

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan berpegang pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen yang baik tentunya akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Saat ini, di Indonesia telah banyak Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkembang seiring dengan pertumbuhan perekonomian negara. Selain itu, BUMN secara tidak langsung membantu pemerintah dalam usaha menekan angka pengangguran dan memperbanyak lahan pekerjaan bagi masyarakat juga sebagai devisa negara.

Penilaian masyarakat terhadap sebuah BUMN tentu tidak muncul secara otomatis, hal ini membutuhkan waktu dan proses yang cukup lama. Salah satu contoh BUMN yang bergerak dibidang pelayanan jaminan sosial, tentu akan mendapat penilaian langsung, apakah pelayanan mereka sudah sesuai atau belum dengan apa yang dibutuhkan, pertanyaan tersebut yang harus dijawab oleh BUMN di Indonesia.

Bagi sebuah perusahaan, penilaian dari masyarakat akan mempengaruhi citra dari perusahaan itu sendiri. Apabila kita sudah berbicara mengenai citra perusahaan tentu saja tidak akan terlepas dari peranan perusahaan di mata masyarakat dan karyawannya. Cara kerja perusahaan yang baik tentunya akan menghasilkan sebuah citra yang baik pula di mata masyarakat. Apabila perusahaan

tidak memperlihatkan sebuah sistem kerja yang baik maka masyarakat akan menilai perusahaan tersebut tidak memiliki kontribusi yang nyata.

Apabila kita sudah berbicara mengenai citra BUMN tentu saja tidak akan terlepas dari peranan BUMN di mata masyarakat dan karyawannya. Cara kerja BUMN yang baik tentunya akan menghasilkan sebuah citra yang baik pula di mata masyarakat. Apabila BUMN tidak memperlihatkan sebuah sistem kerja yang baik, maka masyarakat akan menilai BUMN tersebut tidak memiliki kredibilitas yang baik ataupun kontribusi yang nyata.

Dalam beberapa dekade terakhir, BUMN telah memberi pengaruh yang sangat besar kepada seluruh aspek kehidupan masyarakat luas. BUMN, pemerintah, dan masyarakat luas adalah satu kesatuan yang *interdependent*, saling tergantung satu sama lain. BUMN memberikan peluang kerja, menyumbang pendapatan negara melalui pajak, menyediakan kebutuhan masyarakat dengan barang dan jasa. Pemerintah membuat peraturan-peraturan yang pada intinya memberikan perlindungan dan jaminan kepada BUMN. Sedangkan masyarakat membeli barang dan jasa, menyediakan tenaga kerja dan sebagainya.

Jadi, jika kebijakan BUMN memberi pengaruh baik positif maupun negatif kepada masyarakat, tindakan-tindakan masyarakat juga dapat mempengaruhi kinerja BUMN baik secara langsung maupun tidak langsung. Seiring dengan semakin besar dan luasnya pengaruh BUMN terhadap kehidupan masyarakat, BUMN sudah seharusnya bertanggung jawab terhadap keseluruhan lingkungan, baik internal maupun eksternal BUMN.

Pertanggung jawaban sosial ini lazim disebut sebagai Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial lingkungan biasanya dipahami sebagai cara sebuah BUMN dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, lingkungan dan persoalan-persoalan sosial dan dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dari *shareholders* maupun *stakeholders*. Tanggung jawab sosial lingkungan adalah komitmen BUMN untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya BUMN.

Tanggung jawab sosial lingkungan telah menjadi kewajiban BUMN berdasarkan Undang – Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang tertuang dalam pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sebagai kewajiban, harus dikelola dengan baik agar dana yang dikeluarkan efektif sesuai dengan tujuan dan sasarannya serta memberikan manfaat sosial bagi BUMN.

Suka atau tidak suka, harus dikerjakan sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder*, terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan oleh BUMN dalam hal tanggung jawab sosial lingkungan ini. Prinsip pertama adalah kesinambungan program yang dirancang harus memiliki dampak yang berkelanjutan, berbeda dengan donasi bencana alam yang bersifat sementara.

Prinsip kedua, tanggung jawab sosial lingkungan merupakan program jangka panjang. BUMN mesti menyadari bahwa sebuah bisnis bisa tumbuh karena dukungan atmosfer sosial dari lingkungan di sekitarnya. Karena itu, tanggung jawab sosial lingkungan yang dilakukan adalah wujud pemeliharaan relasi yang baik dengan masyarakat. Prinsip ketiga, tanggung jawab sosial lingkungan mesti

berdampak positif kepada masyarakat, baik secara ekonomi, lingkungan, maupun sosial.

BUMN yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang berperan baik dan program yang berkelanjutan akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat dan di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui program tanggung jawab sosial lingkungan.

