambang Chriswanto - Director for Social Engagement Indo Pacific Edelman - Pakar CSR yang telah menangani program CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia
Analisis Input						
2	Latar belakang program	- Sebagai langkah mengantisipasi adanya sambungan liar yang semakin kompleks di daerah Utara - Banyaknya sambungan liar ini ternyata disebabkan oleh kumuhnya lingkungan, tidak ada edukasi, tidak ada	- Maraknya sambungan <i>illegal</i> di wilayah operasional Aetra terutama di lingkungan yang tingkat perekonomiannya menengah ke bawah. Dengan adanya penawaran Program	- Kampung-kampung di wilayah Bandung banyak yang tertinggal secara global, dari sisi pendidikan, kesehatan, ekonomi yah, tapi memang kalau dirunut sebetulnya		

(Lanjutan 1)

		penyiraman rohani, istilahnya kurangnya kehangatan dalam lingkungan.	Kampoeng Bangkit dari Rumah Salman ITB, Aetra mencoba untuk menggabungkan program tersebut dengan program pemberantasan sambungan <i>illegal</i> . - Rumah Salman ITB menawarkan suatu program pemberdayaan masyarakat menengah ke bawah, yang kebetulan cocok sekali dengan salah satu kriteria CSR	itu awalnya dari masalah ekonomi	
3	Rancangan Program Kampoeng Bangkit			- Program Senyum Guru: terpilihnya 4 orang guru honorer dengan bantuan tunjangan sebesar 150 ribu rupiah - Program Beasiswa ABC: Jumlah anak yang diberikan beasiswa sebanyak 20 anak dengan beasiswa sebesar 300 ribu rupiah / 6 bulan dan paket	

				<p>peralatan sekolah sebesar 100 ribu rupiah</p> <p>- Program Cinta Lingkungan: terpilihnya 3 orang Kader Cinta Lingkungan</p> <p>- Program Sahabat Bunda: terpilihnya 3 orang Kader PKK aktif dengan tunjangan praktek kegiatan sebesar 200 ribu rupiah dan subsidi keanggotaan koperasi sebesar 50 ribu rupiah</p> <p>- Pengadaan Hidran Umum Aetra: pengadaan 2 hidran umum di wilayah Kampong Bangkit</p> <p>- Pengadaan Koperasi: berdirinya suatu lembaga ekonomi mikro, berbadan hukum, dan dapat menunjang perekonomian warga</p>		
4	Tujuan Program	Menekan jumlah NRW (<i>Non Revenue Water</i>) atau tingkat	Memberantas sambungan <i>illegal</i> di daerah	Meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat		Konsep CSR yang ideal adalah program CSR

(Lanjutan 3)

		kehilangan air akibat adanya sambungan liar oleh masyarakat, serta meningkatkan <i>volume</i> , yakni jumlah air yang dapat mereka jual kepada masyarakat.	pademangan Timur disertai dengan peningkatan perekonomian masyarakat agar tindakan sambungan ilegal dapat dihentikan total.	Pademangan Timur RW 10 sebagai wilayah yang tertinggal yang menjadi sasaran dari Program Kampoeng Bangkit tersebut.		yang memiliki tujuan program yang align dengan tujuan perusahaan.
5	Indikator Keberhasilan	<ul style="list-style-type: none">- Jumlah pencurian air yang berkurang, jumlah pohon yang terawatt, jumlah tempat sampah yang masih ada.- Program Kampoeng Bangkit ini justru akan menjadi tolak ukur keberhasilan bagi Kampoeng Bangkit berikutnya.	Banyaknya sambungan liar yang berkurang sebagai dampak dari pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit tersebut.	Bila seluruh rancangan program yang telah direncanakan telah berwujud nyata, tidak hanya berupa rancangan semata.		Konsep CSR yang ideal adalah program CSR yang merupakan sebuah strategi bisnis bagi perusahaannya, sehingga program CSR tersebut berjangka panjang dan mempunyai indikator keberhasilan ke <i>outcome</i> .
Analisis Output						
6	Implementasi Program		Semua program yang sudah	Seluruh program yang direncanakan		

