ANALISIS IMPLEMENTASI DAN AKTIVITAS PR DALAM PROGRAM CSR

(STUDI DESKRIPTIF IMPLEMENTASI DAN AKTIVITAS PR DALAM PROGRAM CSR AKADEMI KOMUNITAS PADA PT. PEMBANGKITAN JAWA-BALI)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Whisnu Dwi Satria

13321158

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

SKRIPSI

Analisis Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR

(Studi Deskriptif Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR Akademi Komunitas Pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali)

Disususn Oleh

WHISNU DWI SATRIA

13321158

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi,

Tanggal: 20 SEP 2018

Dosen Pembimbing Skripsi

Raden Narayana Mahendra, S.sos, M.A
NIDN. 0520058402

SKRIPSI

Analisis Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR

(Studi Deskriptif Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR Akademi Komunitas Pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali)

Disusun oleh

WHISNU DWI SATRIA

13321158

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 20 SEP 2018

Dewan Penguji :

Penguji 1 : **Raden Narayana Mahendra, S.sos., M.A.** (.....)
NIDN. 0520058402

Penguji 2 : **Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A.** (.....)
NIDN. 0505068902

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A.
NIDN. 0516087901

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Whisnu Dwi Satria
NIM	: 13321158
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Analisis Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR Akademi Komunitas Pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali)

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun seperti plagiasi, pembuatan skripsi oleh orang lain atau pelanggaran yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia. Karena itu skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya plagiasi atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagai mana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi saya ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang diterapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 20 September 2018

Yang Menyatakan,



Whisnu Dwi Satria

NIM. 13321158

MOTTO

"Berdzikir Kuat, Berfikir Cepat, Bertindak Tepat"

Darul 'ulum

"Nothing Good, Comes Easy"

Whisnu Satria

PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada:

Yth. Bapak dan Mama, Beserta Yth. Kakak dan Adik-Adik dalam Keluarga Bpk. Sunardi

Serta dipersembahkan kepada:

Darul ‘Ulum

&

Pendidikan Indonesia

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahhirabbil'alamin, Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi Dan Aktivitas PR Dalam Program CSR Akademi Komunitas Pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali). Penelitian ini sendiri memiliki tujuan untuk mengetahui serta mendeskripsikan bagaimana implementasi dan aktivits PR dalam CSR pada perusahaan dan mengetahui serta mendeskripsikan faktor pendukung dan pengambat dalam implementasi CSR pada perusahaan.

Shalawat serta salam selalu tercurahkan keapa junjungan kita Nabi Muhammad SAW, berserta keluarga, para sahabat, dan para tabi'in yang selalu berjuang di jalan Allah SWT untuk menegakkan Islam hinga akhir zaman.

Terlepas dari itu penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari orang-orang di sekitar penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan bantuan baik secara moril dan materil, banyak hal yang telah penulis lalui, banyak pengalaman dan ilmu yang penulis dapatkan selama menyusun skripsi ini. Maka untuk itu penulis mengucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik, kepada :

1. Bapak dan Mama yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tidak pernah putus kepada penulis, serta kakak dan adik yang selalu mendukung penulis.
2. Bapak Narayana Mahendra Prasetya, S.Sos, MA, dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memotivasi demi sempurnanya penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos, MA, selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan sekaligus dosen pembimbing akademik yang banyak membantu penulis dalam masa kuliah di Universitas Islam Indonesia.
4. Pak Puri Handoko dan Bapak Mul selaku Ass. Officer CSRyang bersedia membantu peneliti, dan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber wawancara.

5. Para Alumni Akademi Komunitas PJB yang sudah bersedia membantu peneliti dan meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan bertukar pikiran mengenai programm CSR Akademi Komunitas.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2013 yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Santri Pondok Pesantren Darul ‘Ulum Rejoso Peterongan Jombang Jawa Timur
8. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam rangka memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan, serta dapat menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya. Penulis berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan dari seluruh pihak yang telah membantu penulis selama ini.

Wassalamu’alikum Wr. Wb

Yogyakarta, 20 September 2018

Penulis

Whisnu Dwi Satria

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan ……..……..…….... I
Halaman Pengesahan ……..…… II
Pernyataan Akademik ……..... III
Halaman Motto ……..... IV
Persembahan ……..... V
Kata Pengantar ……..... VI
Daftar isi ……...……..... VIII
Daftar Tabel ……..……..... X
Daftar Gambar ……..……..... XI
Abstrak..... XII
***Abstract*..... XIII**
BAB 1 PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Tinjauan Pustaka 8
1. Penelitian Terdahulu 8
2. Kerangka Teori 11
F. Metode Peneltian 29
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 29
2. Lokasi dan Waktu Penelitian …..... 30
3. Narasumber Penelitian ……..... 31
4. Pengumpulan Data 31
5. Analisis Data 34
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 36
A. PT. Pembangkitan Jawa-Bali 36
B. Visi Misi PT. Pembangkitan Jawa-Bali 37
C. Struktur Organisasi PT. Pembangkitan Jawa-Bali …….... 37
D. Visi Misi Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali 39
E. Akademi Komunitas Sebagai Program *Corporate Social Responsibility* 40
BAB III TEMUAN PENELITIAN..... 42
A. *Corporate Social Responsibility* (CSR) 43
a. Model atau Pola pada Program CSR 43
b. Kriteria CSR 45
c. Unsur CSR …..... 50
d. Manfaat Tanggung Jawab Sosial 54
B. Implementasi *Corporate Social Responsibility* 57
a. Sosialisasi 57
b. Perencanaan 58
c. Penerapan 60
d. Evaluasi 64
e. Pelaporan 66
C. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi CSR 69
a. *Building Human Capital* 69

b. *Strengthening Economies* 70
c. *Assesing Social Cohesion* 70
d. *Encouraging Good Corporate Governance* 71
e. *Protecting the Environment* 71
D. Aktivitas *Public Relations* dalam CSR 72
a. *Research* atau Riset 72
b. *Action* atau Perencanaan 74
c. *Communication* atau Komunikasi 77
d. *Evaluation* atau Evaluasi 78
BAB IV PEMBAHASAN 83
A. Akademi Komunitas Sebagai Program CSR 83
B. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi CSR 87
C. Implementasi dan Aktivitas PR dalam CSR Akademi Komunitas 89
a. Riset 90
b. Perencanaan 91
c. Sosialisasi 94
d. Penerapan/Aksi 95
e. Evaluasi 95
f. Pelaporan/Komunikasi 100
D. Analisis SWOT Pengelolaan Program CSR Akademi Komunitas 101
BAB V PENUTUP..... 112
A. Kesimpulan..... 112
B. Keterbatasan Penelitian…..... 116
C. Saran…..... 117
Daftar Pustaka..... 119
Lampiran …….. 124

DAFTAR TABEL

3.1 Nama, Jabatan dan Waktu Narasumber 42
4.1 Analisis SWOT Riset 102
4.2 Analisis SWOT Perencanaan 103
4.3 Analisis SWOT Sosialisasi 105
4.4 Analisis SWOT Penerapan/Aksi 106
4.5 Analisis SWOT Evaluasi 107
4.6 Analisis SWOT Pelaporan/Komunikasi 109
4.7 Analisis SWOT Implementasi dan Aktivitas PR 110

DAFTAR GAMBAR

2.1 Penanda Kantor Pusat PT. Pembangkitan Jawa-Bali 36
2.2 Visi dan Misi PT. Pembangkitan Jawa-Bali 37
2.3 Struktur Organisasi PT. Pembangkitan Jawa-Bali 38
2.4 Visi dan Misi Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali 39
2.5 Panduan Program CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali 40
2.6 Sasaran Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali …..... 41
3.1 Fasilitas Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali 49
3.2 Acara Wisuda Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali 50
3.3 Struktur Divisi CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali …..... 62
3.4 Evaluasi CSR (SROI) PT. Pembangkitan Jawa-Bali 65
3.5 Penerimaan Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali 66
3.6 Cover Laporan Tahunan CSR 2012 PT. Pembangkitan Jawa-Bali 67
3.7 Cover Laporan Tahunan CSR 2013 PT. Pembangkitan Jawa-Bali 67
3.8 Cover Laporan Tahunan CSR 2014 PT. Pembangkitan Jawa-Bali 68
3.9 Cover Laporan Tahunan CSR 2015 PT. Pembangkitan Jawa-Bali 68
3.10 Cover Laporan Tahunan CSR 2016 PT. Pembangkitan Jawa-Bali 69
3.11 Penghargaan CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali 78

ABSTRAK

Whisnu Dwi Satria. 13321158. Analisis Implementasi dan Aktivitas PR Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR Program CSR Akademi Komunitas Pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi dan aktivitas *public relation* program *corporate social responsibility* akademi komunitas PJB. Program akademi komunitas PJB merupakan program pengembangan masyarakat dan terbentuk karena pembangkitan PLTU di daerah-daerah serta kebutuhan sumber daya manusia, terbentuknya program akademi komunitas juga didukung dengan adanya Undang-undang Nomer 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Implementasi pada program akademi komunitas PJB, dimulai dari sosialisasi (*engagement*), perencanaan (*assessment, plan of action*), penerapan (*action and facilitation*), evaluasi (*evaluation*), dan pelaporan. Sedangkan aktivitas PR yang digunakan pada program akademi komunitas PJB ialah analisa kebutuhan atau riset (demografis, pendidikan dan kepemimpinan), perencanaan (pengenalan situasi, penetapan tujuan, definisi khalayak, pemilihan media, perencanaan anggaran dan pengekuran hasil).

Metode yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data yaitu wawancara bersama Ass. Officer CSR dan wawancara bersama para alumni akademi komunitas PJB, serta pengumpulan data melalui dokumen perusahaan, dan kemudian melakukan analisis data yang telah dikumpulkan.

Hasil dari analisis yang telah dilakukan maka program CSR perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali termasuk pada tanggung jawab ekonomi, legal, etika dan diskresioner. Selain itu, terbentuknya akademi komunitas PJB memberikan manfaat seperti peluang bisnis baru, menarik dan mempertahankan mitra bisnis berkualitas, kerjasama dengan komunitas lokal dan dukungan pemerintah. Selanjutnya, implementasi akademi komunitas PJB memiliki faktor yaitu *building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion* dan *encouraging good corporate governance*. Dan hasil analisis berikutnya pada aktivitas PR adalah PT. Pembangkitan Jawa-Bali melakukan riset, perencanaan dengan metode partisipatif, sosialisasi dan penerapan bersama mitra bisnis (Politeknik Elektronik Negeri Surabaya), menggunakan *sosial return on investment* (SROI) untuk evaluasi dan laporan tahunan sebagai media komunikasi.

