

**IMPLEMENTASI PROGRAM CSR DARMASISWA CHEVRON RIAU
PT. CHEVRON PACIFIC INDONESIA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS PENDIDIKAN**

**Oleh : Olza Triyani
Pembimbing : Dr. Muhammad Firdaus, M.Si**

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya km 12,5 Simpang baru- Pekanbaru 28293
TELP. (0761) 63277/23430

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is essentially a necessity for corporations to interact with local communities. The corporate need to adapt to gain social benefits from its relationship with the local community is trust. In the implementation of CSR required a culture based on ethics that is adaptive.

This study aims to determine the implementation of CSR programs Darmasiswa Chevron Riau PT. Chevron Pacific Indonesia in the field of education, knowing the mechanism of the implementation of the Chevron Riau Darmasiswa CSR program and to know the determinants of the success rate and obstacles of the implementation of Chevron Darmasiswa CSR program. This research uses qualitative research method by using Two Way Asymmetrical Model. Research subjects consisted of 6 informants selected through purposive technique. Data collection is done through observation, interview and documentation. To test the validity of data writers used the method of extension of participation and triangulation.

The results of this study show that the implementation of Darmasiswa Chevron Riau Program runs starting from the initial concept of DCR special scholarship program for the best high school students in every district / city in Riau Province. The parties involved in the implementation of the DCR program are Dinas Pendidikan from the provincial to district/city and the Politeknik Caltex Riau. PR plays the role of responsible publication and build networking with the parties who help. DCR program implementation mechanism starts from the socialization stage, then selection of high school students / MA / SMK in each school with the criteria of general champion 1, 2 and 3 in class XII and register on the website. The next stage of written test of academic ability is done at district/city level. Then the announcement of the results of district-level selection in local print media. Participants who qualify are invited for provincial selection. The final stage of the announcement of the winner of DCR and Inauguration. The determinants of the success rate of the program can not be separated from local community support and school participation in 12 districts/cities. There are no significant obstacles in the implementation of the program. There are still schools located in remote areas who do not know the DCR Program.

Keywords: *Implementation, corporate social responsibility, Darmasiswa Chevron Riau*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat umum sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. CSR berkaitan dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi dalam hal ini berperan untuk mendorong perekonomian yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup.

Melalui CSR perusahaan tidak semata memprioritaskan tujuannya pada memperoleh laba setinggi-tingginya, melainkan meliputi aspek keuangan, sosial, dan aspek lingkungan lainnya (Suharto, 2006:4). Konsep tanggung jawab perusahaan yang telah dikenal sejak 1970-an, merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan pengoperasian perusahaan.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional mendefinisikan CSR: “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”. Definisi tersebut menunjukkan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup

masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2011:47-48).

Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Secara umum CSR merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat dinikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup. Atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada komunitas.

Keberadaan sebuah perusahaan memberikan dampak positif dan negatif bagi semua *stakeholder* atau publiknya. Beragam dampak yang tercipta akan mempengaruhi kredibilitas perusahaan. *Stakeholder* perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang dipengaruhi dan mempengaruhi atau berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan termasuk di dalamnya adalah karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat dan pemerintah yang berperan sebagai regulator.

PT. Chevron Pacific Indonesia (CPI) merupakan anak perusahaan dari Chevron. Chevron merupakan salah satu perusahaan energi terbesar di dunia, Revrikson Baswir, Kepala Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM dalam paparannya selaku pembicara pada acara diskusi publik yang diadakan oleh Jurusan Sosiologi UGM (Selasa, 23 Desember 2014) bertempat di ruang Dekanat Fisipol UGM dengan topik ”Tantangan Politik Ekonomi Indonesia

2015” mengungkapkan bahwa dari 10 perusahaan raksasa migas dunia, Chevron merupakan salah satu dari 10 perusahaan yang dimaksud tersebut. Chevron menempati posisi ke-8 dengan hasil mencapai \$220 Billion dolar, sebuah angka yang fantastis yang dimiliki oleh sebuah Multinasional *Corporate*.

Nilai-nilai perusahaan yang terkandung dalam The Chevron Way menjadi panduan untuk memproduksi energi secara bertanggung jawab dengan tetap melindungi lingkungan dan keanekaragaman hayati dan bekerja dengan mitra-mitra kami untuk memberdayakan masyarakat. Kontribusi PT. Chevron Pacific Indonesia melalui CSR adalah bukti bahwa PT. Chevron Pacific Indonesia membutuhkan lisensi sosial dari masyarakat Riau demi menjaga eksistensi operasi mereka terkhususnya di Riau. Fokus program investasi sosial yang dilaksanakan antara lain: Kesehatan, Pendidikan dan Pelatihan Kejuruan Pengembangan Ekonomi, Lingkungan dan Keanekaragaman Hayati, Kesenian, Budaya dan Infrastruktur Olahraga, Bantuan dan Rehabilitasi Pasca Bencana.

