

# BAB 1

## PENDAHULUAN

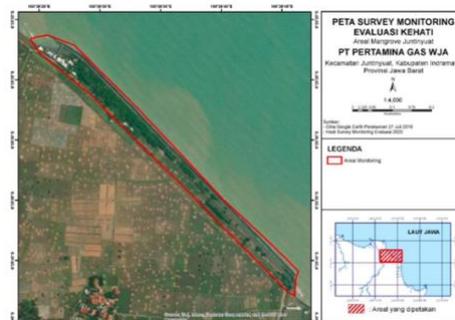
### 1.1 Latar Belakang Masalah

PT Pertamina Gas, sebagai salah satu perusahaan energi terkemuka di Indonesia, memiliki peran strategis dalam menyediakan energi bagi kebutuhan masyarakat. Seiring dengan kegiatan operasionalnya, PT Pertamina Gas juga memiliki tanggung jawab sosial untuk berkontribusi pada pembangunan masyarakat dan lingkungan sekitar melalui Program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kabupaten Indramayu, khususnya di *Operation West Java Area*, telah mengalami masalah serius akibat abrasi pantai yang terus-menerus. Abrasi ini mengakibatkan pengikisan daratan secara signifikan, sehingga mengancam infrastruktur, lahan pertanian, dan pemukiman penduduk di sekitar pesisir. Dampak langsung dari abrasi ini adalah kerugian ekonomi yang besar dan ancaman terhadap keberlanjutan hidup masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada sumber daya laut (Bappeda Indramayu, 2020).

**Gambar 1. 1**

Peta lokasi terjadinya abrasi pantai di pantai Rembat Juntinyuat



Sumber: Internal perusahaan, 2024

PT Pertamina Gas melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang bertujuan untuk mencegah abrasi pantai. Program ini tidak hanya fokus pada upaya fisik seperti penanaman mangrove dan pembangunan struktur penghalang abrasi, tetapi juga pada peningkatan kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga lingkungan pesisir. Strategi yang diterapkan oleh PT Pertamina Gas dalam program CSR ini sangat penting untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan tersebut dapat tercapai (Pertamina Gas, 2021).

Dalam pelaksanaan program CSR ini, PT Pertamina Gas menggunakan Strategi *Public Relations* (PR) yang didasarkan pada teori Cutlip. Teori ini membagi proses PR menjadi empat tahap: *fact finding*, *planning*, *action*, dan *evaluation* (Cutlip, Center, & Broom, 2006). Pada tahap *fact finding*, PT Pertamina Gas melakukan identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat daerah Juntinyuat terkait abrasi pantai melalui survei dan penelitian lapangan. Tahap *planning* melibatkan perumusan tujuan, strategi komunikasi, dan metode pelaksanaan program CSR. Selanjutnya, tahap *action* mencakup implementasi program di lapangan dengan melibatkan masyarakat secara aktif. Tahap *evaluation* dilakukan untuk menilai efektivitas program dan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat.

Masalah abrasi pantai di Indramayu bukanlah fenomena yang berdiri sendiri. Abrasi pantai adalah salah satu dari banyak tantangan lingkungan yang dihadapi oleh daerah pesisir di seluruh dunia. Penurunan kualitas lingkungan pesisir sering kali disebabkan oleh aktivitas manusia yang tidak terkontrol dan perubahan

iklim global (Siry, 2011). Oleh karena itu, upaya pencegahan dan penanggulangan abrasi pantai memerlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan.

Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan seperti PT Pertamina Gas memainkan peran penting dalam upaya global untuk melestarikan lingkungan pesisir. Melalui keterlibatan langsung perusahaan dalam kegiatan pelestarian lingkungan, dapat dicapai sinergi antara kepentingan bisnis dan keberlanjutan lingkungan (Carroll & Shabana, 2010). Selain itu, keberhasilan program CSR juga menunjukkan pentingnya peran strategi PR yang efektif dalam mengkomunikasikan dan melibatkan masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, di mana perusahaan berusaha untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungannya. Menurut Bambang Rudito dan Famiola Melia dalam bukunya *Corporate Social Responsibility* mengatakan:

“Kegiatan CSR merupakan komitmen dan tanggung jawab korporat terhadap dampak yang ditimbulkan oleh korporat, baik yang bersifat sosial maupun lingkungan serta usaha bagi korporat untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial masyarakat. Untuk itu, mereka harus bertanggung jawab ikut menjaganya. Oleh karena standar dan ukuran yang jelas lebih dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas program dan kadar tanggung jawab korporat sendiri”(Rudito & Famiola, 2019).