Maka dari itu PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung mempunyai program tanggung jawab sosial lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana BUMN itu berada. Dalam penelitian ini peneliti memilih PT TASPEN (Persero) sebagai objek penelitian dikarenakan PT TASPEN (Persero) berhasil meraih penghargaan *The Most Prominent Insurance Company on Supporting TJSL on Social Pilar* pada *TJSL & CSR Awards 2021* yang diselenggarakan oleh BUMN Track, penghargaan ini adalah sebuah bentuk apresiasi bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang telah menjalankan program TJSL&CSR sesuai Permen BUMN PER-05/MBU/04/2021 tentang Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL). Dengan melihat hal tersebut peneliti menjadi tertarik untuk meneliti di PT TASPEN (Persero) karena dengan adanya penghargaan tersebut bisa dipastikan divisi humas dari perusahaan tersebut memiliki keseriusan dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL), peneliti memilih salah satu kantor

cabangnya yaitu kantor cabang umum Bandung dikarenakan sesuai dengan domisili dari tempat tinggal peneliti.

Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan program tanggung jawab sosial lingkungan ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM). Dalam menghadapi tren global dan resistensi masyarakat sekitar BUMN, Maka sudah saatnya setiap BUMN memandang serius pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya, serta berusaha membuat laporan setiap tahunnya kepada *stakeholders*.

PT TASPEN (Persero) yang digolongkan dalam BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Perusahaan ini dibentuk untuk melayani jaminan sosial bagi aparatur sipil negara berdasarkan Pasal 92 ayat (4) dan Pasal 107 Undang- undang nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara. Oleh karena itu, PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung selain berperan penting dalam melayani jaminan sosial bagi aparatur sipil negara, juga ikut berperan penting dalam pelayanan sosial.

Dalam pelayanan sosial tersebut PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung menunjuk bagian yang dapat membantu dalam merealisasikan tujuan tersebut yaitu melalui program tanggung jawab sosial lingkungan, oleh divisi HC & GA (*Human Capital & General Affairs*) dibawah langsung oleh humas PT. TASPEN (Persero) Pusat untuk membantu menyalurkan, membuat dan merencanakan program tanggung jawab sosial lingkungan khusus untuk di wilayah

bandung jadi dengan kata HC & GA (*Human Capital & General Affairs*) merupakan kepanjangan tangan dari humas PT. TASPEN (Persero) Pusat.

Keberadaan Hubungan Masyarakat (HUMAS) di sebuah BUMN mempunyai tujuan yaitu sebagai upaya menciptakan saling pengertian antara BUMN dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi antara BUMN dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Peranan Hubungan Masyarakat (HUMAS) di PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung ditunjukkan kepada masyarakat yang ada dalam organisasi (internal) dan masyarakat luar organisasi (eksternal).

Peranan Hubungan Masyarakat (HUMAS) PT. TASPEN kantor cabang umum Bandung berupa komunikasi internal dan eksternal yang meliputi berbagai cara yang dapat diklasifikasikan kedalam dua jenis, yaitu komunikasi personal atau pribadi dan komunikasi kelompok. Komunikasi dalam hubungan masyarakat (Humas), menjadi sentral dan mempunyai arti penting dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan, sehingga peranan humas PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung berupa program tanggung jawab sosial lingkungan yaitu suatu konsep bahwa organisasi, khususnya BUMN memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, lingkungan dalam segala aspek operasional BUMN dan lain-lain.

Untuk menjalin hubungan baik dengan *stakeholder* humas PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung melalui program tanggung jawab sosial lingkungan dalam membangun citra BUMN. Tanggung jawab sosial lingkungan

berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", dimana ada argumentasi bahwa suatu BUMN dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Hal ini yang menjadi perhatian terbesar dari peran BUMN dalam masyarakat telah ditingkatkan yaitu dengan peningkatan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan masalah etika. Peraturan pemerintah pada beberapa negara mengenai lingkungan hidup dan permasalahan sosial semakin tegas, juga standar dan hukum seringkali dibuat hingga melampaui batas kewenangan negara pembuat peraturan.

Untuk menghadapi kondisi yang mengganggu BUMN, peran humas sangat dibutuhkan dalam mempertahankan citra BUMN. Dalam menjalankan tugasnya, hubungan masyarakat harus menyadari bahwa peranan pokok dan tanggung jawab humas adalah bagaimana menumbuhkan kepercayaan, *goodwill*, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan atau informasi, serta publikasi yang positif kepada publik (khalayak) didukung dengan kiat dan taktik dalam berkampanye dalam memperoleh citra.

Tujuan utama dari hubungan masyarakat adalah mempengaruhi perilaku individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua *audiens*, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan. Salah satu peranan yang biasanya digunakan oleh seorang humas adalah dalam menarik simpati publik adalah dengan program tanggung jawab sosial lingkungan

yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial BUMN terhadap masyarakat. Ada dua hal yang terkait dengan tanggung jawab sosial korporat itu yakni pertimbangan sosial dan lingkungan hidup serta interaksi sukarela.