Sesuai dengan nilai-nilai perusahaan Chevron, berinvestasi dalam pendidikan dapat membangun masa depan Indonesia yang lebih kuat. Dengan menyediakan kesempatan untuk mendapatkan pendidikan, PT. Chevron Pacific Indonesia mendukung generasi penerus bangsa ini. Program CSR di bidang pendidikan yang dilaksanakan oleh PT. Chevron Pacific Indonesia cukup beragam. Sebagian besar berbentuk dana pendidikan (beasiswa) dan sebagiannya lagi pengembangan pendidikan di bidang infrastruktur. Bantuan dalam bentuk beasiswa merupakan program CSR yang paling dominan dan sangat menarik minat masyarakat. Dapat dibuktikan dari begitu antusiasnya partisipasinya masyarakat dalam

program-program ini. (Bermitra Menuju Kemandirian, 2010)

PT. Chevron Pacific Indonesia bermitra dengan pemerintah daerah untuk membuka sekolah-sekolah politeknik dimana pelajar Indonesia mengembangkan keahlian teknis yang dibutuhkan perekonomian modern. Untuk di Riau sendiri PT. Chevron Pacific Indonesia telah membangun SMA Negeri pertama di Pekanbaru, SMAN 1, dibangun tahun 1957 dan Politeknik Caltex Riau (PCR) yang berlokasi di Rumbai, Pekanbaru. Selain itu PT. CPI juga mengadakan pelathan kejuruan untuk generasi muda dan pelajar putus sekolah yang bekerja sama dengan pemerintah daerah, LSM, organisasi pemuda, universitas dan sekolah kejuruan. Skema ini dimaksudkan untuk mendiversifikasi ekonomi masyarakat setempat dan membuka kesempatan kerja dengan meningkatkan keahlian generasi muda.

Pada salah satu program beasiswa, Darmasiswa Chevron Riau (DCR), yang ditujukan untuk pelajar SMA kelas XII se-Provinsi Riau, bahkan menimbulkan animo yang sangat tinggi di kalangan siswa. Beasiswa ini dianggap sangat prestis sehingga siswa mempersiapkan diri sebaik-baiknya untuk menghadapi tes beasiswa ini. Program DCR adalah pemberian beasiswa masuk ke perguruan tinggi kepada 65 siswa SLTA berprestasi dari wilayah operasi Chevron di Riau (chevron.com, diakses pada 13 Desember 2016).

Terkait dengan pemaparan di atas, Chevron telah membuktikan komitmennya pada investasi dalam bidang pendidikan dan pelatihan. Kegiatan ini berkontribusi pada pembangunan setempat dan meningkatkan hubungan konstruktif yang memperkuat perusahaan untuk menjalankan usahanya. Melalui fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk membahasnya dikarenakan program beasiswa pendidikan dari PT. Chevron Pacific Indonesia ini telah masuk dan

berkembang menjadi kebutuhan di masyarakat sekitar perusahaan dan perusahaan sangat serius dalam menggarap program ini. Terbukti dari tahun ke tahun, beasiswa secara rutin selalu diberikan kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT. Chevron Pacific Indonesia Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan

Kerangka Dasar Teori

Public Relations (Hubungan Masyarakat)

A. Definisi *Public Relations*

a. Secara etimologi *public relations* berasal dari bahasa Inggris dimana publik itu berarti masyarakat, orang banyak sedangkan *relations* adalah hubungan atau relasi.

b. Terminologi (Menurut Para Ahli)

1. Cutlip dan Center dalam Effendy (2009), PR adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

2. International Public Relations Association (IPRA) dalam Rumanti (2005:11), PR merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk

memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.

3. Onong Uchjana Efendy (2006), *Public relations* adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama.

4. The British Institute Of Public Relations dalam Frank Jefkins (2003:9), *Public Relations* adalah “Keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”.

B. Proses dan Aspek Manajemen Public Relations IPCE

Proses dan aspek manajemen PR lainnya adalah pengumpulan informasi (*information gathering*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), evaluasi

(*evaluation*), disingkat IPCE (Dominick, 2002: 258).

- a. *Information Gathering* (Pengumpulan Informasi)
- b. *Planning Decision* (Perencanaan).
- c. *Communication* (Komunikasi)
- d. *Evaluation* (Mengevaluasi)

Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut bahasa, *Corporate Sosial Responsibility* diartikan tanggung jawab sosial perusahaan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memilih menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk penjabaran dalam pengaturan tersebut. Pada saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap istilah CSR namun secara konseptual semuanya memiliki kesamaan makna. Beragam istilah yang sepadan dengan CSR misalnya *Corporate Responsibility, Corporate Citizenship, Responsible Business, Sustainable Responsible Business, dan Corporate Social Performance*.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif.