Kata Kunci:

Akademi Komunitas, Pengembangan Masyarakat, Implementasi dan Aktivitas PR

ABSTRACT

Whisnu Dwi Satria. 13321158. Analysis of CSR Program Implementation and PR Activities (Descriptive Study of Implementation and PR Activities of Community Academy CSR Programs at PT. Pembangkitan Jawa-Bali). Undergradute Thesis. Communications Department. Faculty of Psychology and Socio – Cultural Science, Islamic University of Indonesia. 2018.

This study aims to describe the implementation and activities of public relations programs of corporate social responsibility of the PJB community academy. The PJB community academy program is a community development program and was formed due to the generation of PLTU in the regions as well as human resource needs, the establishment of community academy programs was also supported by the Law Number 12 of 2012 concerning Higher Education. Implementation of the PJB community academy program, starting from socialization (engagement), planning (assessment, plan of action), implementation (action and facilitation), evaluation (evaluation), and reporting. Whereas public relations activities used in the PJB community academy program are needs analysis or research (demographic, education and leadership), planning (situation recognition, goal setting, audience definition, media selection, budget planning and results restraint).

The method used is a qualitative descriptive approach. This research begins with data collection, namely interviews with CSR Assistant Officers and interviews with the PJB community academy alumni, and data collection through company documents, and then analyzing data that has been collected.

As a result of the analysis that has been carried out, the CSR program of the Pembangkitan Jawa-Bali company is included in economic responsibility, legal, ethical and discretionary. The establishment of the PJB community academy provides benefits such as new business opportunities, attracting and retaining quality business partners, collaboration with local communities and government support. Furthermore, the implementation of the PJB community academy has a factor, building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion and encouraging good corporate governance. And the results of the next analysis on public relations activities are PT. Pembangkitan Jawa-Bali conducts research, planning with participatory methods, socialization and implementation with business partners (Electronics Engineering Polytechnic Institute of Surabaya), using social return on investment (SROI) for evaluation and annual reports as communication media.

Keywords:

Community Academy, Community Development, Implementation and PR Activities

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahan pada hakikatnya memiliki tujuan menghasilkan laba atau profit sebesar-besarnya, dengan cara memproduksi barang atau jasa. Secara garis besar, perusahaan akan menekan pada tingkat kerugian dan memaksimalkan keuntungan. Dan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkannya strategi, karena strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan serta mencapai keunggulan dalam bersaing (Rangkuti, 2008: 3-4). Kehadiran perusahaan juga menjadi salah satu pendorong perekonomian Nasional serta menciptakan lapangan pekerjaan. Namun, dari dampak positif tersebut, kehadiran perusahaan juga menimbulkan dampak negatif pada masyarakat. Masyarakat yang merupakan suatu kelompok dapat langsung merasakan akan dampak perusahaan, terlebih lagi yang berada di sekitar perusahaan seperti perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yang mendirikan PLTU di daerah-daerah. PT. Pembangkitan Jawa-Bali sendiri perusahaan pembangkitan listrik, anak perusahaan dari PLN (Perusahaan Listrik Negara). Oleh sebab pendirian PLTU di daerah-daerah, masyarakat dapat dikatakan sebagai media perusahaan yang turut menstabilkan perusahaan, karena masyarakat yang langsung merasakan dampak negatif dari hadirnya perusahaan. Dengan begitu, perusahaan dan masyarakat merupakan kedua aspek yang tidak dapat dipisahkan, keduanya dapat saling bersinergi jika keduanya membangun hubungan yang baik. Dan sebaliknya, akan menimbulkan gejolak sosial jika tidak adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat. Seperti halnya komitmen sebuah perusahaan yakni berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan demi meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, masyarakat sekitar, maupun masyarakat umum lainnya.

Seiring dengan perkembangan dunia perusahaan, PT. Pembangkitan Jawa-Bali mendirikan Akademi Komunitas bagi masyarakat sekitar pembangunan PLTU. Akademi Komunitas sendiri merupakan perluasan sekolah menengah kejuruan, yaitu pendidikan jangka pendek (D1 atau D2) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas ketanagakerjaan, berdasarkan Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) disebutkan bahwa AK dapat juga dilakukan oleh dunia industri. Selain itu, akademi komunitas PJB sendiri merupakan bangkit inovasi pendidikan atau program pendidikan keterampilan untuk menunjang ekspansi bisnis dan bekerjasama dengan

perguruan tinggi atau pihak lain. Dalam akademi komunitas PJB. Pendirian akademi komunitas PJB mengarah pada lulusan SMK yang menganggur di sekitar pendirian PLTU dan tidak melanjutkan kuliah karena faktor biaya serta mengarah juga pada karyawan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yang akan memasuki masa purna tugas untuk dijadikan sebagai pengajar. Dengan begitu dalam pengaplikasian akademi komunitas PJB akan menciptakan hubungan yang seimbang antara perusahan dan para *stakeholder* sesuai dengan kondisi lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat serta ekonomi setempat (Rahmayanti, *Jurnal Ilmu Komunikasi,* No. 1, Juni, 2014: 93-104). Untuk menciptakan hubungan yang seimbang tersebut perusahaan tidak hanya sekedar mengadakan dan melaksanakan kegiatan CSR, namun juga memperhatikan *image* atau reputasi perusahaan, karena dari tahun ke tahun publik semakin memperhatikan setiap kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan. Saat ini perusahaan dituntut untuk dapat seimbang dalam melaksanakan program *corporate social responsibility,* antara keuntungannya dan melayani masyarakat (http://mix.co.id/corporate-social-initiative/csr/komunikasi-csr-dan-kredibiltas-perusahaan, diakses 4 Oktober 2017)

Tidak hanya dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, tapi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut juga telah diatur dalam perundang-undangan. Dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mewajibkan setiap perusahaan termasuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkaitan dengan sumber daya alam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan apabila tidak melaksanakan akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undang (Fajri, *Chennel*, No. 2, Oktober, 2015: 61-74). Jadi tanggung jawab sosial bukan sekedar sukarela atau keinginan perusahaan semata, karena telah diatur dalam perundangan-undangan. Sebenarnya CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikatakan menjadi faktor penting dalam ranah meningkatkan persaiangan dan menjamin keberlanjutan dalam perusahaan. Menurut Arianto (2011:83), mengatakan bahwa CSR telah menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Melalui CSR, perusahaan harus memahami bahwa tugas perusahaan bukan hanya berhubungan dengan kegiatan ekonomi dalam bentuk menciptakan profit namun juga harus memerhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jadi, tanggung jawab sosial dan perusahaan dapat dikatakan sebagai simbiosis mutualisme.

Namun saat ini, fenomena yang terjadi ialah bagaimana CSR menjadi sebuah tren dikalangan perusahaan, terlepas dari undang-undang tentang perseroan terbatas, banyak perusahaan yang mulai menerapkan CSR, baik berupa amal maupun pemberdayaan dan hal

tersebut terlihat dari gencarnya publikasi tentang implementasi CSR di media cetak maupun elektronik. Seperti sebuah contoh perusahaan Danone Aqua yang mengiklankan produknya lalu dikombinasikan dengan kegiatan *corporate social responsibility*. Dalam iklannya menampilkan anak-anak dari Nusa Tenggara Timur sedang bergembira karena program Aqua menyediakan air bersih untuk daerah setempat (Joko dan Miftachul, 2011: 27-29) hal tersebut mendeskripsikan bahwa menjalankan program *corporate social responsibility* dapat memberikan nilai yang positif bagi *image* dan reputasi perusahaan. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, di mana program Akademi Komunitas memberikan peluang bisnis baru, menarik mitra bisnis yang berkualitas dan dukungan pemerintah.

Konsep *Corporate Social Responsibility* sendiri juga harus seimbang dengan bagaimana perkembangan zaman saat ini, oleh sebab itu bagaimana tren CSR menjadi hal penting dalam sebuah perusahaan saat ini. Tren CSR dan aturan CSR dalam perundang-undangan sudah menjadi hal yang penting bagi perusahaan, dan salah satu di antaranya tidak dapat diabaikan. Jika hanya undang-undang maka yang ditakutkan adalah perusahaan akan setengah hati dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, namun jika kegiatan *Corporate Social Responsibility* tersebut menjadi tren dalam persaingan antar perusahaan maka perusahaan akan menyusun strategi untuk merancang tanggung jawab perusahaan demi keberlangsungan perusahaan dan persaingan. Adapun yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah menjawab beberapa hal, jadi tidak hanya pada peraturan semata, namun juga tentang ekonomi, etika dan diskresioner.

Coorporate social responsibility memiliki berbagai macam subyek dalam pengaplikasiannya. Salah satunya ialah pengembangan masyarakat atau *community development* yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar di Indonesia yang mengaplikasikannya dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial di sekitar perusahaan sebagai salah satu bentuk keuntungan yang diperoleh perusahaan. Kegiatan sosial dalam konsep *coorporate social responsibility* ini penting bagi pertumbuhan perusahaan. PT. Pembangkitan Jawa-Bali (PJB) yang mengabdikan diri untuk bangsa dan Negara Indonesia, dengan visi tiada henti berbenah dan melakukan inovasi dengan tetap perpegang pada kaidah tata pengelolaan perusahaan yang baik dan tanpa meninggalkan tanggung jawab sosial perusahaan demi terwujudnya kemandirian masyarakat dan kelestarian lingkungan (*http://www.ptpjb.com/id/bisnis/unit-pembangkitan/115-profil/353-profil.html*, diakses 18 November 2016). Dari visi yang telah dipaparkan, maka perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali tersebut memiliki visi yaitu kesadaran akan pentingnya tanggung

jawab sosial dalam menjalankan sebuah perusahaan. Karena perusahaan akan mengimbangi antara aktivitas mencari keuntungan dan perhatian pada lingkungan dan sosial atau yang sering disebut *triple botton line*, kesimbangan antara (*profit, people* dan *planet*) dan dengan konsep tersebut perlu dikembangkan menjadi sebuah kegiatan CSR yang *sustainable/sustainable development* (Ruslim, 2011: 268).