Program CSR menjadi penting dalam memperkuat citra dan reputasi perusahaan di mata publik. Namun, implementasi program CSR tidak selalu berjalan dengan mulus. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang mungkin dihadapi dalam pelaksanaan program CSR dan strategi PR-nya. Dalam menghadapi

krisis lingkungan, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk berkontribusi dalam menjaga dan memulihkan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu mekanisme di mana perusahaan dapat memperlihatkan komitmennya terhadap keberlanjutan lingkungan dan masyarakat. Masyarakat bisa memiliki persepsi yang beragam terkait program CSR, dan informasi yang tidak tepat atau kurang jelas dapat menyebabkan ketidakpahaman atau bahkan resistensi dari masyarakat. Selain itu, dinamika media dan perubahan opini publik juga bisa mempengaruhi efektivitas *Public Relations*.

Program CSR yang dilaksanakan oleh PT Pertamina Gas *Operation West Java Area* adalah Program CSR "Perisai Bumi ". Tujuan utama dari program "Perisai Bumi " adalah untuk melindungi dan melestarikan lingkungan hidup. Melalui kegiatan seperti penanaman pohon, rehabilitasi lahan, dan pengelolaan sampah, program ini bertujuan untuk memperbaiki ekosistem yang terganggu dan mempertahankan keanekaragaman hayati. Program ini juga bertujuan untuk mengurangi dampak perubahan iklim dengan mengurangi emisi gas rumah kaca dan meningkatkan kapasitas adaptasi masyarakat terhadap perubahan iklim. Ini bisa dilakukan melalui kampanye pengurangan emisi, promosi energi terbarukan, dan pendidikan tentang praktik ramah lingkungan. Selain berfokus pada permasalahan lingkungan program Perisai Bumi ini juga berfokus dalam masalah ekonomi, budaya lokal dan wisata yang ada di desa Juntinyuat ini, Pertagas melakukan kolaborasi dengan masyarakat desa Juntinyuat dalam program Perisai bumi ini.

## Gambar 1. 2

### Kegiatan Program CSR Perisai Bumi Pertagas



Sumber: Internal Perusahaan, 2024

Perusahaan seperti PT Pertamina Gas memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat di sekitar wilayah operasinya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk kontribusi perusahaan dalam memperbaiki kondisi sosial dan lingkungan di sekitarnya. Dalam konteks ini, program CSR menjadi instrumen penting dalam upaya pencegahan abrasi pesisir.

Meskipun program CSR "Perisai Bumi" memiliki tujuan yang mulia, namun ada berbagai tantangan dan kendala yang mungkin dihadapi dalam implementasinya. Mulai dari keterbatasan sumber daya, hingga tantangan dalam mengubah perilaku masyarakat dan pemangku kepentingan terkait keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai strategi komunikasi *Public Relations* (PR) yang diterapkan oleh PT Pertamina Gas dalam upaya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Pencegahan abrasi di wilayah pesisir pantai Rembat, Jutinyuat Kabupaten Indramayu.

Program CSR Perisai Bumi Pertagas saat ini bukan hanya berfokus terhadap pencegahan abrasi pantai saja, tetapi program ini juga fokus ke aspek-aspek lainnya

juga. Terdapat 4 program inovasi yang ada saat ini yang berjalan dalam program CSR Perisai Bumi Pertagas, diantaranya; Jaga Raga, Jaga Raya, Jaga Karsa, Jaga Budaya.

**Gambar 1. 3**

Garis Besar Inovasi Sosial



Sumber: Internal perusahaan, 2024

Saat ini, Program CSR Perisai Bumi telah memperoleh bentuk apresiasi atau penghargaan yang luar biasa dari ajang Indonesia *Social Responsibility Award 2024* dan *TJSL & CSR Award*, seperti yang dimuat pada *website* dan *social media* resmi Pertagas, menuturkan bahwa PT Pertamina Gas melalui Program CSR Perisai Bumi Pertagas OWJA memenangkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) Emas pada tahun 2024. Dengan menangnya penghargaan tersebut membuktikan bahwa pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi ini telah mendapatkan perhatian atau respon positif yang luar biasa dari berbagai pihak, utamanya masyarakat luas hingga lembaga Pemerintahan.

Penghargaan itu tak lepas dari kinerja petugas *Community Development Officer (CDO)* dan peran aktif dari masyarakat dalam menjalankan Program CSR Perisai Bumi di Desa Juntinyuat, Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat.

Kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat menjadikan Program CSR Perisai Bumi ini pantas mendapatkan penghargaan tersebut.

Kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat setempat sangat penting dalam program CSR Perisai Bumi ini. Dalam pelaksanaan program CSR Perisai Bumi, partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi program sangat diperlukan untuk mencapai hasil yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi komunikasi *Public Relations* dalam pelaksanaan program CSR menjadi sangat relevan. Dengan memahami latar belakang dan tantangan ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi komunikasi PR yang diterapkan dalam konteks program CSR perusahaan, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi PR dalam mendukung keberhasilan program CSR dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan *stakeholder*-nya.

*Public Relation* adalah sebagai suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dan secara sengaja untuk membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara perusahaan dan masyarakat secara umum. Menurut John E. Maiston, *Public Relations* dapat didefinisikan sebagai sebuah perencanaan, cara berkomunikasi dengan persuasif atau mengajak yang telah didesain untuk mempengaruhi publik yang signifikan (Kasali, 2000:6). Sedangkan menurut Jefkins, *public Relations* yaitu

“*Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara satu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian”. (Jefkins, 1992:9).

Peran *Public Relations* (PR) menjadi sangat krusial. PR memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan mempertahankan hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan (stakeholders) termasuk masyarakat umum, pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan media.

Strategi *public relations* merupakan rencana untuk mendapatkan komunikasi yang diinginkan suatu organisasi. Pendekatan ini melibatkan penentuan target audiens atau khalayak, memilih pesan-pesan yang paling penting, dan menerapkan metode komunikasi yang paling efektif untuk membina dan mempertahankan hubungan positif antara organisasi dan audiensnya. Dennis, Glen, Bryan, dan Shin pada buku "*Public Relations: Strategies and Tactics* edisi ke-11" kutipan mereka adalah:

"Strategi *Public Relations* adalah suatu proses perencanaan yang strategis dan terukur yang bertujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara suatu organisasi dan publiknya." (Dennis L. Wilcox et al., 2015)

*Strategi public relations* yang tepat akan memastikan bahwa pesan dan tujuan dari program CSR perusahaan terkomunikasikan dengan jelas dan efektif. Dengan memahami latar belakang dan konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi *Strategi Public Relations* yang telah diterapkan oleh PT Pertamina Gas, serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan dalam mendukung keberhasilan program CSR Perisai Bumi di Kecamatan Jutinyuat, Kabupaten Indramayu.

Untuk itu, peneliti mengangkat judul penelitian sebagai berikut: "**Strategi *Public Relations* PT Pertamina Gas dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu***"

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah Bagaimana Strategi *Public Relations* PT Pertamina Gas dalam Pelaksanaan. Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana *Fact Finding* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*?
2. Bagaimana *Planning* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*?
3. Bagaimana *Action* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*?
4. Bagaimana *Evaluation* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui secara lebih jelas tentang bagaimana Strategi *Public Relations* PT Pertamina Gas dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *Fact Finding* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area* Indramayu.
2. Untuk mengetahui *Planning* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area* Indramayu.
3. Untuk mengetahui *Action* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area* Indramayu.
4. Untuk mengetahui *Evaluation* PT Pertamina Gas Dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area* Indramayu.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini secara teoritis, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu, baik dalam bidang Ilmu Komunikasi secara umum, serta *public relations* secara khusus. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pemahaman dalam Ilmu Komunikasi, khususnya terkait peran strategi *public relations* dalam membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan serta wawasan baru. Selain itu, Penelitian ini juga memiliki kegunaan lain yaitu:

##### **a. Kegunaan untuk Peneliti**

Bagi Peneliti, kegunaan dari penelitian ini ialah sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan yang sesuai

dengan konsentrasi Ilmu Kehumasan. Penelitian ini juga berfungsi untuk menambah pengetahuan serta menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan pemikiran baru mengenai Strategi *Public Relations* PT Pertamina Gas dalam Pelaksanaan Program CSR Perisai Bumi Bersama Masyarakat di *Operation West Java Area Indramayu*.

#### **b. Kegunaan untuk Akademik**

Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi program studi dan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, secara Khusus bagi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti diharapkan dengan dituliskannya penelitian ini dapat menjadi pembelajaran dan pengajaran di bidang manajemen, komunikasi, dan studi lingkungan. Ini memberikan contoh praktis tentang bagaimana teori PR dapat diterapkan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai tinjauan literatur terutama bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang memiliki kesamaan di dalam bentuk dan kajiannya.

#### **c. Kegunaan untuk PT Pertamina Gas**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Fungsi *Communication Relations* (Comrel) & CSR dan *Community Development Officer* (CDO) untuk mengembangkan serta menjadi evaluasi atau masukkan serta informasi tambahan terkait strategi *public relations* PT Pertamina Gas dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).