Korporat dalam melaksanakan aktifitas bisnisnya tentu tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan secara finansial belaka, akan tetapi keuntungan sosial tentunya menjadi sasaran juga untuk

pada gilirannya akan menguatkan pendapatan *financial*. Ini sering dilakukan oleh korporat berupa penguatan pelanggan sebagai kelanjutan mencari konsumen. Dalam rangka mempertahankan konsumen, segala usaha dilakukannya dan bahkan seringkali terjadi pelanggaran-pelanggaran etika, dan pada akhirnya konsumen atau orang diluar korporat sering mendapatkan dampak negatifnya. Keuntungan sosial diperlukan oleh korporat berupa kepercayaan dari masyarakat terhadap korporat dan pada akhirnya akan dapat mencegah konflik sosial antara masyarakat dengan korporat.

Tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan sebagai usaha perusahaan untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta *stakeholders* atas dasar *voluntary*. Terdapat tujuh hal yang menjadi komponen utama tanggung jawab sosial perusahaan/CSR menurut Wibisono (2007;134) yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Perlindungan lingkungan
Perlindungan lingkungan dilakukan perusahaan sebagai wujud kontrol sosial yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan
2. Perlindungan dan jaminan karyawan
Kesejahteraan karyawan merupakan hal mutlak yang menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam menghargai karyawannya.
3. Interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat
Peran masyarakat dalam menentukan kebijakan perusahaan penting, sehingga perusahaan dengan masyarakat sekitarnya harus menjaga harmonisasi agar bersinergi.
4. Kepemimpinan dan pemegang saham

- Pemegang saham merupakan pihak yang paling memiliki kepentingan terhadap pencapaian keuntungan yang diperoleh perusahaan.
5. Penanganan produk dan pelanggan
Kepuasan pelanggan adalah hal yang utama, sehingga apabila pelanggan puas maka mereka akan repeat order dan keuntungan lebih akan diperoleh.
 6. Pemasok (*Supplier*)
Pemasok merupakan pihak yang menguasai jaringan distribusi. Hubungan yang baik dengan pemasok menguntungkan perusahaan.
 7. Komunikasi dan laporan
Keterbukaan terhadap komunikasi dan pelaporan yang tercermin melalui sistem informasi akan membantu dalam pengambilan keputusan. Diperlukan keterbukaan informasi material dan relevan bagi *stakeholders*.

Penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan dan keputusan menteri, yaitu UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal LN No.67 TLN No.4274, UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Mewajibkan CSR merupakan salah satu upaya pemerintah dan menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi

Menurut (Wibisono, 2007:32-37) dalam Felicia (2015) John Elkington berpandangan bahwa jika perusahaan ingin menjaga kelangsungan hidupnya, maka perusahaan harus memperhatikan 3P, yaitu

pijakan yang seimbang pada aspek *profit* atau keuntungan, *people* atau masyarakat, dan *planet* atau lingkungan. Dengan adanya gagasan tanggung jawab sosial perusahaan/CSR membawa kepada inti dari etika bisnis, di mana perusahaan tidak hanya memikirkan diri sendiri atau hanya berpijak pada *single bottom line*, karena hal ini belum dapat menjamin kelangsungan dan keberlanjutan sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan/CSR merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan dan keberlanjutan perusahaan. Untuk menjamin kelangsungan dan keberlanjutan sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan semua aspek yang meliputi *sustainability* ekonomi, sosial, dan lingkungan atau disebut juga *triple bottom line*.

Perusahaan dan CSR Pendidikan

Sektor pendidikan merupakan sebuah investasi sosial yang strategis dan sangat menentukan bagi masa depan sebuah bangsa, khususnya dalam melahirkan generasi penerus bangsa yang unggul. Namun tentu saja bukan persoalan yang mudah untuk mempersiapkan sebuah sistem pendidikan yang murah dan berkualitas sehingga bisa diakses oleh semua strata sosial masyarakat kita. Dengan pengalokasian *budget* sampai 20% dari total APBN 2017 ternyata masih belum bisa memberikan jaminan peningkatan kualitas dan pemerataan pendidikan di seluruh wilayah Indonesia. Faktanya sampai saat ini kualitas pendidikan diberbagai daerah masih sangat jauh tertinggal dibandingkan dengan kualitas pendidikan diperkotaan. Keterbatasan jumlah dan kualitas tenaga pengajar, keterbatasan sarana prasarana belajar dan keterbatasan untuk mengakses informasi dunia luar menjadi kontributor utama terhadap berbagai ketertinggalan tadi. Dan untuk menanggulangi hal ini, tentunya kita tidak hanya berdiam diri dan

menyerahkan sepenuhnya kepada pemerintah.