Dalam perkembangan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, konsep pada *Coorporate Social Responsibility* sudah mencakupi beberapa bidang, salah satunya ialah program CSR bidang pendidikan. Dalam dunia usaha (industri) munculnya program Akademi Komunitas ke permukaan disebabkan atas terselenggarnya program CSR sebelumnya di tahun 2011, yaitu berupa program pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat kurang mampu. Tapi program Akademi Komunitas sendiri juga tidak dapat dikatakan hanya sebagai kursus, karena dalam implementasinya berada pada jalur pendidikan yang formal. Menurut Rachman, Asep dan Emir (2011:14), mengatakan perusahaan harus melihat kualitas sumber daya manusia yang rendah di sekitar perusahaan tersebut menjadi sebuah permasalahan, dan solusi yang dapat ditawarkan ialah melakukan peningkatan pendidikan dan pengembangan ekonomi pasar masyarakat dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan alternatif. Sebenarnya program Akademi Komunitas sendiri merupakan bentuk perguruan tinggi yang telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan, Bagian Kedua. Bahwa; Akademi Komunitas merupakan Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan vokasi setingkat diploma satu dan dua, dalam satu atau beberapa cabang Ilmu Pengetahuan serta Teknologi tertentu yang berbasis keunggulan lokal atau untuk memenuhi kebutuhan khusus (http://risbang.ristekdikti.go.id/regulasi/uu-12-2012.pdf, diakses 19 November 2016). Dengan demikian, maka jelas, bahwa Akademi Komunitas merupakan tanggung jawab sosial/CSR dalam bentuk pendidikan yang dilakukan oleh perusahan PT. Pembangkitan Jawa-Bali, dan pendirian Akademi Komunitas sendiri adalah sebuah tanggung jawab perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang terampil dan mampu bersaing dalam dunia ketenagakerjaan.

Adapun hal yang menarik dalam penelitian ini ialah Akademi Komunitas yang diusung oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ditunjukan dari pelaksanaan akademi komunitas PJB melibatkan karyawan perusahaan yang sudah memasuki masa pensiun sebagai dosen pengajar akademi komunitas, dan akademi komunitas PJB sendiri menjadi pelopor bagi perusahaan lain di bidang industri untuk melakukan tanggung jawab sosial

bidang pendidikan berupa akademi komunitas, hal tersebut juga didukung dengan kehadiran Undang-undang No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. Selain itu, hal yang membuat akademi komunitas perusahaan PJB menarik untuk diteliti ialah terciptanya akademi komunitas bagi dunia indsutri sendiri berawal dari pengajuan proposal terlebih dahulu yang kemudian ditinjau oleh dikti untuk diuji kelayakannya, jadi perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melalui proses yang panjang untuk membangun akademi komunitas bagi dunia industri yang kemudian hal tersebut dibalut dalam konsep *corporate social responsibility* PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Akademi komunitas PJB menjadi menarik untuk diteliti tatkala program tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung ketenagakerjaan lokal yang semakin ahli di bidang indutri.

Dalam penelitian ini, implementasi merupakan hal yang diperlukan dalam program *corporate social responsibility*, karena dalam implementasi terdapat sosialisasi (*engagement*) yang memiliki tujuan yaitu komunikasi yang tejalin baik atau hal yang disampaikan dapat dipahami. Perencanaan (*assessment, plan of action*) atau hal yang berkaitan dengan strategi, materi, sasaran, anggaran dan pemilik kepentingan. Penerapan (*action and facilitation*) yang berarti langkah setelah perencanaan disusun secara jelas dan disepakati secara bersamaan. Evaluasi (*evaluation*) atau tolak ukur atas pencapaian dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Pelaporan, atau dapat disebut sebagai keterbukaan informasi bagi *stakeholders*. Hal-hal tersebut kemudian diperlukan dalam implementasi program *corporate social responsibility* khususnya pada akademi komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Selain itu, tidak hanya implementasi tetapi juga dalam aktivitas *public relation* yang diterapkan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali diawali dengan riset, untuk mengetahui atau mendeskripsikan analisa kebutuhan pada perusahaan, di mana aktivitas yang dilakukan dengan riset pada demografis, kepemimpinan dan pendidikan. Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dalam aktivitas *public relation* juga menerapkan perencanaan, di mana perusahaan melakukan pengenalan situasi untuk mengetahui masalah yang dihadapi dilapangan, menetapkan tujuan, mendefinisikan khalayak, memilih media dan merencanakan anggaran serta mengukur hasil. Dari riset dan perencanaan dalam aktivitas *public relation* perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga melaksanakan komunikasi dengan menggunakan laporan tahunan.

Adapun penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana implementasi dan aktivitas *public relations* program *corporate social responsibility* akademi komunitas pada perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Dari pemaparan tersebut dan melatar belakangi

penelitian ini, adapun penelitian ini untuk mendeskripkan atau menganalisis implementasi dan aktivitas *public relations* dalam program *corporate social responsibility* PT. Pembangkitan Jawa-Bali, dengan melihat bagaimana implementasi dan aktivitas *public relations* program *corporate social resposibility*, serta melihat sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang serta hambatan yang dihadapi oleh perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Awal mula pemerintah menetapkan Undang-undang Nomer 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi yang membuka alternatif pendidikan tinggi dalam bentuk Akademi Komunitas, dan memilki tujuan yaitu meningkatkan kualitas ketenagakerjaan. Dan alternative tersebut merupakan konsep *Corporate Social Responsibility* yang berdasarkan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) disebutkan bahwa Akademi Komunitas dapat dilakukan oleh dunia industri seperti pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali (http://www.ptpjb.com/id/artikel/flash-news-and-event/552-sekilas-mengenai-akademi-komunitas-pjb.html, diakses 20 November 2016)

Dengan demikian, penelitian yang berjudul Analisis Implementasi dan Aktivitas *Public Relations* dalam Program *Corporate Sosial Responsibility* (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas *Public Relations* dalam Program *Corporate Social Resposibility* Akademi Komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali) mengusung rumusan masalah diantaranya :

1. Bagaimana implementasi dan aktivitas *public relations* dalam program *corporate social resposibility* Akademi Komunitas diterapkan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali?
2. Mendeskripsikan faktor pendukung dan hambatan yang dihadapi PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* Akademi Komunitas?

C. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian yang berjudul Analisis Implementasi dan Aktivitas *Public Relations* dalam Program *Corporate Sosial Responsibility* (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas *Public Relations* dalam Program *Corporate Social Resposibility* Akademi Komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali), diantaranya :

1. Mendeskripsikan implementasi dan aktivitas *public relations* dalam program *corporate social resposibility* Akademi Komunitas diterapkan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali.
2. Mendeskripsikan faktor pendukung dan hambatan pada penerapan program *Corporate Social Responsibility* Akademi Komunitas yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam bentuk pendidikan yaitu Akademi Komunitas, adapun manfaat yang dapat diberikan dari penelitian sebagai berikut :

Manfaat Praktis :

1. Sebagai informasi bagi PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan program *Corporate Social Responsibility.*
2. Berguna bagi PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam merencanakan kegiatan operasionalnya dan dapat dijadikan masukan untuk melakukan perbaikan guna mencapai tujuan program *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
3. Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai refrensi bagi penelitian selanjutnya yang berkiatan dengan *Corporate Social Responsibility*.

Manfaat Akademis :

1. Menjadi pengembangan ilmu pengetahuan, refrensi dan bahan pembelajaran bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi terlebih lagi pada kajian *Public Relations, Community Development* dan *Corporate Social Responsibility.*
2. Menjadi rujukan bagi akademisi yang menggeluti konsentrasi Komunikasi Strategi dan *Public Relations* sebagai bentuk pemahaman tentang *Corporate Social Responsibility* dari suatu perusahaan/instansi.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi refrensi bagi peneliti yang di mana penelitian-penelitian tersebut memiliki keterkaitan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut merupakan penelitian yang memiliki kemiripan pada topik pembahasan, yaitu tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan/instansi. Namun, juga terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi refrensi oleh peneliti :

Fauziah dengan judul penelitiannya yaitu Pelaksanaan Program *Community Development* dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Mahakam Sumber Jaya *Coal Mining* (Studi di Desa Kerta Buana Kec. Tenggarong Seberang Kab. Kukar). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data dari penelitian ini dengan penelitian kepustakaan, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitiannya, Fauziah menjelaskan bahwa penelitian ini terfokus pada 4 pilar program pemberdayaan masyarakat yaitu bidang ekonomi, sosial budaya, pendidikan dan kesehatan. Dalam penelitian ini, juga dijelaskan bagaimana faktor pendukung dan penghambat selama melaksanakan program *Community Development* dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Adapun hasil temuan dari penelitian ini adalah, pelaksanaan program *community development* dalam rangka mensejahterakan masyarakat desa binaan, memberdayakan dan membuat masyarakat mandiri melalui 4 pilar program sudah berjalan dengan baik yaitu bidang ekonomi, melalui *home industry*, Usaha Kecil Menengah, pembebasan lahan untuk masyarakat dalam pengembangan pada sektor pertanian, perkebunan dan peternakan dalam jangka panjang. Bidang sosial budaya, melalui kegiatan-kegiatan keagamaan, kesenian, kegiatan sadar lingkungan. Bidang pendidikan dan kesehatan melalui peningkatan sarana dan prasarana fasilitas sekolah, pemberian beasiswa prestasi, dan posyandu serta bidang infrastruktur yang dilaksanakan secara rutin dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan masyarakat berdasarkan pemetaan potensi sosial masyarakata dan hasil rapat bersama pihak perusahaan. (Fauziah, *eJournal Ilmu Komunikasi*¸ No.2, 2014: 287-301).

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Dwiandika Cahyo Soeryono dengan judul Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. United Tractors Indonesia

Studi Kasus pada UT School Jakarta. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ialah dengan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dengan wawancara dan dokumen. Penelitian ini mendeskrisikan bagaiamana PT. United Tractors Indonesia menjalankan program *Corporate Social Responsibility* pada UT Scool, dan hal tersebut dilakukan guna mengetahui faktor pendukung serta penghambat dalam program tersebut. Dalam temuannya, peneliti mengungkapkan bahwa dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* UT Scool, PT. United Tractors Indonesia menggunakan tahapan yang menjadi dasar pelaksanaan program, yaitu *Planning*, *Implementation* dan *Evaluation*. Ketiga tahapan tersebut yang digunakan dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* dengan konsep pengembangan masyarakat pada PT. United Tractors Indonesia. (Soeryono, Skripsi, 2013).

Penelitian selanjutnya ialah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arifin dengan judul Peran Humas Perusahaan X Pada Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Bentuk *Community Development* (Studi Kasus Kelurahan Prapatan Kec. Balikpapan-Kota, Balikpapan). Adapun jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan fokus penelitian berupa program *Community Development* dalam tanggungjawab sosial perusahaan dalam bidang Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi dan Sosial serta hambatan-hambatan selama pelaksanaan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan kepustakaan, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai peran humas pada implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk *Community Development* ialah bidang pendidikan sudah berjalan dengan adanya kegiatan seminar atau pelatihan, dalam bidang kesehatan dengan adanya binaan seperti program kantin sehat dan penggalan posyandu. Selanjutnya dalam bidang ekonomi temuannya ialah kegiatan ekonomi bersifat berkelanjutan, seperti pembuatan batik ramah lingkungan. Bidang sosial terlaksana dengan adanya pemberian bantuan sosial pada masyarakat. Dan yang trakhir ialah faktor penghambat dalam pelaksanaannya ialah permintaan masyarakat yang tidak sesuai dengan anggaran yang ditetapkan oleh perusahaan untuk CSR *Community Development*. (Arifin, *eJournal Ilmu Komunikasi*¸ No.1, 2014: 47-57).

