

**AKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM COMMUNITY ENGAGEMENT
SEBAGAI BENTUK CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY PT.CHEVRON
TERHADAP MASYARAKAT SAKAI DIDURI**

Oleh :

Dinni Syofyanil
Email: mail.dinnisyofyanil@gmail.com
Pembimbing: Nurjanah, M.si
Jurusan Ilmu komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl.H.R Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru
Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761 63277

ABSTRACT

Community Engangement from about CSR, As one of strategy to increase corporate image is to set up and carry out CSR program are on target. PT Chevron Pacific Indonesia as one of the companies active in the field of oil and gas trying to realize it with focus to carry out CSR program in several operational areas. This research aim to find out how CSR program in the run PT Chevron, and knowing the constraints of PT.Chevron in carrying that CE programs.

This research used qualitative methods with a descriptive approach. The research was conducted at PGPA PT.Chevron distric in duri. With the object of research is the CE program PT. Chevron. And research subject which team manager of Policy Goverment and Public Affair (PGPA) and sakai community's both internally and externally through pruposive sampling. Data collection techniques in this research is observation, interviews and documentation.

The results of this research are that run the company's CE program in several aspecys of life. That is economic,education and then health is related to the role of Public Relations and CSR Officer.CE Program that run the company are prepared in accordance with need and condition of public and the capability of the company itself. By carrying out CE Program as an effort to increase corporate image, PT Chevron Has been able to create good impression on the community and attract public confidence. In carrying program are constraints CE it socializatin between the two parties is considered not maximized evenly in various aspects.

Latar Belakang

Keberadaan sebuah perusahaan memberikan dampak positive dan negative bagi semua *stakeholders* atau publiknya. Beragam dampak yang terciptaakan mempengaruhi kredibilitas perusahaan.

Stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang dipengaruhi dan mempengaruhi atau berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan termasuk didalamnya adalah karyawan, pelanggan, konsumen,

pemasok, masyarakat dan pemerintah yang berperan sebagai regulator.

Bentuk tanggung jawab bisa berupa melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak-anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang tinggal disekitaran perusahaan tersebut beroperasi. Dan masyarakat pun mampu merasakan langsung dampak baik ataupun buruk dari operasional perusahaan tersebut.

Dalam hal ini, suatu bagian yang dapat mengakomodir seluruh kebutuhan yang diperlukan oleh seluruh pemilik kepentingan dari PT. CPI tersebut adalah *Policy, Government and Public Affairs* (PGPA). *Chevron Corporation* sebagai perusahaan asing, yang melakukan eksplorasi alam, pada sebuah lingkungan, baik secara langsung maupun tidak akan bersentuhan dengan ekosistem setempat. Baik itu dengan alamnya, maupun dengan manusia-manusia yang ada di daerah tersebut. Hubungan dengan masyarakat haruslah disikapi dengan strategi komunikasi yang baik, agar dapat menimbulkan hubungan yang harmonis, serta menguntungkan bagi hubungan kedua belah pihak.

Pihak *Policy Government and Public Affairs* (PGPA) dari PT. CPI Distrik Duri telah melakukan banyak hal yang dituangkan dalam rangkaian program *Community Engagement* (CE) sebagai bagian dari kegiatan *Corporate social responsibility* (CSR) dari perusahaan tersebut.

Program *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Kewajiban pelaksanaan CSR sendiri pun mempunyai dasar hukum yang kuat yakni undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang

perseroan terbatas yakni :

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

PT. CPI menggunakan terminologi *Community Engagement* dalam kegiatan CSR-nya karena merasa perusahaan tidaklah hanya sekedar melakukan tanggungjawab social dengan lingkungan sekitarnya. Tapi besar harapan PT. CPI sendiri agar perusahaan dan masyarakat memiliki ikatan yang erat. Sehingga tidak adanya tembok penghalang.

Community Engagement merupakan komunikasi pertalian untuk menjaga kedekatan Chevron dengan pemerintahan, Chevron dengan masyarakat (khususnya) yang berada di daerah operasi perusahaan. *Community Engagement* (CE) adalah bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan program yang didirikan oleh PT. Chevron, merupakan manifestasi dari “*The Chevron Way*” terhadap isu-isu lingkungan, sosial dan tata pemerintahan. CSR tersebut dilaksanakan melalui sistem pengelolaan keunggulan operasi yang ada sebagai bagian dari komitmen perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab dan etis.