Dengan dana CSR yang wajib perusahaan alokasikan untuk masyarakat sekitar bisa menjadi kekuatan luar biasa, dengan catatan setiap perusahaan tadi memiliki komitmen yang kuat untuk memberdayakan masyarakat dan didukung juga oleh kualitas para pekerja sosial yang mengelolanya. Kecenderungan dari banyak perusahaan masih memaknai program *corporate social responsibility* hanya sebatas kegiatan donasi kepada masyarakat, masih belum dimaknai sebagai sebuah upaya serius dari perusahaan yang ditujukan untuk lebih memberdayakan masyarakat lokal. Seperti halnya program CSR untuk bidang pendidikan, selama ini dilaksanakan dalam bentuk pemberian bantuan beasiswa untuk siswa/siswi berprestasi yang berasal dari keluarga yang kurang mampu, bantuan perbaikan sarana belajar sekolah dan pemberian insentif untuk para guru.

Tidak semua perusahaan hanya sekedarnya saja dalam melaksanakan program beasiswa, ada juga beberapa perusahaan yang serius dan justru menjadikan program beasiswa sebagai program unggulan yang tidak hanya memberdayakan namun juga bisa mendorong citra positif bagi perusahaannya. Selain itu beasiswa juga membantu untuk mempersiapkan SDM lokal yang unggul yang bisa mengisi berbagai posisi yang dibutuhkan oleh perusahaan dimasa yang akan datang, serta menjadi media penghubung paling efektif antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. (Zaelani, dalam <http://www.kompasiana.com>, diakses pada 10 Desember 2016)

Darmasiswa Chevron Riau (DCR)

Darmasiswa Chevron Riau (DCR) adalah darmasiswa yang diperuntukkan bagi pelajar berprestasi tingkat SMA di seluruh penjuru Riau untuk melanjutkan kuliah di

perguruan tinggi. DCR pertama kali diselenggarakan pada tahun 2001, dan tahun ini telah memasuki usia satu dasawarsa (10 tahun) dengan jumlah penerima yang terus tumbuh setiap tahun, sesuai dengan perkembangan jumlah Kabupaten/Kota di Provinsi Riau.

Bekerjasama dengan Dinas Pendidikan di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota, PT. Chevron Pacific Indonesia melakukan proses seleksi bertingkat yang ketat untuk menjaring siswa-siswi berpotensi sebagai penerima DCR. Proses seleksi di tingkat Kabupaten/Kota dilakukan sepenuhnya oleh Dinas Pendidikan Kabupaten/Kota. Hasil seleksi tingkat Kabupaten/Kota, dipertemukan dalam satu ajang kompetisi di tingkat final yang ditangani langsung oleh Chevron bekerja sama dengan Politeknik Caltex Riau. Siswa-siswi terpilih utusan daerah semuanya berhak atas darmasiswa, sementara tes terakhir di Chevron Rumbai akan menentukan peringkat mereka yang terbagi atas peringkat I s.d IV.

Program beasiswa khusus bagi siswa-siswi terbaik Riau ini merupakan sumbangsih CPI dalam membantu usaha pemerintah mengembangkan sumber daya manusia. Kontribusi CPI dalam pengembangan SDM di bidang pendidikan telah dimulai sejak tahun 1950-an, dengan pendirian SMA pertama di Pekanbaru. Komitmen CPI dalam memajukan pendidikan di Riau terus berlanjut, di antaranya melalui pemberian beasiswa dan bantuan biaya pendidikan bagi suku Sakai, pelatihan keterampilan untuk para siswa kejuruan, kerja praktek, bimbingan skripsi, magang, pelatihan guru, beasiswa untuk dosen perguruan tinggi, bantuan laboratorium dan peralatannya, perpustakaan dan buku, serta pembangun dan renovasi sarana sekolah.

Seluruh upaya ini dilakukan secara konsisten dari tahun ke tahun. Dengan dasar keyakinan bahwa kemajuan suatu daerah

bertumpu pada SDM yang berkualitas serta berdedikasi tinggi kepada daerahnya, CPI melalui DCR berupaya menumbuhkan dan membina SDM Riau yang tangguh. Satu dasawarsa DCR telah melahirkan banyak calon pembangun Riau di masa kini dan masa depan. Total alumni DCR hingga tahun 2016 adalah sebanyak 1.011 orang, umumnya kuliah di Perguruan Tinggi ternama di tanah air seperti : UGM, ITB, UI, UNPAD, UR (Universitas Riau), UNSRI, UNAND, USU, Politeknik Caltex Riau (PCR), dsb. Banyak alumni DCR yang telah berhasil menyelesaikan kuliahnya dan bekerja.