Dan penelitian yang terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Agus Triyono dengan judul Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk. Pabrik Cilacap. Adapun jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode

penelitian kualitatif, penelitian yang dilakukan memerlukan data primer dan data sekunder. Hasil yang didapat bahwa Posdaya yang dibentuk oleh PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap menjadi tempat berkumpulnya warga dari RT/RW setempat untuk mengikuti pelatihan keterampilan pokok, pendidikan anak usia dini, dan perawatan kesehatan. Posdaya tersebut fokus dalam 4 bidang, yaitu Kesehatan, Lingkungan, Pendidikan dan Ekonomi. Sudah terdapat 48 Posdaya pada 11 desa di Wilayah Cilacap, terhitung sejak 2009 sampai 2013. Dalam penelitian ini, fokus utama ialah pemberdayaan, atau *community development* yang berbentuk Posdaya. Selain 4 bidang tersebut, temuan lainnya ialah Posdaya yang dilakukan memiliki 2 tahap, yakni: analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana Posdaya. Dan yang terakhir dalam melaksanakan kegiatan Posdaya, kegiatan *corporate social responsibility*, serta menjalin hubungan dengan komunitas, pemerintah dan LSM berpusat pada Comrel Departement. (Triyono, *KomuniTi*, No. 2, 2014: 111-121).

Dari beberapa penelitian yang telah dipaparkan tersebut telah dijelaskan bagaimana konsep *Corporate Social Resposibility* pada sebuah perusahaan/instansi dalam bentuk pengembangan masyarakat. Dari beberapa penelitian tersebut memiliki beberapa permasalahan, langkah-langkah dan implementasi *Corporate Social Responsibility* yang berbeda-beda pada perusahaan/instansi. Selain itu, dari beberapa penelitian tersebut juga menjelaskan bagaimana keterkaitan *Public Relations* dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Resposibility* pada perusahaan/instansi. Keterkaitan tersebut memilki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan, namun ada perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada program *Corporate Social responsibility* yaitu Akademi Komunitas, sebuah program *Corporate Social Resposibility* pada bidang pendidikan.

2. Kerangka Teori

a. *Corporate Sosial Resposibility* (CSR)/Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Sosial Resposibility (CSR) merupakan sebuah konsep dalam mengatasi tanggung jawab sosial perusahaan/instansi. Adapun pengertian CSR berdasarkan pada ISO 26000, yakni :

> *"CSR adalah Responsibility of an organization or the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable*

> *development, helath and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships"*(Rachman, *et al*., 2011: 17)

Dalam kegiatan *Corporate Sosial Resposibility* (CSR) memiliki tiga aspek yang dikenal dengan *triple bottom line* yang meliputi *profit, planet* dan *people*. Dan dari ketiga elemen tersebut dapat menjadikan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Karena dengan *Corporate Sosial Resposibility* (CSR) yang berkelanjutan dapat menciptakan *velue* bagi perusahaan/instansi. Dalam Poerwanto (2011) Adapun definisi yang dikemukaan oleh *World Business Council for Sustainnable Development* (WBCSD), yakni :

> "*business' commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community, and society at large to improve their quality of live".*(Poerwanto, 2011: 18).

Definisi tersebut lebih mengarah pada pembangunan ekonomi, jadi setiap perusahaan harus bertanggung jawab secara ekonomi terhadap publik internal, eksternal dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup. Selain definisi tersebut, ada model-model atau pola-pola yang kemudian digunakan oleh perusahaan/instansi dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Sosial Resposibility* (CSR). Menurut Saidi dan Abidin (2004), sebagai berikut :

1) Keterlibatan Langsung

   Dalam model/pola keterlibatan langsung merupakan model/pola yang tidak melibatkan pihak manapun atau tidak melakukan kerjasama dengan pihak ketiga, jadi perusahaan/instansi yang akan langsung melakukan kegiatan *Corporate Sosial Resposibility* (CSR). Model/pola ini juga memberikan perusahaan/instansi dapat langsung berinteraksi dengan *stakeholder*. Dan dalam model ini, biasanya yang melakukannya ialah perusaha/instasi besar yang telah memiliki divisi sendiri dalam menangani *Corporate Sosial Resposibility* (CSR).

2) Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan/Instansi

   Selanjutnya ialah model Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan/Instansi. Maksud dari model ini, perusahaaan/instansi mendirikan

yayasan di bawah naungannya, dengan yayasan non-profit yang memiliki dana operasional dari perusahan/instansi yang menaunginya dan menciptakan dan melaksanakan kebijakan program *Corporate Sosial Resposibility* (CSR).

3) Bermitra Dengan Pihak Lain

Model/pola ini merupakan jalinan kerjasama pihak-pihak lain seperti lembaga pemerintah, lembaga non-pemerintah, media massa dan universitas untuk melaksanakan program *Corporate Sosial Resposibility* (CSR).

4) Mendukung atau Bergabung Dalam Suatu Konsorsium

Model/pola yang terakhir ialah Mendukung atau Bergabung dalam Suatu Konsorsium, merupakan model/pola yang bergerak di bidang sosial. Aturannya ialah perusahaan/instansi yang menjadi anggota dari suatu lembaga sosial atau konsorsium tertentu yang dapat menjalankan program *Corporate Sosial Resposibility* (CSR) ini. (Setianto, 2012: 85-87).

Dari model/pola yang telah dipaparkan diatas, maka jelas bahwa setiap model memiliki karateristik yang berbeda-beda dan pengadopsian atas model tersebut sesuai juga dengan kebijakan dari perusahaan/instasi dalam melakukan program *Corporate Sosial Resposibility* (CSR).

Corporate Sosial Resposibility (CSR), juga dapat dikatakan sebagai peran penting dalam pertumbuhan sebuah perusahaan, mulai dari citra, penjualan, pemasaran dan sumber daya manusia. Dalam penelitian ini, maka sumber daya manusia yang berperan penting pada perusahaan. Namun, hal tersebut bisa saja berbeda, kerena setiap perusahaan memiliki pandangan yang berbeda pada setiap pelaksanaan tanggung jawab sosial. Seperti yang dikemukaan oleh Wibisono Yusuf (2007) sebagai berikut: Pertama, tanggung jawab sosial yang dilakukan hanyalah basa-basi, hal ini dipacu oleh undang-undang yang mengatur tanggung jawab perusahaan dan pihak eksternal yang menekan. Selain itu, tanggung jawab sosial juga bisa berupa hanya membangun image positif terhadap perusahaan, yang hal tersebut bukanlah tanggung jawab sosial yang berkelanjutan, dan sifatnya hanya sementara. Ke dua, tanggung jawab sosial ini ada kemiripan dengan yang pertama, namun disini lebih menekan pada bagaimana perusahaan hanya untuk memenuhi kewajibannya, yaitu dengan mentaati perundang-undangan, regulasi dan keputusan mentri. Ke tiga, tanggung jawab yang dilakukan bukan hanya mengacu pada undang-undang dan

sekedar basa-basi, tapi bagaimana tanggung jawab sosial menjadi sebuah aktivitas perusahaan, yang kemudian menjadi sebuah keunggulan pada perusahaan, serta tanggungjawab tersebut dilakukan untuk sebuah program yang berkelanjutan. (Hadi, 2011: 66-67)

Melihat bagaimana pentingnya program *Corporate Social Responsibility*, maka hal tersebut tergantung pada perusahaan dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility*. Saat ini, tanggung jawab sosial perusahaan juga dijalankan berdasarkan kemampuan, keinginan dan fenomena yang terjadi disekeliling perusahaan, atau sebuah program *Corporate Social Responsibility* dijalankan sesuai dengan kondisi eksternal maupun internal. Dalam buku Poerwanto (2010), Carroll mengungkapkan terdapat empat kriteria tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

1) Tanggung jawab ekonomi

   Tanggung jawab ekonomi terkait perusahaan, merupakan tanggung jawab yang mengharuskan perusahaan untuk mengambil atau memperoleh keuntungan, keberlangsungan perusahaan, citra positif pada perusahaan dan juga memperoleh keuntungan sosial. Dalam tanggung jawab ekonomi, semisal perusahaan melakukan pemasaran produk, adapun harga dan kualitas produk harus sesuai dengan sasaran yang ditentukan perusahaan, jadi hal tersebut tidak hanya untuk merangsang pada pembelian tapi harus sesuai dengan informasi yang tepat dengan produk dan harga. Bukan sebuah penipuan.

2) Tanggung jawab legal

   Tanggung jawab legal, perusahaan dituntut untuk patuh dalam aturan yang berlaku dalam tata kehidupan. Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan mampu bersinergi dengan pemerintah daerah tuk keberlangsungan masyarakat sekitar perusahaan. jadi semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus berlandaskan pada ketenagakerjaan legal serta milai-nilai yang berkembang di masyarakat.

3) Tanggung jawab etika

   Tanggung jawab etika, merupakan tanggung jawab yang juga memperhatikan akan nilai-nilai yang tersebar pada masyarakat dan hal tersebut dijadikan

sebagai dedikasi untuk menghargai serta menghormati hak-hak secara individu maupun kelompok. Dalam tanggung jawab etika hal yang paling penting terletak pada moral, di mana hal tersebut menjadi keseimbangan dalam perilaku.

4) Tanggung jawab diskresioner

Tanggung jawab diskresioner, merupakan tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan, dan hal tersebut murni sebagai sukarela. Kegiatan tanggung jawab ini biasanya semacam amal, di mana perusahaan memberikan sumbangsih dan perusahaan juga tidak mengharapkan timbal balik. Namun, walau terkesan bahwa perusahaan tidak mengharapkan imbalan, hal ini sebenarnya dapat memberikan citra positif pada perusahaan. (Poerwanto, 2010: 28-31).

Dari berbagai kriteria yang telah dipaparkan, maka perusahaan adalah suatu bentuk industri yang dalam menjalakan bisnisnya pasti juga memikirkan tanggung jawab sosial. Dan keterkaitan dengan penelitian ini, maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali juga akan memikirkan tanggung jawab sosial pada masyarakat, dan hal tersebut terimplementasikan pada program *Corporate Social Responsibility* bidang Pendidikan, salah satu bidang penting dalam mensejahterakan masyarakat dalam pengembangan sumber daya manusianya.