Community Engagement (CE) dipakai dalam kegiatan ataupun program pemberdayaan masyarakat PT. CPI di unit bisnis manapun mereka berada. Melalui program CE ini *corporate* diharapkan menjadi bagian integral dari komunitas dimana dirinya beroperasi. Dimana Chevron tidak ingin melihat CE hanya sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab perusahaan saja. Tetapi mampu di harapkan menciptakan sebuah hubungan yang sangat harmonis di komunitas. Masyarakat lokal pun dapat menerima *corporate* sebagai bagian dari kehidupan sosialnya. Sehingga diharapkan tidak ada lagi istilah “tamu” atau “tuan rumah” tetapi kedua belah pihak

berada dalam posisi yang setara, terjadi simbiosis mutualistik. dimana komunitas dapat merasakan manfaat baik secara langsung, maupun tidak langsung.

PT. Chevron Pacific Indonesia adalah perusahaan dari Chevron yang bertugas mengeksplorasi minyak yang ada di Riau. Sebelum diambil alih oleh CPI, perusahaan ini bernama Caltex Pacific Indonesia. Para karyawan CPI ditempatkan di 4 kota di Riau yaitu Dumai, Duri, Minas, Rumbai. CPI juga merupakan perusahaan minyak kontraktor terbesar di Indonesia.

Dari ke 4 kota tersebut, Duri adalah salah ekplorasi penyumbang minyak terbesar di Indonesia. Dimana kawasan perusahaan berada di sekitar masyarakat asli yaitu masyarakat Sakai. Masyarakat Sakai adalah masyarakat asli keturunan pagaruyung yang berpindah-pindah hingga ke daratan Riau. Masyarakat Sakai sendiri pun masuk dalam salah satu daftar kegiatan pelaksanaan CSR yang di terapkan oleh PT. Chevron.

Suatu perusahaan berinisiatif melakukan program *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mendapat citra positif di masyarakat, juga untuk mengakomodasi keinginan, kebutuhan dan kepentingan publiknya. Sehingga pada akhirnya dengan melaksanakan CSR perusahaan akan mampu membina hubungan baik dengan masyarakat dalam jangka panjang. Sebagai contoh salah satu program CSR adalah menimbu kembangkan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam berwirausaha guna menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang lebih penting dari pada sekedar mencari keuntungan (*profitability*).

Dalam pengertian lain, CSR juga diartikan sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan

masyarakat secara keseluruhan (Iriantara, 2004: 49).

Corporate Social Responsibility merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability*, yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain), dimana tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, akan tetapi merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antara *stakeholders*. (Iriantara, 2001: 21)

Alasan penting mengapa harus melakukan *Corporate Social Responsibility*, yaitu untuk mendapatkan keuntungan sosial, mencegah konflik dan persangian yang terjadi, kesinambungan usaha/bisnis, pengelolaan sumber daya alam serta pemberdayaan masyarakat dan sebagai *Licens to Operate*. Jadi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga secara sosial dan lingkungan alam bagi keberlanjutan perusahaan serta mencegah terjadinya konflik.

Chevron selalu berupaya membina hubungan baik dengan publiknya, dengan terus menyusun program-program CSR yang dinilai efektif dan inovatif bagi publik yang dalam hal ini komunitas dan masyarakat. Program CSR yang dijalankan Chevron di pusatkan untuk komunitas perusahaan yan ada di wilayah operasional perusahaan, salah satunya yakni di Kabupaten Bengkalis, Kelurahan Pematang Pudu – Duri.

Secara garis besar PT. CPI melalui program CSR nya memiliki konsep kepedulian terhadap masyarakat pada

beberapa aspek, diantaranya adalah bidang sosial, bidang ekonomi dan di bidang lingkungan.