Putra-putri Riau yang telah berkerja di berbagai bidang tersebut diharapkan dapat memberikan karya terbaiknya di manapun mereka bekerja. Peran mereka di bidangnya masing-masing akan menjadi kontribusi positif dalam membantu negeri dan bangsa ini. (chevronindonesia.com, diakses pada 10 Desember 2016).

Pengertian Implementasi

Pengertian yang sangat sederhana tentang implementasi adalah sebagaimana yang diungkapkan oleh Charles O. Jones (1991), dimana implementasi diartikan sebagai “*getting the job done*” dan “*doing it*”. Jones merumuskan batasan implementasi sebagai proses penerimaan sumber daya tambahan, sehingga dapat mempertimbangkan apa yang harus dilakukan.

Implementasi adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan untuk mengoperasikan program. Pengertian lain mengenai implementasi merupakan proses menjabarkan strategi dan kebijakan ke dalam tindakan dengan mengembangkan program, anggaran dan prosedur. Dalam memulai implementasi, ada tiga pertanyaan yang menurut Wheelen dan Hunger (1995:21) harus dijawab yaitu:

1. Siapa yang akan menjalankan rencana strategis itu?

2. Apa yang mesti dilakukan?
3. Bagaimana cara melakukan apa yang diperlukan?

Proses implementasi yaitu adanya kelompok orang yang menjadi sasaran sehingga kelompok tersebut merasa ikut dilibatkan dan membawa hasil dan manfaat bagi mereka berupa perubahan dalam kehidupan. Keberhasilan sebuah konsep itu diimplementasikan tergantung dari unsur-unsur pelaksanaannya.

Penerapan adalah kemampuan untuk membentuk hubungan-hubungan lebih lanjut dalam rangkaian sebab-akibat yang menghubungkan tindakan dengan tujuan. Implementasi adalah proses untuk memastikan terlaksananya suatu kebijakan dan tercapainya kebijakan tersebut. (www.kumoro.staff.ugm.ac.id, 2008)

Pengertian Program

Program berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah rancangan mengenai asas serta usaha (di ketatanegaraan, perekonomian, dsb) yang akan dijalankan: *beberapa partai menyetujui-pemerintah*.

Program itu sebenarnya adalah kumpulan dari *script-script* yang saling berhubungan yang menghasilkan satu buah hasil. Sedangkan program yang baik itu adalah program yang dapat menerima masukan, memproses data yang dimasukkan dan mengeluarkan hasil atau yang biasa disebut dengan output/keluaran. (www.gabelpro.blogspot, 2008)

Model Two Way Symmetrical

Menurut James E.Grunig yang dikutip oleh Ruslan (2003) salah satu model komunikasi *public relations* yaitu model komunikasi simetris dua arah (*Model Two Way Symmetrical*) yang menggambarkan bahwa suatu komunikasi propaganda (kampanye) melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Melalui model ini, akan lebih mudah untuk membentuk pemahaman

publik dengan strategi komunikasi yang sudah ditentukan sebelumnya karena model ini dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk membentuk saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Dari penjelasan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa model komunikasi *public relations* simetris dua arah (*Model-Two Way Symmetrical*) merupakan model komunikasi memiliki komunikasi timbal balik sehingga lebih dapat dipercaya dalam penyampaian pesannya dan lebih mudah mencapai strategi komunikasi yang diinginkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisis deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan orang lain dalam bahasa dan peristilahannya (Kirk dan Miller dalam Moleong, 2005 : 23).

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Sehingga sesuai dengan

penelitian ini yang cenderung membahas mengenai akibat atau efek yang terjadi dari sebuah kerjasama. Fenomena disajikan secara apa adanya hasil penelitiannya diuraikan secara jelas dan gamblang tanpa manipulasi oleh karena itu penelitian ini tidak adanya suatu hipotesis tetapi adalah pertanyaan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Kriyantono (2011:95) observasi ialah kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan subjek tersebut. Dengan melakukan observasi atau pengamatan, peneliti dapat mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Banister (dalam Poerwandari, 2007) menyatakan wawancara kualitatif dilakukan bila peneliti bermaksud ingin memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang akan diteliti dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain.

3. Dokumentasi

Dokumen menurut Sugiyono, (2009:240) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data mengenai kegiatan. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto.

Hasil Penelitian

Implementasi Program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT. Chevron Pacific

Indonesia Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan

Pendidikan mempunyai peranan dalam meningkatkan kualitas manusia sebagai sumber daya pembangunan. Menurut The World Bank Institute, salah satu komponen utama CSR adalah pengembangan kepemimpinan dan pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu kunci pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berpihak kepada kelompok miskin, maka dunia bisnis sudah semestinya memberikan kontribusi dalam menyediakan akses pendidikan berkualitas.