Dan program-program tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan dapat telihat dari bentuk yang telah dipaparkan. Tidak hanya itu, Reza Rahman (2009) beranggapan dapat disebut *corporate social responsibility* ketika memiliki unsur sebagai berikut:

a. *Continutity* dan *Sustainability*

Unsur ini merupakan unsur yang sangat penting dalam *corporate social responsibility*. Unsur ini merupakan unsur pada *corporate social responsibility* yang mempunyai ciri yaitu *long term perspective* bukan yang *instant, happening* ataupun *booming*. Karena unsur ini merupakan unsur yang memliki tahapan kegiatan yang terencanakan, sistematis, dan kemudian dapat dievaluasi.

b. *Community empowerment*

Unsur ini bukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang bergerak pada amal ataupun kedermawanan perusahaan terhadap komunitas, melainkan kegiatan yang kemudian menjadikan komunitas semakin mandiri. Salah satu indikasi suksesnya kehadiran tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk pemberdayaan ialah bagaimana komunitas semakin mandiri dari sebelum adanya kegiatan *corporate social responsibility*.

c. *Two ways*

Unsur ini merupakan unsur yang bersifat dua arah, artinya program *corporate social responsibility* bersifat dua arah. Dalam unsur ini, kedudukan perusahaan bukan sekedar sebagai komunikator, namun juga harus mampu mendengarkan aspirasi dari komunitasnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara *need assessment*, sebuah cara berbentuk survey untuk mengetahui *needs*, *desires*, *interest*, dan *wants* dari komunitasnya. (Rahman, 2009: 13-14)

Ketiga unsur tersebut merupakan unsur yang dapat dikatakan sebagai investasi perusahaan, karena perusahaan dan komunitas adalah kedua belah pihak yang saling membutuhkan dan hal tersebut dapat dikatakan sebagai keuntungan bagi perusahaan, karena program tanggung jawab sosial perusahaan dalam jangka pendek tidak akan memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Melihat hal tersebut, maka tanggung jawab sosial memiliki manfaat yang dapat diterima oleh perusahaan. Adapun manfaat tanggung jawab sosial bagi perusahaan ialah:

a. Menciptakan peluang bisnis baru.

Hubungan dan komunikasi yang baik dengan *stakeholder* dapat menciptakan peluang untuk berinovasi dan kreatifitas. Dan hal tersebut menjadikan sebuah pasar, produk dan *brand* baru.

b. Menarik dan mempertahankan mitra bisnis yang berkualitas

Hal ini dilakukan untuk saling membantu dan saling berbagi keuntungan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Namun,

melakukan kerjasama dengan rekan yang tidak bertanggung jawab akan berdampak pada reputasi perusahaan, oleh sebab itu, pemilihan mitra bisnis yang berkualitas adalah hal yang penting, begitu juga dengan mepertahankannya.

c. Kerjasama dengan komunitas lokal.

Hal ini bermanfaat dalam ketenagakerjaan dan jalur distribusi perusahaan. Selain itu, kerjasama yang dilakukan oleh komunitas lokal membantu perusahaan dalam menyesuaikan produk dan jasa dengan pasar lokal yang kemudian hal tersebut juga mengurangi biaya investasi baru serta meningkatkan kesetiaan para pekerja di perusahaan.

d. Dukungan Pemerintah

Dalam hal ini, dukungan pemerintah juga diberikan dalam bentuk dana. Pemerintah menyediakan tambahan penghasilan kepada inisiatif menjalankan *corporate social responsibility* yang baik, yang didalam kegiatannya terdapat inovasi yang ramah lingkungan dan lainnya. (Untung, 2007: 7)

b. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi merupakan penerapan atau tahapan, dalam ranah penelitian ini berarti tahapan atas pengaplikasian program *Corporate Social Responsibility*. Dan dalam pengaplikasian sebuah program *Corporate Social Responsibility* dibutuhkan langkah dalam implementasi *Corporate Social Responsibility*. Peneliti menggabungkan dua refrensi dari Prajarto (2012) dan Wibisono, (2007), yakni:

a. Sosialisasi (*Engagement*)

Dalam hal ini maka perusahaan melakukan pendekatan kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tujuan utama dari sosialisasi ialah agar apa yang disampikan oleh perusahaan dipahami dan diterima oleh masyarakat yang dituju.

b. Perencanaan (*Assessment, Plan of action*)

Perencanaan merupakan langkah dari tanggungjawab sosial yang penting, karena perencanan dapat dikatakan sebagai sebuah perumusan dan dalam *corporate social responsibility* harus dirumuskan secara jelas, dalam arti jelas secara strategi, materi, sasaran, anggaran dan pemilik kepentingan. Langkah perencanaan sendiri juga menjadi salah satu arah untuk melaksanakan program dalam *corporate social responsibility*. Keterkaitan dengan program *corporate social responsibility* akademi komunitas, berarti mengarah kepada kegiatan *community development*, di mana program *community development* sendiri dibedakan menjadi tiga bagian, yang pertama *Communinity Relation* yaitu kegiatan yang cenderung kepada kegiatan *charity* atau jangka pendek. Yang kedua *Community Service* yaitu kegiatan atau strategi yang menitikberatkan pada pelayanan perusahaan. Jadi perusahaan hanya sebagai fasilitator, dalam sebuah pemecahaan masalah di masyarakat. Dan yang ketiga yaitu *Community Empowering*, strategi ini menempatkan masyarakat sebagai mitra dan memberikan penguatan. Jadi perusahaan memberikan akses secara luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandirian. Selain itu, kegiatan *corporate social responsibility* juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, di antaranya pembangunan fasilitas pendidikan beasiswa, kesehatan dll, konsep pelaksanaan *corporate social responsibility* beralih dari tebar pesona ke tebar karya untuk menciptakan kebaikan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Setianto, 2012: 69)

c. Penerapan (*Action and Facilitation*)

Penerapan kegiatan *corporate social responsibility* merupakan langkah setelah perencanaan sudah disusun dengan jelas. Dalam penerapan kegiatan tangguungjawab sosial, perusahaan harus memiliki prinsip sebagai pijakan dalam melaksanakan tanggungjawab sosial serta perusahaan membutuhkan iklim organisasi yang kondusif dan saling percaya demi memupuk komitmen karyawan pelaksana. Kaitannya pada program *community development*, startegi *community development* mendudukan stakeholder dalam paradigma *common interest*.

d. Evaluasi (*Evaluation and termination or Reformation*)

Setelah melalui perencaan dan penerapan, maka dalam sebuah program *corporate social responsibility* membutuhkan evaluasi demi mencapai program yang lebih baik dikemudian hari. Evaluasi juga sebagai tolak ukur atas pencapaian perusahaan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Dengan evaluasi, perusahaan juga dapat melihat bagaimana kesalahan dan kekurangan program *corporate social responsibility*, karena mengingat dalam praktiknya dilapangan terdapat kendala.

e. Pelaporan

Dalam pelaporan, hal ini diperlukan sebagai langkah membangun informasi. Hal tersebut demi keperluan pengambilan keputusan atau sebagai keperluan keterbukaan informasi mengenai perusahaan. (Wibisono, 2007: 127-131). Selain itu Martin dan Moran (2007) dalam Prajarto menjelaskan banyak perusahaan yang menggunakan laporan tahunan dan laporan *corporate social responsibility* untuk mengumumkan hasil kegiatan sosial, hal tersebut dilakukan untuk mengkomunikasikan eksistensi perusahaan bagi masyarakat. (Perbawani, 2012: 25)

Dari langkah-langkah tersebut, maka implementasi *Corporate Social Responsibility* yang diharapkan mampu dikelolah sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Dalam pengaplikasian sebuah program *corporate social responsibility* diharapkan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan atau dituju oleh perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan rancangan yang jelas. Selain itu, dalam menjalakan *corporate social responsibility* terdapat lima faktor yang cukup komprehensif, lima faktor tersebut ialah usulan dari *prince of Wales International Business Forum* dalam Wibisono (2007) menguraikan :

1. Building Human Capital

Dalam faktor ini maka perusahaan berusaha menciptakan lingkungan internal dan eksternal. Internalnya berarti menciptakan sumber daya manusia yang

handal, dalam arti karyawan. Dan lingkungan eksternal, berarti pemberdayaan masyarakat.

2. Strengthening Economies

   Faktor ini menyangkut bidang ekonomi berarti memberdayakan ekonomi sekitar, jadi perusahaan tidak hanya mengambil keuntungan sendiri tapi juga memberdayakan ekonomi komunitas di sekitar perusahaan.

3. Assessing Social Cohesion

   Faktor ini berarti keharmonisan, jadi perusahaan melakukan kegiatan berupa program *corporate social responsibility* berdampak bagi komunitas untuk menjalin hubungan yang harmonis, dan supaya tidak terjadi konflik.

4. Encouraging Good Corporate Governance

   Perusahaan dalam praktiknya, harus menjalankan bisnisnya dengan tata kelola yang mengacu pada praktik bisnis yang baik. (Widiasari, *InterAct*, No. 2, November, 2012: 46-57.) Dalam pembahasan yang serupa, *good corporate governance* dalam prinsipnya menyarankan perusahaan yang melakukan keberpihak kepada *stakeholders* dengan bentuk keterbukaan perusahaan dalam laporan atau pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (Priyanti, 2012: 211)

5. Protecting the Environment

   Perusahaan juga bertanggungjawab atas kelestarian lingkungan. (Widiasari, *InterAct*, No. 2, November, 2012: 46-57).

d. Aktivitas Public Relations dalam Corporate Social Responsibility

Pubic Relations merupakan salah satu aspek dalam sebuah struktur perusahaan/instansi yang memilki tugas atau bergerak dalam menjalin hubungan antara pihak internal dan pihak eksternal dari perusahaan/organisasi itu sendiri. Dalam pertemuan *World Assembly of Pubic Relations* di tahun 1978 menghasilkan defisini *Pubic Relations* yang disepakati bersama, yakni :

> *"Pubic Relations adalah seni dan ilmu sosial yang menganalisis tren, memprediksi konsekuensi dari tren tersebut, memberikan masukan bagi para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan tindakan dari program yang*

direncanakan, yang akan melayani organisasi dari kepentingan publik" (Butterick, 2014: 8)

Dalam pengertian tersebut, praktisi PR memiliki tahapan dalam menjalankan aktivitasnya seperti yang telah dipaparkan yaitu menganalisis, memprediksi memberikan masukan kepada para pemimpin organisasi, serta menerapkan program yang telah direncanakan sebagai kepentingan publik, dari hal tersebut maka aktivitas *Public Relations* sendiri merupakan aktivitas yang memiliki tahapan dalam merencanakan program seperti program *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, terdapat empat langkah Peran *public relations* dalam *corporate social responsibility*, empat langkah tersebut pertama dicetus oleh John Marston dalam bukunya *The Nuture of Public Relations* dan keempat langkah tersebut meliputi:

> *"(a) Research. Apakah situasi dari permasalahan yang ada? (b) Action (perencanaan program). apa yang dilakukan terkait dengan permasalahan tersebut? (c) Communication (eksekusi). Bagaimana mengatakannya kepada publik? (d) Evaluation. Apakah audiens telah dijangkau dan bagaimana efeknya?"* (Rohman, *Jurnal Komunikasi*, No. 2, April, 2009: 135-150).