			<p>ditentukan sebelumnya setiap tahun harus terlaksana, karena CSR adalah sebuah program yang menuntun konsistensi dalam melaksanakan program.</p>	<p>oleh Rumah Salman, seluruh program telah terlaksana.</p> <p>Program Senyum Guru: sudah terpilih 2 orang guru honorer dengan bantuan tunjangan sebesar 250 ribu / bulan.</p> <p>Program Beasiswa ABC: 30 anak dengan beasiswa sebesar 300 ribu rupiah setiap 6 bulannya.</p> <p>Program Cinta Lingkungan: sudah terpilih 1 orang Kader Cinta Lingkungan.</p> <p>Program Sahabat Bunda: program ini memang tidak dipaksakan berjalan di Pademangan Timur.</p> <p>Pengadaan Hidran Umum Aetra: telah berdiri 2 hidran umum di wilayah Pademangan Timur.</p>	
--	--	--	--	---	--

				<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan Koperasi: telah berdiri koperasi simpan pinjam dengan 30 anggota namun koperasi ini belum berbadan hukum. 		
7	Pengelolaan Program	<ul style="list-style-type: none"> - Koordinasi dan pengawasan yang dilakukan oleh Aetra terhadap pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini dilakukan secara <i>stages</i>. - Keterlibatan Rumah Salman sebagai mitra kerja sama Aetra dalam pelaksanaan program ini sebagai <i>monitor</i> yang mengawasi jalannya program. 	<p>CSR <i>Officer</i> secara periodik melakukan kunjungan sebagai bentuk pengawasan yang dilakukan terhadap Program Kampoeng Bangkit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertemuan-pertemuan rutin yang dilakukan antara PO Kampoeng Bangkit dengan para Kader Bangkit yang dilakukan secara intensif. - Bentuk pertanggungjawaban kepada Aetra melalui laporan perkembangan Kampoeng Bangkit yang diberikan kepada Aetra secara rutin setiap 3 bulan. - Keterlibatan Aetra dalam pelaksanaan Program 	<ul style="list-style-type: none"> - Tim Aetra melakukan kunjungan ke wilayah Kampoeng Bangkit setiap setengah bulan sekali untuk mengontrol masalah meter. - Sementara untuk pengelolaan CSRnya sendiri dilakukan oleh Aetra melalui kunjungan yang dilakukan oleh CSR <i>Officer</i> setiap 2-3 bulan sekali. - Rumah Salman melakukan pengawasan dan pengelolaan melalui 	<p>CSR yang benar-benar baik adalah yang benar-benar berasal dari <i>top management</i>, sehingga menjadi <i>management plan</i>, bukan di jalankan pada level fungsional seperti Humas.</p>

				<p>Kampoeng Bangkit ini sebagai pemberi dana, sementara Rumah Salman sendiri sebagai mitra kerja sama Aetra dalam pelaksanaan program tersebut.</p>	<p>kunjungan yang dilakukan secara berkala, yakni sebanyak seminggu sampai sebulan sekali. Kunjungan tersebut dilakukan sebagai evaluasi rutin dari setiap program yang sedang berlangsung.</p> <p>- Rumah Salman sangat berperan dalam pelaksanaan program ini, khususnya sebagai mediator antara masyarakat dengan Aetra dalam masalah pengadaan air, penggerak program-program sosial, serta sebagai pengawas berjalannya program tersebut.</p>	
8	Pencapaian <i>Tangible</i> Program	-Berkurangnya sambungan liar.	Keberhasilan program	-Sudah 90% berhasil.	-	

(Lanjutan 7)

		<ul style="list-style-type: none">-Berkurangnya jasa rentenir.-Lingkungan menjadi lebih tertata rapid an bersih.-Terbangun motivasi.	mencapai 100% dimana tingkat <i>illegal</i> di Pademangan RW 10 sudah tidak terdapat lagi.	<ul style="list-style-type: none">-Telah berdiri koperasi.-Adanya program beasiswa anak.-Adanya guru honorer.-Adanya kader cinta lingkungan.		
	Analisis Outcome					
9	Awareness				<ul style="list-style-type: none">- Tahu Aetra sudah lama, karena sudah dari dulu Aetra menyuplai air untuk daerah PADemangan Timur.	
10	Pengetahuan				<ul style="list-style-type: none">- Aetra sebagai penyuplai air dan sering mengadakan operasi terhadap sambungan-sambungan liar.	
11	Pemahaman CSR Aetra				<ul style="list-style-type: none">- Kampoeng Bangkit ini sebagai bentuk CSR Aetra, pengadaan Hidran bagi warga Pademangan Timur.	