Implementasi program DCR mengandung beberapa elemen penting yaitu konsep awal program, pihak-pihak yang berpartisipasi dan peran humas dalam pelaksanaan program. Dalam penelitian ini, digunakan model *Two Way symmetrical* dimana melalui model ini bisa digambarkan bagaimana PT. CPI dalam mensosialisasikan program CSR DCR ini agar dapat dimengerti atau dipahami oleh masyarakat terutama di sekitar wilayah operasi PT. CPI sehingga masyarakat dapat mengikutinya. Selain itu pihak PT. CPI juga berkoordinasi dengan pihak-pihak lain yang terkait seperti Dinas Pendidikan Provinsi Riau dan Politeknik Caltex Riau.

Sesuai dengan hasil penelitian, Program DCR terbukti meningkatkan kualitas pendidikan di Riau, dalam hal ini membantu usaha Pemerintah Provinsi Riau dalam mengembangkan sumber daya manusia. Chevron sebagai perusahaan swasta yang melakukan operasi di Indonesia terus berkomitmen menjadi mitra yang baik bagi pemerintah. Sebelumnya pemerintah telah meluncurkan program “Wajib Belajar” yang merupakan salah satu program yang gencar digalakkan oleh Departemen Pendidikan Nasional. Program ini mewajibkan setiap warga negara Indonesia untuk bersekolah selama 9 (sembilan) tahun pada jenjang pendidikan

dasar, yaitu dari tingkat kelas 1 Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) hingga kelas 9 Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiyah (MTs). Namun untuk sekarang Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Puan Maharani telah memberlakukan program wajib belajar 12 tahun mulai Juni 2015. Program ini akan mewajibkan setiap warga negara Indonesia untuk bersekolah selama 12 tahun pada pendidikan dasar hingga kelas 12 Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Madrasah Aliyah (MA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) atau Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK).

Chevron dengan program DCR hadir untuk melengkapi program pemerintah tersebut khususnya untuk di Provinsi Riau. Sasaran program yang merupakan siswa/siswi kelas XII SMA adalah perpanjangan dari program pemerintah yaitu “Wajib Belajar 12 Tahun”. Program DCR diharapkan dapat menghilangkan hambatan anak dari segi ekonomi agar dapat memberikan peluang kepada siswa/siswi berprestasi agar untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi sehingga mampu menjadi sumber daya manusia yang mumpuni.

Mekanisme Pelaksanaan Program CSR Darmasiswa Chevron Riau

Dalam Dominick, 2002: 258, disebutkan bahwa proses dan aspek manajemen PR adalah pengumpulan informasi (*information gathering*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), evaluasi (*evaluation*), disingkat IPCE. Sedangkan pada hasil penelitian, peneliti memulai proses dari tahap sosialisasi karena menyesuaikan dengan judul yaitu implementasi. Namun mekanisme pelaksanaan Program DCR kurang lebih sesuai dengan konsep IPCE.

Pada intinya setiap langkah yang dilakukan oleh Panitia DCR dalam melaksanakan program mengandung unsur komunikasi dan membutuhkan peran Humas. Pada tahap sosialisasi Humas berperan aktif dalam penyebaran informasi tentang DCR, menyediakan material publikasi seperti baliho, iklan di media cetak dan elektronik dan juga melakukan konferensi pers. Selain itu kegiatan komunikasi sangat dibutuhkan ketika berkoordinasi dengan pihak mitra yaitu Dinas Pendidikan dan juga Politeknik Caltex Riau.

Pada tahap seleksi, koordinasi yang telah dilakukan sebelumnya berjalan dengan baik. Hal ini tercermin dari pelaksanaan alur seleksi yang urut mulai dari SMA, tingkat kabupaten/kota dan pada akhirnya sampai ke tingkat provinsi. Itu semua tercapai karena adanya komunikasi yang baik dari Panitia DCR dan pihak terkait. Di tahap akhir yaitu pengumuman ranking pemenang/malam Inaugurasi, Humas berperan untuk mempublikasikan kegiatan ke *website* atau media cetak dan elektronik setempat.

Dari sisi pendekatan pelaksanaan, perusahaan perlu sangat memperhatikan aspek sosial budaya, salah satunya adalah dengan membina hubungan baik yang bersifat timbal balik dengan stakeholder-stakeholder lain, baik pemerintah, swasta maupun dari berbagai tingkat elemen masyarakat. Hubungan baik inilah yang dapat terbentuk dari adanya interaksi antar stakeholder dalam kaitannya dengan penyelenggaraan CSR bidang pendidikan melalui Program Darmasiswa Chevron Riau.