Keempat langkah tersebut memberikan masing-masing pertanyaan yang kemudian dijadikan acuan dalam melihat program *corporate social responsibility*. dari sebuah permasalahan, yang kemudian menanggapi permasalahan yang ada, dan disampaikan kepada publiknya serta melihat seberapa efektif langkah sebelumnya dan melihat efeknya. Dari hal tersebut peneliti kembali medeskripsikan keempat langkah tersebut.

a) Riset *Public Relations*

Riset pada bagian *public relations* dapat dilakukan sesudah atau sebelum sebuah strategi dipilih. Secara umum riset *public relations* sendiri berkaitan dengan tiga hal yaitu:

a. Menggambarkan atau mendeskripsikan suatu situasi yang sedang diamati, seperti prosesnya, gejalanya atau bahkan objek tertentu.

b. Menjelaskan suatu hal yang terjadi, menjelaskan hubungan sebab akibatnya, serta menjelaskan apa efek yang akan terjadi selanjutnya.

c. Memprediksi kemungkinan yang akan terjadi nantinya, serta memprediksi bagaimana keputusan atau tindakan-tindakan untuk menangani suatu permasalahan.

Dalam sebuah program *Corporate Social Responsibility* yang efektif dilakukan dengan riset, adapun riset yang dilakukan yaitu tentang *needs*, *desires*, *wants*, dan *interest* (*need assessment*/analisis kebutuhan) dari sasaran program yang dapat dilakukan dengan dialog langsung bersama target maupun pemuka pendapat setempat. Adapaun *need assessment* yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan program *corporate social responsibility*:

a. Demografis analisa kebutuhannya terdiri dari jumlah penduduk, angkatan kerja, perbandingan usia produktif dan non produktif, laki-laki dan perempuan, karekter daerah terdekat, tingkat kejahatan, komposisi suku dan ras.

b. Kepemimpinan analisa kebutuhannya terdiri dari pemuka pendapat setempat, kelompok penekan dan kepentingan, LSM, lembaga bisnis, pemerintah setempat.

c. Pendidikan analisa kebutuhannya terdiri dari ketersediaan lembaga pendidikan formal dan informal, pesantren, balai pelatihan kerja, dll.

b) Perencanaan

Dalam sebuah perencanaan, juga terdapat langkah. Jefkins menyebutkan enam langkah perencanaan yang kemudian dikolaborasikan dengan refrensi dari Morisan (2008) oleh peneliti. Adapun enam hal tersebut yang dapat dilakukan, yakni:

a. Pengenalan situasi, dalam hal ini, berarti mengalisi situasi yang diawali dengan mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diketahui mengenai masalah yang dihadapi, meliputi pihak yang telibat secara internal maupun eksternal. (Morrisan, 2008: 114)

b. Penetapan Tujuan, dalam hal ini maka perusahaan menetapkan tujuan dengan hasil-hasil yang ingin diinginkan oleh perusahaan

c. Definisi Khalayak, Dalam ranah ini maka perusahaan harus menetapkan khalayknya, adapun macam-macam khalayaknya yakni: Bukan Khalayak, Khalayak tersembunyi, Khalayak Sadar, dan Khalayak aktif. (Morrisan, 2008: 161)

d. Pemilihan Media dan Tehnik *Publik Relations*,

e. Perencanaan Anggaran, dan

f. Pengukuran Hasil.

Dalam hal ini, kegiatan program *corporate social responsibility* yang mengandung sejumlah isu perlu untuk disampaikan kepada khalayak. Isu tersebut yang kemudian menjadikan pesan dalam program *corporate social responsibility*. Namun, isu yang disampaikan harus tepat, karena akan berpengaruh pada kesuksesan sebuah program *corporate social responsibility*, ketepatan isu sendiri dapat dilihat dari sejumlah hasil data yang diperoleh dari lapangan *need assessment* atau isu yang sedang hangat diperbincangkan, kemudian mengadaptasinya dengan kebutuhan *stakeholders*. Keterkaitan dengan penelitian ini, maka isu program *corporate social responsibility* itu sendiri harus sesuai dengan karekter perusahaan, kesesuaian pemilihan isu juga dapat berdampak pada reputasi dan citra perusahaan. Selain itu, isu yang tepat tersebut harus dikemas dengan menarik, karena hal tersebut akan memberikan ketertarikan pada program *corporate social responsibility* itu sendiri.

c) Komunikasi

Dalam hal ini, komunikasi yang dimaksud ialah aksi dari langkah sebelumnya. Jadi pemilihan target audiens, pesan, dan identifikasi lingkungan komunikasi dan media menjadi hal yang harus dilakukan secara seksama. Selain itu, komunikasi dalam sebuah proses *Public Relations* dapat dikaitkan dengan perencanaan media. Jadi terdapat beberapa pertimbangan dalam *media planning* tersebut seperti; target, informasi, produk, anggaran dan respon.

Dalam pembahasan yang sejenis, Grunig memberikan lima tujuan bagi komunikator, sebagai berikut:

a. Ekspos pesan. Dalam hal ini berarti *public relations* menyediakan pesan untuk disebarluakan melalui media.

b. Desiminasi pesan yang akurat. *Public relations* perlu mengklarifikasi jika terdapat informasi yang tidak akurat.

c. Penerimaan pesan. Dimana *public relations* tidak hanya memberikan pesan, tetapi juga menerima pesan.

d. Perubahan perilaku. Audiens atau penerima pesan dapat merubah perilakunya setelah menerima pesan, hal tersebut termasuk perubahan verbal maupun mental.

e. Perubahan perilaku. Anggota dari audiens merubah perilaku secara terang-terangan melalui pembelian atau pun perubahan dari sikap semulanya.

Selain itu, media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan ialah dengan laporan tahunan, dalam Prajarto (2012), Sayekti dan Wondabio mengungkapkan bahwa sebagain besar perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* sebagai cara untuk membangun, mempertahankan dan melegitimilasi kontribusi perusahaan dari sesi ekonomi dan politis. Hal tersebut didukung dengan ungkapan Chariri, bahwa laporan tahunan memiliki tujuan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* kepada investor bahwa perusahaan tidak semata-mata mendasar pada informasi laba saja. (Priyanti, 2012: 218)

d) Evaluasi

Dalam ranah ini, maka evaluasi yang ditujukan untuk kinerja *public relations* dapat diukur secara kulitatif maupun kuantitatif. Jefkins memberikan beberapa poin untuk dijadikan alat mengukur kinerja *public relations*, sebagai berikut:

a. Berdasarkan tingkat liputan

   Stakeholders menjadi hal utama dalam ini, karena keberhasilan program *public relations* terukur dari seberapa banyak respon, interaksi, pertanyaan dari *stakeholders*.

b. Berdasarkan data statistik peringkat dan jumlah khalayak

   Dalam hal ini, maka kinerja *public relations* dapat diukur berdasarkan kolom atau berdasarkan jumlah khalayak konsumen media, serta peringkat yang khalayak berikan. Dan hal tersebut dapat diketahui melalui survey khalayak.

c. Evaluasi berdasarkan sumber

   Dalam ranah ini, maka tentukan kategori seperti apa, kemudian memberikan penilaian terhadap beberapa media berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya.

d. Pengumpulan pendapat

   Hal ini dilakukan untuk mengetahui performa *public relations*, dengan cara melakukan interview atau diskusi kelompok.

e. Evaluasi berdasarkan umpan balik statistik secara langsung

   Dalam hal ini, evaluasi yang dimaksud ialah evaluasi yang berdasarkan apa yang sedang terjadi secara konkret, seperti halnya tanggapan langsung pada pelayanan, penurunan keluhan, dan hal tersebut dapat dihitung secara statistik.

f. Umpan balik media

   Hal ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana sikap atau penelian media terhadap perusahaan. Umpan balik ini juga berhubungan dengan bagaimana efektif atau tidaknya sebuah perusahaan terhadap lingkungan media komunikasi sekitar perusahaan. (Rohman, *Jurnal Komunikasi*, No. 2, April, 2009: 135-150).

e. Analisis SWOT

Analisis memiliki proses, dan proses penting dalam analisis ialah dengan memahami informasi secara keseluruhan terhadap suatu kasus, setelah itu beranjak pada memahami isu pada kasus tersebut dan kemudian memecahkan masalah dengan memutuskan suatu tindakan yang tepat (Rangkuti, 2008: 14). Menyangkut penelitian ini, maka kebutuhan analisis SWOT digunakan pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali, dalam melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang datang dalam implememntasi dan aktivitas PR dalam program *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, bukan hanya pada implementasi dan aktivitas PR dalam program *Corporate Social Responsibility*, analisis SWOT juga dapat digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan pada program *Corporate Social Responsibility* yaitu Akademi Komunitas yang sudah dijalankan, dapat berupa fasilitas, serta kurikulum yang berlaku pada Akademi Komunitas Pembangkitan Jawa-Bali.

Dan salah satu cara untuk melakukan serta menerapkan metode analisis tersebut ialah dengan analisis SWOT. Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Analisis ini memudahkan yang bersangkutan untuk menentukan hal apa saja yang dapat dicapai, dan memberikan hal apa saja yang perlu diperhatikan, dengan begitu apa yang ingin dicapai dapat ditentukan dengan analisis terlebih dahulu, dan nantinya analisis ini dapat memberikan gambaran yang perlu diperhatikan untuk berproses menuju tujuan yang ingin dicapai. Adapun manfaat dari menggunakan analisis SWOT, ialah

1. *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* ini adalah empat faktor yang dapat digunakan untuk membantu melihat suatu persoalan pada perusahaan, dalam penelitian ini berarti mampu melihat bagaimana persoalan yang terjadi pada program *Corporate Social Responsibility*.

2. Analisis SWOT, analisis ini memberikan pandangan terhadap perusahaan untuk mempertahankan kekuatan pada perusahaan dan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang tersedia, hal tersebut diantisipasi dengan menghindari ancaman yang datang bagi perusahaan.

3. Analisis SWOT juga bermanfaat untuk menganalisis persoalan-persoalan perusahaan yang terkadang terlupakan atau kerap terlupakan oleh perusahaan.

Selain itu, *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* juga mampu menganalisis persoalan yang tidak terlihat oleh perusahaan.

4. Pandangan yang sulit ditebak alurnya dalam merencanakan serta menyususn strategi pada perusahaan juga menjadikan analisis SWOT senjata, karena analisis SWOT memberikan langkah yang tepat bagi perusahaan.