Hubungan masyarakat harus dapat menjalankan peranannya dengan penuh tanggung jawab. Humas harus dapat menciptakan opini publik yang positif, tanpa melakukan kebohongan publik. Hal ini tidak mudah dilakukan sebab selain hubungan masyarakat bertindak sebagai komunikator (*communicator*) dan perantara (*mediator*), hubungan masyarakat juga mempunyai tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Aspek tanggung jawab sosial humas adalah cukup penting, karena praktisi humas tidak hanya mementingkan keuntungan materi bagi lembaga atau organisasi, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat untuk mencapai sukses dalam memperoleh simpati atau empati dari khalayak. Peranan humas PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung dalam program tanggung jawab sosial lingkungan yang sasarannya adalah pembangunan fasilitas sosial atau umum, pengembangan kesehatan masyarakat, program menumbuhkan ekonomi kerakyatan sosial budaya bagi kesejahteraan masyarakat PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung.

Semua kegiatan ini bertujuan untuk mengimplementasikan program tanggung jawab sosial lingkungan agar dapat membentuk opini dan citra positif dimata masyarakat, khususnya di lingkungan wilayah baik Kota maupun Kabupaten Bandung juga dilakukan pada waktu-waktu tertentu, bila ada hal yang sangat mendesak juga peneliti membatasi program tanggung jawab sosial

lingkungan PT. TASPEN (Persero) kantor cabang umum Bandung yaitu hanya di Kota atau Kabupaten Bandung dan programnya pun hanya mengambil tentang program kemitraan yang dilakukan khusus di Kota Bandung.

Program kemitraan merupakan program yang memiliki fokus kerja dalam mengembangkan aspek pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemberian pinjaman dana kemitraan untuk modal kerja dan investasi serta bantuan pembinaan berupa bantuan pelatihan manajemen usaha, bantuan pemasaran (promosi/ pameran), dan lain-lain. Program ini bertujuan meningkatkan kompetensi usaha mikro dan kecil sehingga mampu menjadi usaha yang unggul dan mandiri serta mampu menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja baru. Melalui program kemitraan ini, TASPEN juga dapat berpartisipasi secara aktif dalam membantu pemerintah mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan pengembangan dan pemberdayaan potensi masyarakat.

Dalam implementasinya juga program tanggung jawab sosial lingkungan, humas mempunyai peran penting, terlebih dalam konteks pembentukan citra BUMN. Dalam pelaksanaannya humas terlibat sejak proses pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi, serta evaluasi untuk mengetahui sikap publik terhadap perusahaan. Sebenarnya tujuan dari implementasi program tanggung jawab sosial lingkungan adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan BUMN di sebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholders* yang difasilitasi BUMN dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya.

Kemudian dalam proses pengembangannya tiga *stakeholders* inti diharapkan mendukung penuh, di antaranya adalah BUMN, pemerintah dan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut **“Peranan Humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Kemitraan Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk menjelaskan rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Peranan Humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Kemitraan Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan ?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana perencanaan yang dilakukan Humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Kemitraan Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan ?
2. Bagaimana pelaksanaan yang dilakukan Humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Kemitraan Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan ?

3. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Kemitraan Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Peranan Humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Kemitraan Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian tentunya memiliki tujuan, dimana tujuan dari penelitian yang dilakukan akan dijelaskan seperti yang tertera di bawah ini. Tujuan-tujuan penelitian meliputi :

1. Untuk mengetahui perencanaan yang dilakukan humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung melalui program tanggung jawab sosial lingkungan kemitraan dalam mempertahankan citra perusahaan.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan yang dilakukan humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung melalui program tanggung jawab sosial lingkungan kemitraan dalam mempertahankan citra perusahaan.
3. Untuk mengetahui evaluasi yang dilakukan humas PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung melalui program tanggung jawab sosial lingkungan kemitraan dalam mempertahankan citra perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan dan wawasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya sehingga mampu menunjang perkembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi dan penelitian ini pun mampu berguna sebagai referensi pengetahuan dan pengalaman bagi seluruh pihak yang tertarik untuk melakukan penelitian tentang tanggung jawab sosial lingkungan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan untuk peneliti

Penelitian ini dapat berguna secara praktis bagi penelitian sebagai pengaplikasian ilmu atau teori yang sudah peneliti dapatkan selama mengikuti perkuliahan khususnya dan peneliti selanjutnya umumnya.

2. Kegunaan untuk Universitas dan Program Studi

Penelitian ini dapat berguna bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan program studi ilmu komunikasi secara khusus sebagai bahan literatur. Literatur ini pun bisa berguna, terutama bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian pada bahan kajian penelitian yang sama.

3. Kegunaan untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diteliti

Penelitian ini dapat berguna sebagai informasi, rekomendasi bagi Humas PT. PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Umum Bandung sebagai bahan evaluasi dan masukan tentang Peranan yang telah dilakukan hubungan

masyarakat (HUMAS) melalui program tanggung jawab sosial lingkungan kemitraan dalam mempertahankan citra perusahaan.