Faktor Penentu Tingkat Keberhasilan dan Hambatan dari Pelaksanaan Program Darmasiswa Chevron Riau

DCR dirancang untuk menyiapkan sumber daya manusia (insani) yang

berkualitas dan berkompetensi untuk mengisi pembangunan dalam rangka otonomi daerah di Provinsi Riau. Lebih lanjut, untuk menyediakan SDM dengan kriteria tersebut dapat dilakukan dalam waktu relatif cepat dan sistem untuk menghasilkannya harus menyamai kualitas sistem pendidikan. Pendidikan adalah salah satu faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan SDM, di samping kesehatan dan gizi masyarakat. Meningkatkan SDM melalui pendidikan akan berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan dan mobilisasi vertikal strata sosial masyarakat.

DCR merupakan program untuk meningkatkan sumber daya manusia Riau yang disponsori oleh CPI ini dinilai sangat tepat sasaran. Sesuai dengan pernyataan mantan Gubernur Riau Saleh Djasit bahwa Riau kaya akan sumber daya alam tetapi miskin dengan sumber daya manusia. Hal ini disebabkan rendahnya pendidikan masyarakat. Oleh karena itu, program DCR adalah sangat berarti dalam percepatan peningkatan pendidikan masyarakat yang pada gilirannya akan dapat mengangkat kesejahteraan masyarakat tempatan.

Kini, DCR telah berusia lebih dari 10 tahun pelaksanaannya dengan jumlah 1.011 siswa Riau yang menjadi alumni dan peserta. Hal ini memberikan sinyal bagi bahwa program ini memang penting dan perlu. Penting karena DCR merupakan hasil kerjasama yang sinergis dengan pihak Departemen Pendidikan di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota dan telah menemukan polanya yang konsisten, simultan dan kerkesinambungan. Perlu, karena ditunggu-tunggu oleh pelajar SMA, orang tua dan guru di seluruh penjuru Riau. Faktor penentu tingkat keberhasilan berjalannya program ini tidak lepas dari dukungan dan partisipasi masyarakat tempatan (kemitraan).

Selain itu masih ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan

program ini baik dari faktor internal maupun eksternal. Dari internal perusahaan sendiri ada audit menyeluruh terhadap semua program yang dijalankan, tak terkecuali program DCR. Kegiatan audit ini menyebabkan pemberhentian sementara seluruh program CSR untuk tahun 2017. Panitia berharap audit segera diselesaikan dan program DCR dapat dilaksanakan kembali. Pada faktor eksternal permasalahan yang dihadapi adalah masih kurangnya sosialisasi panitia ke daerah-daerah terpencil. Hal ini sebaiknya bisa teratasi dengan adanya koordinasi yang lebih baik dengan Dinas Pendidikan kabupaten/kota setempat agar penyebaran informasi dapat sampai hingga pelosok daerah.

Terlepas dari hambatan di atas, simpulan dari tulisan ini adalah program DCR sangat tepat sasaran dalam meningkatkan kualitas sumber daya insani bahkan sangat strategis dan terintegrasi dengan lima pilar pembangunan Riau. Investasi modal insani ini sangat menguntungkan secara finansial dan pada gilirannya akan dapat mengungkit pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Memang investasi di bidang pendidikan sangat mahal tetapi biaya sosial dari manusia yang tidak berpendidikan jauh lebih mahal dari biaya investasi tersebut.

Kesimpulan

- Implementasi Program Darmasiswa Chevron Riau berjalan secara runut mulai dari konsep awalnya yaitu DCR program beasiswa khusus bagi pelajar terbaik yang disaring melalui seleksi ketat dari sekolah lanjutan atas yang ada di setiap kabupaten dan kota yang berada di provinsi Riau. Pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan program DCR antara lain adalah Dinas Pendidikan dan Kebudayaan mulai dari provinsi hingga

kabupaten/kota dan Politeknik Caltex Riau. Selain itu PR sangat berperan penting dalam pelaksanaan Program DCR antara lain membantu dalam hal publikasi melalui *website* media cetak dan elektronik lokal, spanduk, baliho dan juga mengumpulkan wartawan. Selain itu juga Humas juga membangun *networking* dengan pihak luar seperti menjajaki peluang kerjasama dengan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Riau, Politeknik Caltex Riau dan pihak-pihak lain yang membantu.