5. Analisis SWOT pada perusahaan juga dapat bermanfaat sebagai penekan ancaman yang akan menimpa perusahaan, serta analisis ini mampu meminimalisasi kelemahan yang ada nantinya pada perusahaan. (Fatimah, 2016: 12-13)

Poin diatas menunjukkan bagaiamana analisis SWOT bermanfaat bagi perusahaan dalam mengatasi persoalan yang timbul, dan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman mejadi opsi dalam mengatasi persoalan tersebut. Keterkaitan Analisis SWOT dan program *Corporate Social Resposibility* pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali ialah bagaimana analisis SWOT mampu memberikan analisis yang dibutuhkan perusahan untuk tetap meminimalisai kelemahan yang timbul ataupun ancaman yang nantinya menimpa perusahan, serta mengoptimalkan kekuatan serta mampu melihat peluang yang ada pada perusahaan. Adapun faktor-faktor analisis SWOT :

1. *Strengths* (Kekuatan)

   Kekuatan pada sebuah perusahan merupakan langkah awal untuk menjadikan perusahan berkuaitas tinggi, karena perusahan yang mengenali kekuatan dapat menjadi langkah besar unuk memajukan perusahaan, dan jika hal tersebut maka hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan ialah bagaimana untuk menambah kekuatan tersebut dan memperkuat kekutan yang sudah dimiliki oleh perusahaan. Dalam sebuah perusahaan, kekuatan juga merupakan suatu hal yang unggul, karena dengan keunggulan tersebut perusahaan mampu berdiri sejajar bahkan lebih dalam persaingan-persaingan perusahaan.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

   Dalam sebuah perusahaan, kelemahan menjadi hal yang berbahaya jika tidak dapat diketahui, maka kelemahan dalam sebuah perusahaan harus dapat lihat dan dapat diminimalisasi atau bahkan kelemahan tersebut dijadikan sebuah

kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahan-perusahaan lainnya. Kelemahan sendiri dapat berupa produk atau sumber daya manusianya sendiri, dan dalam konteks penelitian ini kelemahan juga menjadi suatu hal yang terdapat pada perusahaan untuk dianalisis. Oleh sebab itu ada beberapa hal yang harus dibanhi dalam kelemahan perusahaan, yakni: kelemahan pada sumber daya manusia yang ada pada perusahaan, sarana dan prasarana yang terpatok pada kewajiban saja, kelemahan melihat bagaimana peluang yang timbul yang kemudian nantinya bakal merugikan kondisi yang ada pada saat itu juga, dan penciptaan produk atau program yang harus tetap mampu bersaing dengan perusahaan lainnya atau program yang sejenisnya.

3. *Opportunities* (Peluang)

Dalam sebuah perusahaan, peluang merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi perusahaan, peluang yang timbul dapat dijadikan perusahaan sebuah kelebihan yang nantinya melebihi perusahaan lainnya atau competitor. Dan peluang sendiri terbagi menjadi tiga tingkatan, yakni:

> "a. *Low, memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapainnya juga kecil. b. Moderate, memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapainnya kecil atau sebaliknya. c. Best, memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya besar."* (Fatimah. 2016: 17)

Selain itu, di era yang serba teknologi saat ini, perusahaan juga dapat melihat bagaimana teknologi juga dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk digunakan sebagai alat bantu produksi yang lebih optimal serta media pemasaran yang saat ini sangat gencar telihat di media sosial.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman, merupakan hal yang menganggu bagi perusahaan. karena kehadiran ancaman akan mengganggu bagaimana jalannya perusahaan dan merusak bagimana cara kerja ssebuah perusahaan. kehadiran ancaman sendiri jika tidak dapat langsung ditangani oleh perusahaan maka yang terjadi akan memberikan dampak negatif pada perusahaan, dan tersebut membuat penghalang bagi perusahaan untuk mencapai tujuan. Sama halnya dengan peluang, dalam

ancaman terbagi menjadi tiga kategori, seperti ancaman utama (*major threat*), ancaman moderate (*moderate threat*), dan ancaman tidak utama (*minor threat*).

Adapaun, ancaman-ancaman tersebut tetaplah merupakan ancaman yang harus diantisipasi oleh perusahaan. Ancaman utama, ancaman ini perusahaan dituntut untuk merencanakan stategi, demi kerlangsungan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Ancaman moderate, ancaman ini dapat dikatakan sebagai penggabungan tinggkat keparahan dan kemungkinan terjadi, dan hal ini juga tetap untuk dihindari oleh perusahaan, agar nantinya tidak mengganggu keberlangsungan sebuah perusahaan. Dan yang terakhir ialah ancaman tidak utama, ancaman ini kemungkinan terjadinya kecil, dan dampak yang dihasilakan juga kecil, namun bukan berarti tidak ada persiapan, karena dalam sebuah perusahaan jika ancaman minor threats tidak langsung ditanggulangi maka kondisi yang ditakutkan ialah ancaman tersebut akan menjadi utama Beberapa ancaman tersebut yang telah dikategorikan ialah ancaman yang mungkin akan melanda perusahan, perusahaan akan menekan hal tersebut agar tidak terjadi pada perusahaan karena nantinya akan merukan perjalanan perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan. Oleh sebab itu, mampu menghindari, menekan dan melihat serta mampu menyiapkan rencana strategi untuk kehadiran ancaman yang timbul adalah cara perusahaan untuk seimbang dan mencapai tujuan perusahaan. (Fatimah, 2016: 13-19).

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan keguaan tertentu (Sugiyono, 2012: 2). Adapun metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian Analisis Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali) ialah sebagai berikut :

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

   Penelitian ini mengenai Analisis Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali) yang akan menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif. Menurut Nana Syaodih :

> *"Penelitian Kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan."* (Hamdi, 2014: 9)

Terkait dengan definisi tersebut, adaanya keterangan menganalisis sebuah aktivitas sosial menjadikan acuan pada penelitian ini. Sebab, dalam penelitian ini diperlukannya menganalisis program *Corporate Sosial Resposibily* yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Selain itu, dalam buku Hamdi dan E. Bahruddin mengatakan :

> *"Penelitian kualitatif itu bersifat induktif, jadi peneliti membiarkan permasalahan-permesalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk intepretasi. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetil disertai catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan."* (Hamdi, 2014: 9)

Oleh sebab itu, penelitian ini membutuhkan pengamatan, wawancara mendalam, dokumen dan hasil catatan atas data yang diperoleh untuk mengungkap tentang program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Jadi, peneliti menilai bahwa pendekatan kualitatif sesuai untuk digunakan dalam penilitian ini.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali) ini akan dilakukan dalam jangka waktu enam bulan. Pengambilan dan penetapan waktu selama enam bulan tersebut dinilai cukup untuk dilakukannya penelitian, yaitu dimulai dari peneliti menyusun proposal, mengumpulkan data hingga menyususn laporan. Dalam proses penyusunan proposal itu sendiri, peneliti akan melakukan beberapa tahap yakni merumuskan ide penelitian, mencari informasi, sumber refrensi dan mencari narasumber. Kemudian dalam proses pengumpulan data, peneliti juga akan melakukan beberapa tahap seperti perizinan, pengamatan serta memperoleh data dari narasumber yang sudah ditetapkan. Selain memperoleh data langsung dengan cara wawancara, dokumen dan hasil catatan, peneliti juga memperoleh data melalui *website* resmi dari perusahaan, hal tersebut dilakukan sebagai alat pendukung

peneliti dalam memperoleh data. Berikutnya ialah proses penyusunan laporan, pada proses ini peneliti akan memulainya dengan menganalisi data yang telah diperoleh. Proses menganalisis data tersebut kemudian dilanjutkan dalam proses penyajian data hingga peneliti dapat menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dari penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini dilaksanakan di kantor pusat PT. Pembangkit Jawa-Bali Jl. Ketintang Baru No. 11, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Lokasi yang dituju tersebut akan langsung menuju pada pihak yang terkait, mengingat objek dari penelitian yaitu PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Lokasi lainnya tersebut akan ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dengan narasumber, mengingat bahwa yang diteliti merupakan sebuah kegiatan/aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Narasumber Penelitian

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan berkas lainnya (Moleong, 1997: 112). Jadi, dalam penelitian ini yakni Analisis Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali) mengutamakan pencatatan melalui wawancara atau pengamatan, dan subyek yang dijadikan narasumber dalam penelitian ini ialah orang-orang yang mengelola *Corporate Social Responsibility* khusunya pada program Akademi Komunitas.

Adapun narasumber dari PT. Pembangkitan Jawa-Bali, (Bapak Puri Handoko dan Bapak Mul sebagai Ass. Officer CSR) dan (Yusuf Hendra Irawan, Agam Patria dan Yudhi Dwi Wana sebagai Alumni Mahasiswa Akademi Komunitas Pembangkitan Jawa-Bali). Hal tersebut dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi yang dapat menambah data yang diperlukan oleh peneliti.

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dikatakan sebagai suatu proses dalam penelitian, dengan tujuan memberikan informasi untuk memenuhi data yang diperlukan oleh peneliti.

> *"Secara garis besar data dalam penelitian komunikasi kualitatif dapat dikelompokan menjadi tiga jenis: (a) data yang diperoleh dari interview, (b) data yang diperoleh dari observasi, dan (c) data yang berupa dokumen, teks atau karya seni yang kemudian dinarasikan (dikonversikan ke dalam bentuk narasi)."* (Pawito, 2008: 96)

Oleh karena itu, adapun proses teknik pengumpulan data yang akan dilakukan meliputi beberapa hal diantaranya :

1) Wawancara

Wawancara juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini. Wawancara dalam Pawito (2008) didefinisiskan sebagai berikut :

> *"interview (wawancara) merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang diilih untuk diteliti."* (Pawito, 2008: 132)

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti nantinya dengan mempersiapkan daftar pertanyaan yang diajukan peneliti kepada narasumber. Jadi, wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan bersama narasumber yang jumlahnya dua atau lebih. Seperti menurut Mulyana (2004: 180), bahwa wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, yang diantaranya yakni peneliti ingin memperoleh informasi dari narasumber dengan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan penelitian.

Selain itu, dalam penerapan wawancara itu sendiri dapat dilakukan secara tersetruktur dan tidak tersetruktur. Wawancara tersetruktur digunakan sebagai teknik mengumpulkan data, apabila peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi yang akan diperoleh. Sedangkan wawancara tidak tersetruktur, wawancara yang dilakukan secara bebas, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersususn dengan sisitematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, (Sugiyono, 2012: 140). Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan maka, peneliti menggunakan bentuk wawancara yang tidak terstruktur.