Dalam penerapannya, PT.Chevron selalu berupaya memperhatikan konsep *triple bottom line*. Contohnya saja dari program CSR yang dijalankan oleh perusahaan Chevron ada beberapa seperti: dalam bidang sosial CSR PT.Chevron menunjukkan kepedulian dengan memberikan beasiswa untuk anak-anak Sakai, pendidikan dan Instruktural. CSR di bidang ekonomi memberikan pelatihan kerja kepada masyarakat Sakai, pengembangan kemampuan diri dan pembekalan kerajinan. Di bidang lingkungan CSR yang diberikan berupa Kesehatan, pengasapan (*fogging*).

CSR bagi PT. CPI tentunya diharapkan sejalan dengan visi misi perusahaan. Visi dan misi perusahaan itu menjadi acuan bagi operasionalisasi perusahaan ke depannya. Pelaksanaan CSR PT. CPI juga menetapkan konsep yang bisa disebut kegiatan sosial (*charity*) seperti pemberian bantuan instruktural pendidikan, kesehatan dan pengembangan usaha. Program CSR yang dijalankan perusahaan masih terhambat berbagai masalah dan sosialisasi program-program CSR yang ingin dijalankan sehingga menyebabkan pengetahuan masyarakat tentang program-program CSR PT. CPI sangat terbatas dan akhirnya menyebabkan partisipasi masyarakat yang kurang maksimal terhadap kegiatan tersebut.

Meskipun begitu, masalah yang dijumpai oleh PT. CPI Distrik Duri sampai hari ini masih terhitung sangat banyak, dan masih harus di adakan evaluasi diberbagai sistem. Permasalahan tersebut antara lain kurang diterimanya keberadaan PT. CPI. serta program-programnya di lingkungan Sakai dimana PT. CPI itu berdiri, sehingga PT. CPI harus melakukan pendekatan kepada hampir seluruh masyarakat Sakai agar dalam pelaksanaannya dapat berlangsung secara merata dan seimbang.

Dalam kehidupan sosial masyarakat Sakai sangat di pengaruhi oleh faktor alam yang terdapat pada mata pencariannya. Masyarakat Sakai memiliki banyak bentuk mata pencaharian, hal ini dikarenakan *system* ekonomi yang di lakukan oleh masyarakat Sakai di pengaruhi kondisi daerah yang mereka tempati atau yang mereka huni.

Kehidupan masyarakat Sakai saat ini sudah banyak di pengaruhi oleh pendatang. Hal ini pun mempengaruhi dari sisi positif mampu mengubah sedikit banyaknya gaya berfikir dan pola hidup suku Sakai sendiri. Mereka juga jarang yang menetap di hutan, tetapi menetap bersama-sama dengan pendatang.

Bagi sebagian besar masyarakat lokal, terutama masyarakat Sakai, PT. CPI Distrik Duri masih dianggap sebagai “tamu” yang dengan semena-mena mengeduk kekayaannya dan membiarkan tuan rumah menjadi penonton dalam himpitan ekonomi yang semakin sulit. Di pihak lain, PT. CPI Distrik Duri merasa telah berbuat banyak melakukan tanggung jawab sosialnya dengan menyalurkan dana yang sangat besar.

Dalam konteks ini penulis merasa ada hal yang belum tuntas sepenuhnya antara perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. *team* yang lebih dikenal dengan istilah *Policy Government and Public Affair* (PGPA) ini juga melaksanakan tahap perencanaan, pelaksanaan, dan juga evaluasi.

Tetapi sampai saat ini, dengan masih banyak konflik yang terjadi antara perusahaan dan publik eksternalnya, maka ada kemungkinan tidak tersampainya pesan dengan baik dari perusahaan kepada publik sasaran. Atau mungkin ada hal yang lebih esensial, seperti adanya perbedaan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Dari perusahaan kepada masyarakat, atau malah mungkin beda pemaknaan ini terjadi antara perusahaan dengan *team* yang melaksanakan program CSR dari PT. CPI Distrik Duri. Sehingga

program CSR yang dilakukan jadi tidak efektif dan tidak tepat sasaran.

Perbedaan akan pemahaman tentang konsep CSR yang oleh perusahaan sangat menarik untuk dikaji. Setiap perusahaan juga bebas menetapkan konsep CSR seperti apa yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan, PT CPI memilih untuk melakukan CSR yang bersifat *charity* atau kegiatan sosial. Menarik untuk di bahas lebih jauh lagi apakah pelaksanaan CSR tersebut bisa memberikan kontribusi yang besar kepada perusahaan atau tidak seperti peningkatan reputasi perusahaan.

Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian yang berhubungan dengan konsep CSR dengan judul “Aktivitas pelaksanaan Program *Community Engagement*(CE) Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Chevron Terhadap Masyarakat Sakai Di Duri”.

Tinjauan pustaka

Corporate Sosial Responsibility adalah komitmen berkelanjutan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup lingkungan kerja dan keluarga mereka serta komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya (*Chandran Nair, ex CEO ERM Asia Pacific*).

CSR juga dapat dikaitkan dengan prinsip bisnis yang mengusulkan bahwa kepentingan jangka panjang bisnis terlayani dengan baik ketika keuntungan dan pertumbuhan dicapai sejalan dengan perkembangan komunitas, perlindungan dan keberlanjutan lingkungan, serta kualitas hidup masyarakat (*Philippine Business Social Progress*)

Namun secara konseptual, banyak pengertian tentang tanggung jawab sosial perusahaan. CSR Forum mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dana terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa

hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (dalam Wibisono, 2007:8). Sedangkan menurut ISO 26000:

“CSR adalah tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi menyeluruh” (Rachman, 2011:17)

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer setelah kehadiran buku *cannibals with FORKS: The triple Botton Line in 21st CenturyBusiness*(1998) karya John Elkington mengembangkan 3 komponen penting *suistabinable development*, yakni *economic growth*, *environment protection* dan *social equity* yang ditugaskan *the world Commission On Environmental and development* (WCED) dalam *brunrtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR dalam 3 fokus yakni 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people* (Wibisono, 2007: 46).

Salah satu definisi CSR Asia berbunyi “*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, social dan lingkungan serasa menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*” (Ruslan: 1999).

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat disimpulkan sebagai komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya : bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang dll. Disini perlu dibedakan antara program *Corporate Social Responsibility* dengan kegiatan *Charity*.

A. Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia aktivitas adalah keaktifan atau kegiatan. Sedangkan CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap social atau lingkungan sekitar perusahaan” (Rachmana, 2011:16). Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa CSR merupakan suatu tindakan yang juga berarti aktivitas atau kegiatan. Aktivitas yang dimaksud adalah aktivitas yang berkaitan dengan pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Aktivitas CSR merupakan bagian dari aktivitas humas atau PR. Dalam CSR seseorang PR diharuskan mampu membina hubungan baik dengan para publiknya, baik internal maupun eksternal, juga mampu menciptakan program-program yang di nilai mampu mencapai tujuan dan sasaran.

Program CSR dapat dikatakan tabungan untuk masa depan perusahaan, karena keuntungan secara finansial namun lebih kepada kepercayaan dari masyarakat. Komitmen CSR pada intinya merujuk pada aspek-aspek perilaku perusahaan, termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut 2 element kunci :

1. *Good Corporate Governance* yakni mengenai etika bisnis, manajemen sumberdaya manusia, jaminan sosial bagi pegawai, serta kesehatan dan keselamatan kerja.
2. *Good Corporate Responsibility* yakni mengenai pengembangan masyarakat (*community development*), pelestarian lingkungan, perlindungan konsumen, hak asasi manusia dan

penghormatan terhadap hak-hak pemangku kepentingan lainnya.

Jadi CSR sangat terkait dengan tata kelola organisasi yang baik karena tata kelola organisasi adalah suatu tatanan aturan yang mengatur masalah-masalah perusahaan yang artinya kepentingan perusahaan dan semua *stakeholders*. Dalam konteks operasional, tata kelola perusahaan yang baik dan memenuhi kaidah hukum serta etika bisnis, akan menghindari konflik antara perusahaan dengan *shareholders*.

B. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dari berbagai pengalaman yang berkembang selama ini, praktik-praktik CSR umumnya berdasarkan pada nilai-nilai etis dan penghargaan perusahaan terhadap keberadaan serta peranan seluruh tenaga kerja, masyarakat, lingkungan sosial maupun lingkungan alam. Karena itu, seringkali CSR dapat dijelaskan sebagai “Pengambilan keputusan bisnis yang terkaitkan secara langsung dengan nilai-nilai etis, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan, serta penghargaan atas keberadaan dan peranan tenaga kerja, masyarakat, dan lingkungan. Mengacu pada praktik serta pengalaman penerapan CSR, definisi lain mengenai CSR yang digagas oleh Holmes dan Watts cukup representatif untuk menjelaskan maksud CSR sebagai suatu “Komitmen perusahaan yang berkelanjutan untuk selalu bertindak etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi sembari meningkatkan kualitas hidup para karyawan dan keluarganya, komunitas lokal maupun masyarakat luas”.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu elemen penting dalam kerangka berlanjut usaha suatu industri yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Definisi secara luas yang ditulis sebuah organisasi dunia *World Business Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan

memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaanya beserta seluruh keluarga.

Sedangkan menurut Nuryana, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintergrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Konsep CSR bertujuan untuk menjelaskan bagian tanggung jawab perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, sehingga konsep pembangunan berkelanjutan menjadi dasar pijakannya. Konsep ini menegaskan betapa pentingnya peranan CSR sebagai perpanjangan tangan perusahaan untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan dapat terjaga maka desain program-program CSR juga harus bersifat berkelanjutan, tidak parsial. Program CSR yang berkelanjutan jelas membutuhkan ketegasan komitmen dari perusahaan serta seluruh *stakeholder* untuk mengawal perjalanannya.

Bank dunia menyebutkan, CSR sebagai media atau sarana untuk mewujudkan pembangunan ekonomi, pendidikan dan kesehatan masyarakat lokal, penanggulang bencana alam, maupun pelestarian lingkungan yang dapat dilakukan bersama-sama pemerintah.

Denga demikian, pada dasarnya setiap perusahaan memiliki kewajiban sosial yang luas dan selalu melekat pada setiap aktivitas bisnisnya. Tanggung jawab sosial tersebut tidak lepas dari keberadaan perusahaan yang tidak akan pernah dapat melepaskan diri dari lingkungan sekitarnya, baik lingkungan sosial masyarakat lokal maupun lingkungan alam.

Metode Penelitian

Dalam penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif

bermaksud untuk memberikan uraian mengenai suatu gejala sosial yang di teliti secara mendalam. Penelitian mendeskriptifkan suatu gejala berdasarkan pada situasi dan pengamatan yang dijadikan dasar dari tidaknya suatu gejala yang diteliti (Slamet, 2006 :7)

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi pada penelitian ini dan bersifat deskriptif yang hanya berisikan situasi atau peristiwa yang tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Melalui pendekatan kualitatif tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha mengamati, menginterpretasi data mengenai kegiatan CSR tersebut (Moleong, 2007:5).

Subjek dalam penelitian ini adalah sumber penelitian dalam mengambil informasi (informan) yang telah ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu 3 (Tiga) orang Team PGPA distrik duri-bekasap, 1 orang pegawai sub bagian CE (*Community Enggament*), 1 orang manager PGPA, dan 1 orang pegawai PGPA. 2 (Dua) Orang Masyarakat Sakai dan 1 (Satu) Orang pemuka masyarakat Sakai.

Objek penelitian adalah sesuatu yang melekat dan dipermasalahkan (Arikunto 2002: 116). Objek dalam penelitian ini adalah pelaksanaan *Community Enggament* dalam bentuk *Corporate Sosial Responsibility* PT.Chevron terhadap masyarakat Sakai di kelurahan pematang pudu- Duri.

Hasil Dan Pembahasan

A. Pelaksanaan Program *Community Engangement* sebagai bentuk *Corporate Sosial Responsibility* PT.Chevron terhadap masyarakat Sakai

Perusahaan yang baik tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap ketertarikan lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Secara umum *Corporate Sosial Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan dengan

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 dan mendapatkan citra yang baik dikawasan perusahaan beroperasi.