- Mekanisme pelaksanaan Program DCR dimulai dari tahap sosialisasi, kemudian seleksi siswa SMA/MA/SMK di sekolah masing-masing dengan kriteria juara umum 1, 2 dan 3 di kelas XII di sekolah. Setelah itu dilakukan pendaftaran melalui *website* yang akan diumumkan sebelum program berlangsung. Tahap selanjutnya tes tertulis kemampuan akademis dilakukan secara serentak oleh Panitia DCR di tingkat kabupaten/kota. Langkah berikutnya pengumuman hasil seleksi tingkat kabupaten/kota di media cetak lokal. Peserta yang lolos seleksi kemudian diundang untuk melakukan seleksi tingkat provinsi yang terdiri atas tes kemampuan akademik dan wawancara. Tahap terakhir adalah pengumuman ranking pemenang DCR dan Inaugurasi.
- Faktor penentu tingkat keberhasilan berjalannya program ini tidak lepas dari dukungan dan partisipasi masyarakat tempatan (kemitraan). Kerjasama yang terjalin antar kedua belah pihak menjadi modal awal untuk mesukseskan program ini. Partisipasi dari siswa-siswa SMA dan pihak sekolah yang ada di 12

kabupaten/kota turut menentukan kualitas *output* dari program ini. Tidak ada hambatan yang berarti dalam pelaksanaan program hanya saja masih ada sekolah-sekolah yang berada di pelosok daerah yang tidak mengetahui Program DCR.

Daftar Pustaka

Sumber buku:

- Achmad, Zaenuddin. (2007). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Alwasilah, A. Chaedar. 2006. *Pokoknya Kualitatif : Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Dunia Pustaka Jaya
- Asongu, J.J. 2007. *Strategic Corporate Social Responsibility in Practice*. Atlanta: Greenview Publishing Company
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of Public Relations : Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers
- Baswir, Revrison. 2014. "Ekonomi Politik 2015". Bahan Persentasi disampaikan dalam diskusi Publik yang diselenggarakan oleh Jurusan Sosiologi Fisipol UGM di Yogyakarta pada tanggal 23 Desember 2014
- Bodgan, Robert dan Steven J. Taylor. 1992. *Pengantar Metoda Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional
- Budiyono, Tri. 2011. *Hukum Perusahaan*. Salatiga: Griya Media
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Elkington, John. 1997. *Cannibals with forks, the triple bottom line of twentieth century business*, dalam Teguh Sri Pembudi. 2005. *CSR. Sebuah Keharusan dalam Investasi Sosial*. Jakarta: Pusat Penyuluhan Sosial (PUSENSOS) Departemen Sosial RI. La Tofi Enterprise.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Isa, Wahyudi. 2008. *Corporate Social Responsibility Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Jawa Timur : In-Trans Publishine.
- Jones, Charles O, 1991. *Pengantar Kebijakan Publik (Public Policy)*. Penerjemah Ricky Istamto. Rajawali, Jakarta.
- Leung Luk, C. Yau. Oliver H.M. Tse. Alan CB. Sin. Leo. Chow. Raymond. 2005 "Stakeholder Orientation and Business Performance: The Case of Service Companies in China" *Journal of International Marketing*, 1069031X, Vol 13.
- Lindblom, C.K. 1994. *The Implications of Organisational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure. Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference*. New York.

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Margono. 2006. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Poerwandari, E.K. 2007. Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta: LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Rudito, Bambang Rudito dan Melia Famiola. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memulai Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Suharto, Edi. 2006. *Kebijakan Sosial*, Makalah Seminar. Bandung
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. *Metode Pendidikan Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing
- Wiersma, William. 1990. *Educational Measurement and Testing*. Massachusetts: Needham Heights
- Sumber Jurnal:
- Fithri, Annisa. Efektivitas Pelaksanaan Program DCR (Darmasiswa Chevron Riau) Pada PT. Chevron Pacific Indonesia di Provinsi Riau. Jom FISIP Vol. 2 No. 2. Tahun 2015. Universitas Riau
- Naraduhita, Dea Cendani dan Tjiptohadi Sawarjuwono. *Corporate Social Responsibility: Upaya Memahami Alasan Dibalik Pengungkapan CSR Bidang Pendidikan*. Jurnal Akuntansi & Auditing Volume 8/No. 2 Tahun 2012. Universitas Airlangga
- Pratama, M. Devis dan Dian Sinaga. Strategi Komunikasi dalam Penyebaran Informasi di PT. Chevron Pacific Indonesia. eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol. 1., No. 1. Tahun 2012.
- Sumber online:
- Gabelpro. *Pengertian Program*. <http://gabelpro.blogspot.co.id/2008/06/pengertian-program.html>
- Zaelani, Muhammad Asep. *Program Csr Bidang Pendidikan Sebagai Investasi Sosial*. http://www.kompasiana.com/zaelani_ma/program-csr-bidang-pendidikan-sebagai-investasi-sosial_5520e90f8133116c7419fd12

<https://www.chevron.com/weagree/indonesia/id/>

http://www.chevronindonesia.com/community/edu_training.aspx