12	Manfaat Program	<ul style="list-style-type: none"> -Warga apresiasi apa yang Aetra lakukan. -Warga sudah tidak mencuri air lagi, melainkan sudah mau membayar air yang mereka gunakan melalui hidran umum. 	Citra positif dari masyarakat maupun pelanggan terbentuk.	Bukan berupa materi, melainkan lebih kepada bantuan Aetra yang mendukung visi misi Rumah Salman dalam membantu masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu kebutuhan masyarakat banyak dalam pengadaan air bersih. - Menambah pendidikan bagi anak-anak melalui program beasiswa. - Menambah pengetahuan untuk segala bidang. - Menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk hidup bermasyarakat. 	CSR yang ideal merupakan salah satu strategi bisnis perusahaan, maka CSR tersebut harus mampu menambah nilai bisnis dan <i>stakeholder</i> , tidak hanya menambah nilai bisnis bagi perusahaannya saja, melainkan mampu memberikan nilai bagi masyarakat.
13	Perubahan dalam Kampong Bangkit	- Sudah ada motivasi untuk mengembangkan daerahnya.		<ul style="list-style-type: none"> -Lingkungan menjadi tertata dengan bersih dan rapi. -Sudah ada tong sampah yang tersebar di lingkungan. -Sungainya sudah dapat mengalir dan 	- Lingkungan Pademangan Timur sudah tertata dengan baik, rapi, dan bersih.	

				<p>tidak tersumbat sampah lagi.</p> <p>-Praktek rentenir sekarang sudah berkurang.</p> <p>-Anak-anak tidak jadi putus sekolah, sekarang sudah dapat mendapatkan pendidikan lagi.</p>	
14	Penilaian akan Pelaksanaan Kampoeng Bangkit	<p>-Yang sudah baik adalah secara pendekatan kemanusiaannya, lebih kepada <i>team work</i>.</p> <p>- Yang perlu ditingkatkan lagi adalah <i>clarified stages information</i>, yang selama ini sering kali terlupakan dalam pelaksanaan program.</p>	<p>-Ke depannya Aetra akan lebih memperbanyak jumlah Kampoeng Bangkit yang berbeda-beda (d disesuaikan dengan kondisi areanya serta target yang akan dicapai). Adapun target Aetra secara umum adalah penurunan tingkat kehilangan air, penambahan volume air yang</p>	<p>-Yang telah baik dilakukan dalam pelaksanaan Program Kampoeng Bangkit ini terkait dengan komunikasi, baik komunikasi dengan masyarakat maupun dengan aparat pemerintahan.</p> <p>-Hal-hal yang masih kurang dan perlu diperbaiki ke depannya adalah koordinasi antara pihak-pihak</p>	

			<p>terjual <i>current collection</i>. Untuk itu program walaupun sekalipun muaranya tetap target Aetra.</p> <p>serta internal warga itu sendiri. Selain itu para pengurus koperasi masih perlu mendapatkan pelatihan-pelatihan lagi.</p>		
	Temuan Lain Penelitian				
15	Implementasi CSR di Indonesia				<p>-Terdapat 4 cluster perusahaan yang menajalan CSR, yakni <i>cluster the philanthropy, cluster the defense, cluster the compliant, dan cluster the align</i>.</p> <p>- Cluster dengan konsep CSR yang ideal adalah <i>cluster the align</i>.</p> <p>-Contoh</p>

(Lanjutan 11)

						<p>perusahaan yang berada pada cluster ini adalah General Electric dengan programnya GE Ecomagination.</p> <ul style="list-style-type: none">- CSR yang benar-benar baik adalah CSR yang dijalankan sebagai strategi bisnis dari perusahaan, yang sudah mempunyai <i>design</i> yang jelas, sehingga dapat dijalankan secara konsisten.
--	--	--	--	--	--	---