Begitu juga dengan Chevron yang menggunakan istilah *Community Engagement* dalam program-program tanggung jawab sosial perusahaan. Hal itu dikarenakan Chevron tidak ingin melihat CE hanya sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab dari perusahaan saja. Tapi jauh dari itu, CPI berharap terciptanya sebuah hubungan yang sangat harmonis, dan pastinya menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik masyarakat maupun perusahaan. karena itu Chevron dalam program-program pemberdayaan masyarakatnya, mengarah ke sebuah hubungan (*Engagement*) antara masyarakat setempat dan Chevron. *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa dikenal *Community Enggament* yang diberikan Chevron kepada masyarakat lokal atau masyarakat sekitar wilayah kerja Chevron meliputi bidang sosial, bidang ekonomi dan bidang lingkungan. Yang diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan dan mensejahterakan masyarakat sekitar area kerja Chevron.

B. Program CSR dalam bentuk *Community Engangement* di bidang Ekonomi

Chevron berkomitmen untuk memperbaiki kondisi ekonomi dimana Chevron beroperasi. Upaya Chevron dalam

bidang ekonomi yaitu meningkatkan kualitas hidup yang berkelanjutan dan menciptakan lapangan kerja untuk mendorong kemandirian masyarakat dengan memberikan program-program yang dapat meningkatkan standar hidup.

Chevron sangat memperhatikan perekonomian masyarakat setempat khususnya Distrik Duri dengan masyarakat lokalnya masyarakat Sakai. Karena perekonomian dilingkungan daerah operasi merupakan sorotan utama *public*. Perusahaan harus mensejahterakan masyarakat tempat mereka beroperasi agar menghilangkan stigma negative tentang mengeksplor tanpa memperdulikan daerah operasi terutama masyarakat lokalnya.

Berikut ini merupakan hasil wawancara yang diperoleh dari pegawai Chevron :

Seperti yang dinyatakan oleh ibu Dian Paramitha dalam wawancara sebagai berikut:

“Yang nggak kalah pentingnya itu dibidang ekonomi, kita akhir-akhir ini baru aja ngadain pelatihan kerja untuk masyarakat Sakai, seperti bengkel dan listrik untuk pria dan salon serta kursus memasak kue untuk wanita. Nanti kan kalo udah bisa tinggal dikasih fasilitas aja supaya bisa di dimanfaatkan buat nambah penghasilan. Selain pelatihan kita juga ada masyarakat binaan. Di Duri kita punya rumah binaan untuk ibu-ibu dalam pembuatan kerajinan tangan dari bahan-bahan daur ulang, pengolahan sabut kelapa dan pembuatan keripik dan kue kering lainnya. Kan lumayan, buat ibu-ibunya dari pada nggak ada yang dikerjain dirumah, ikut bergabung d rumah binaan aja bisa nambah penghasilan juga.”

Pelaksanaan program CSR di bidang ekonomi ada yang dilaksanakan secara langsung dan ada yang bekerjasama dengan kelompok masyarakat.

Seperti yang diutarakan Tokoh masyarakat Sakai, Bapak Iwan Amir berikut ini:

“Chevron memberikan kami pelatihan untuk dapat menghasilkan usaha, banyak dari masyarakat yang mengikuti, dan mereka juga sangat antusias dalam mengikuti setiap program yang diberikan, walaupun awalnya susah untuk meyakini mereka, tetapi program ini sangat bermanfaat bagi kami” (Wawancara, 01 Maret 2015).

Dilihat dari hasil wawancara tersebut dapat kita artikan Menggandeng kelompok masyarakat dirasakan sangat membantu karena kebutuhan masyarakat dapat tersampaikan kepada perusahaan melalui kelompok atau tokoh masyarakat.

C. Pelaksanaan Program CSR dalam bentuk *Community Engagement* Bidang Sosial

Program CSR dibidang sosial mencakup serangkaian kegiatan yang berdampak positif terhadap peningkatan kualitas kehidupan beberapa aspek kehidupan masyarakat yaitu pendidikan, seni budaya, dan infrastruktur.

Dibidang Infrastruktur sendiri adalah pembangunan tempat ibadah yang ada dikawasan tempat perusahaan beroperasi.

Seperti yang di ungkapan Bapak Iwan Azof sebagai berikut:

“Dibidang infrastruktur kita memang bekerjasama dengan pihak terkait dengan program kita, misalnya untuk

pembanguna tempat ibadah seperti mesjid babussalam, kita juga membantu dalam pembangunan MDA tempat anak-anak mampu belajar ilmu agama dengan nyaman. Hanya saja kendala yang kita jumpai paling hanya himbauan kepada masyarakat yang tidak begitu di iyaikan oleh mereka. Oleh karna itu kita bekerjasama dengan pemuka masyarakat, apalagi program di bidang ini kan juga membantu mereka. harapan kami agar masyarakat dapat menjalankan rohani dengan nyaman.”

Berdasarkan kutipan wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa aktivitas CSR dibidang Infrastruktur yang dijalankan PT.Chevron masih sebatas pembangunan, dan untuk menjalankan program ini team CSR masih harus melakukan pendekatan kepada masyarakat

D. Pelaksanaan Program CSR dalam bentuk *Community Enggament* Bidang Lingkungan

Dalam bidang yang satu ini Chevron berkomitmen untuk beroperasi secara bertanggung jawab dan ramah lingkungan dengan mendukung berbagai program perlindungan lingkungan, pengasapan (*Fogging*) dan Kesehatan. program CSR dibidang lingkungan yang diberikan Chevron kepada Masyarakat Sakai yaitu pemberian *Zero Water Discharge* (Zewadi) yang menghapuskan pembuangan air terproduksi atau air yang terkontaminasi dengan tumpahan minyak mentah atau minyak lainnya. Chevron memberikan bantuan air bersih kepada masyarakat Sakai untuk mendukung kehidupan yang lebih sehat. Sebab kehidupan sehat juga dimulai dengan

lingkungan sehat yang tidak tercemar bahan kimia berbahaya.

Selain itu bioremediasi lingkungan juga di jalankan untuk membantu memulihkan lingkunganyang terkena baham kimia akibat proses produksi. Namun dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk memperbaiki itu semua sebab bioremediasi ini menggunakan mikro organisme dalam proses pemulihan tanahnya. Seperti yang di utarakan oleh Bapak Iwan Azof selaku manager PGPA Duri sebagai berikut:

“Program CE yang kami berikan untuk masyarakat Sakai yaitu pemberian *Zero Water Discharge* (Zewadi) yang menghapuskan pembuangan air terproduksi atau air yang terkontaminasi dengan tumpahan minyak mentah atau minyak lainnya, selain itu kami juga melakukan bioremediasi tanah untuk menghilangkan kandungan kimia dalam tanah akibat tumpahan minyak mentah dalam proses pengeboran dengan menggunakan mikro organisme, sejauh ini usaha yang kami lakukan dalam bidang lingkungan untuk membantu masyarakat suku Sakai sangat membantu masyarakat yang kekurangan dan susahnya mencari air bersih bukan hanya itu proses bioremediasi lingkungan selain membantu memulihkan tanah juga menjaga lingkungan menjadi nyaman”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut kita dapat melihat PT.Chevron selaku pemberi bantuan selalu berupaya agar lingkungan tempat ia beroperasi tidak luput dari jangkauan mereka. Bukan hanya itu saja selain memperhatikan

lingkungan, bagian kesehatan lain nya yang diberikan oleh PT.Chevron

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- Ruslan, Rosady. 2006. Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarata : PT. Raja. Grafindo Persada
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya: Media Grapka
- Widjaja, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama, Risiko Hukum & Bisnis. Perusahaan Tanpa CSR, Jakarta: Forum Sahabat
- Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Semarang : Graha Ilmu.
- Rachman. 2011. Panduan Lengkap Perencanaan CSR. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardiyanto. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung ; Remaja Rosdakarya.
- Untung. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- SUMBER LAIN :
- Idris , Abdul Rasyid. 2005. *Corporate Social Responsibility (CSR) Sebuah Gagasan dan Implementasi*. (<http://www.fajar.co.id/>, diakses pada 22 November 2014)
- Majalah Kilas. 2012. Edisi Khusus Desember 2012. Jakarta: EMP PR Shared Function
- Pedoman Tata Kerja No. 025 tentang Pelaksanaan *Comunnity Enggament*
- Siregar. 2007. Analisis Sosiologi terhadap *Implementasi Corporate Social*

Responsibility pada Masyarakat daerah
Operasi Perusahaan.

Van Marrewijk, M and M Were. 2003.
Multiple Level of Corporate Sustainability.
Jurnal of Bussines Ethic.