Hal tersebut dibutuhkan peneliti, mengingat bahwa peneltian yang dilakukan di beberapa lokasi. Adapun wawancara yang dilakukan ialah dengan orang-orang yang bersangkutan langsung dengan aktivitas *Corporate Social Resposibility* yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali yaitu Bapak Puri

Handoko dan Bapak Mul sebagai Ass. Oficer CSR berserta Alumni AK PJB yaitu Yusuf Hendra Irawan, Agam Patria dan Yudhi Dwi Wana.

2) Dokumen

Dokumen merupakan bagian dari pengumpulan data melalui berkas-berkas, teks hingga karya seni yang dinarasikan. Dokumen juga merupakan suatu catatan peristiwa yang sudah berlalu, Menurut Sugiyono (2012: 240) dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, karya seni monumental dari seseorang. Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan maka dokumen berbentuk tulisan ialah laporan tahunan perusahaan dan sejarah perusahaan serta kebijakan perusahaan. adapun dokemen lainnya ialah dapat berupa foto kegiatan perusahaan. Dokumen merupakat alat pembantu untuk pengumpulan data dari metode wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Terkait hal tersebut, Bogdan menyatakan

> *"In most tradition of qualitative research, the pharase personal document is used broadly to refer to any first person narrative produced by an individual which describes his or her own actions, experience and bilief"* (Sugiyono, 2012: 240).

Penelitian mengenai Analisis Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali) ini sangat memerlukan dokumen selain untuk melengkapi hasil temuan dilapangan, dokumen juga diperlukan peneliti untuk memperkuat temuan sebagai hasil penelitian. Adapun dokumen yang digunakan oleh peneliti ialah dokumen berupa pengumuman, laporan program *Corporate Social Responsibility* dan laporan tahunan PT. Pembangkitan Jawa-Bali.

3) Data Online

Data online merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang menggunakan media baru yaitu internet atau media online. Adapaun definisi yang diusung oleh bungin (2007), sebagai berikut:

> *"Tata cara melakukan penelususran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah*

mungkin, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akadmis." (Bungin, 2007: 125)

Data online dapat membantu melengkapi informasi atau hasil temuan dari pengumpulan data sebelumnya. Dalam data online, peneliti menggunakannya sebagai media pengumpulan informasi lebih lanjut, seperti website perusahaan PT Pembangkitan Jawa-Bali, berita online atau portal berita tentang Akademi Komunitas Pembangkitan Jawa-Bali serta beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian *Corporate Social Responsibility* yang menyangkut tentang pengembangan masyarakat.

5. Analisis Data

Analisis data dalam kualitatif akan menghasilkan data-data dalam bentuk kalimat yang kemudian dijadikan sebuah kesimpulan temuan hasil penelitian. Adaapun langkah-langkahnya yaitu berupa reduksi data yang disusun dalam satuan-satuan, lalu dikategorisasikan dan setelah itumelakukan *verification.* Selaras dengan model *Miles and Huberman* (1984) mengemukakan,

> *"bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification."* (Sugiyono, 2012: 246)

Dalam Sugiyono (2008), dijelaskan tahapan-tahapan analisis data dengan model *Miles and Huberman*, sebagai berikut :

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan tahap untuk memilih hal-hal yang telah dikumpulkan peneliti saat proses pencarian data di lapangan dan memilih informasi yang sesuai dengan apa yang telah ditentukan dalam penelitian. Reduksi data juga berupa bagaimana peneliti mentranskrip wawancara yang nantinya dipilah-pilah dan dianalisis. Jadi, jika semakin lama penelitian dilapangan maka semakin banyak juga jumlah data yang didapatkan dan semakin rumit dalam mereduksi data.

"Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya" (Sugiyono, 2008: 247). Berdasarkan definisi tersebut, maka jelas bahwa meruduksi

memiliki beberapa langkah yang terstruktur, dari bagaiamana awalnya ialah dengan merangkum data-data yang telah didapatkan dilapangan. Setelah itu peneliti memilih data-data tersebut, dalam pemilihan data tersebut harus sesuai dengan tema dan pola penelitian dan nantinya akan ada pemangkasan data, pemangkasan data tersebut diperlukan untuk mempermudah peneliti dalam memilih data-data yang sesuai dengan penelitian.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan tahapan setelah melakukan tahap reduksi data dalam analisis data. Dalam Sugiyono (2008: 249), *Miles and Huberman* (1984) menyatakan, *"the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text"*. Jadi, penyajian data dalam bentuk naratif tersebut bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan tahap berikutnya yaitu *Verification.*

Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan maka, penyajian data mempermudah peneliti dalam memahami dan menemukan temuan penelitian yang meneliti tentang konsep *Corporate Sosial Resposibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

c) *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan kesimpulan/Verifikasi)

Penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan tahapan terakhir dari analisis data, setelah tahapan analisis data lainnya yaitu reduksi data dan penyajian data. Penarikan kesimpulan sendiri sangat dibutuhkan sebagai jawaban atas tahapan-tahapan yang dicetus oleh penelitian, mulai dari ide penelitian, tema dan bukti-bukti yang kredibel dari pencarian data di lapangan.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. PT. Pembangkitan Jawa-Bali

PT Pembangkitan Jawa Bali (PJB) adalah perusahaan pembangkitan listrik dan anak perusahaan dari PT PLN. Didirikan pada 3 Oktober 1995, Beroperasi di berbagai daerah di seluruh Indonesia. Berlokasi di Jl. Ketintang Baru No. 11 Surabaya (60231) Jawa Timur, Indonesia. Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali bergerak di bidang pembangkitan listrik, operasi, perawatan, dan bisnis lainnya yang terkait dengan kelistrikan nasional. PT. Pembangkitan Jawa-Bali mengabadikan diri untuk bangsa dan negara Indonesia dengan mendorong perkembangan perekonomian nasional dengan menyediakan energi listrik yang bermutu tinggi, andal dan ramah lingkungan.



Gambar 2.1 Penanda Kantor Pusat PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Sumber: Dokumentasi Penulis

B. Visi Misi PT. Pembangkitan Jawa-Bali

PT. Pembangkitan Jawa-Bali memiliki Visi dan Misi dalam menjalankan perusahaannya. Adapun Visinya yaitu Menjadi perusahaan terpercaya dalam bisnis pembangkitan terintegrasi dengan standar kelas dunia. Dan Misinya yaitu yang pertama Memberi solusi dan nilai tambah dalam bisnis pembangkitan terintegrasi untuk menjaga kedaulatan listrik nasional, kedua Menjalankan bisnis pembagkitan secara berkualitas, berdaya saing dan ramah lingkungan, serta yang ketiga yaitu mengembangkan kompetensi dan produktivitas Human Capital untuk pertumbuhan yang berkesinambungan.

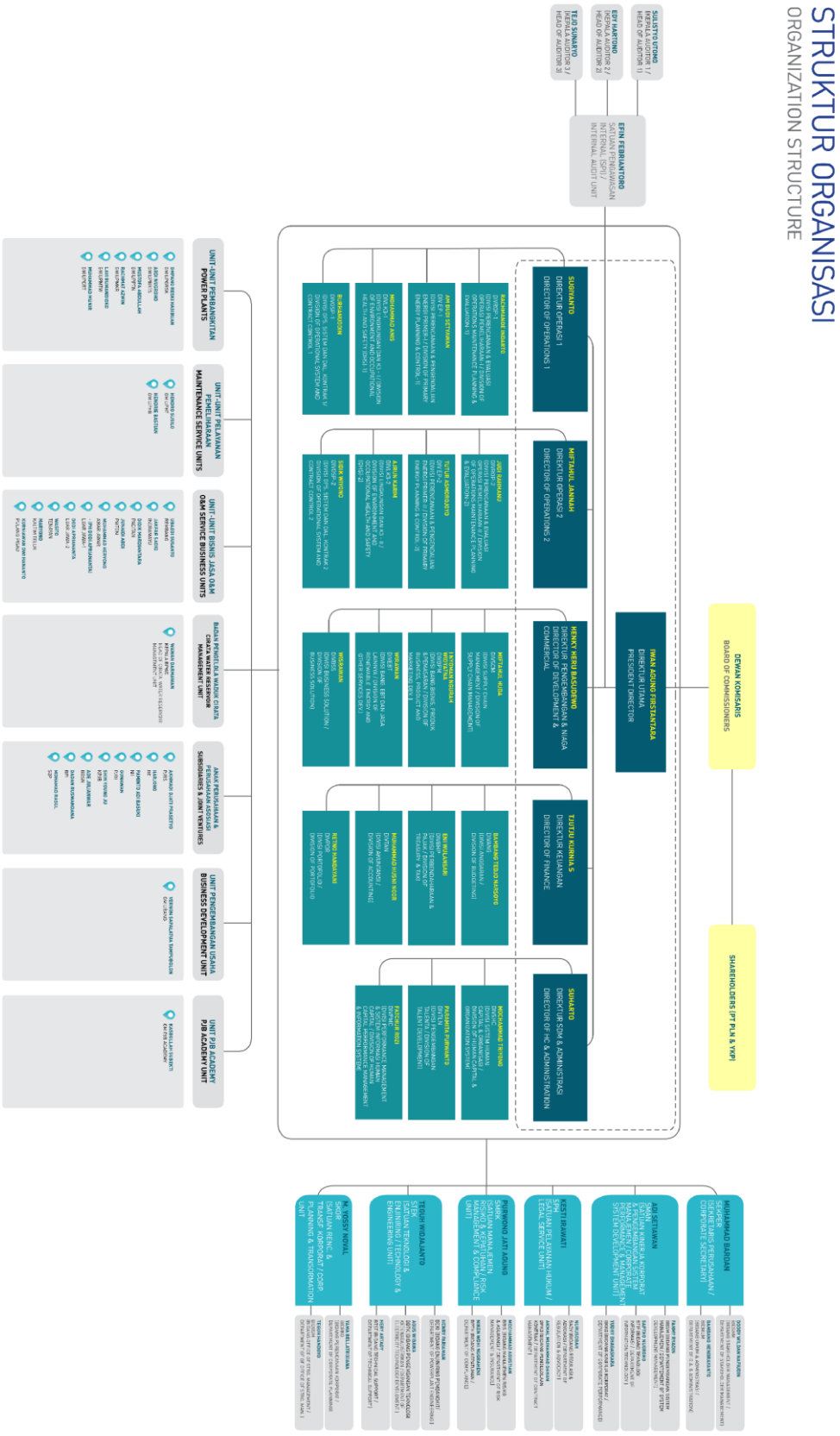


Gambar 2.2 Visi dan Misi PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

C. Struktur Organisasi PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Sebagai salah satu bentuk penyelarasan dengan pengembangan bisnis perusahaan serta dalam rangka mendukung proses dan dinamika bisnis perusahaan. Struktur organisasi PJB ditetapkan dalam Perdir no. 014.P/019/DIR/2018 ttg penetapan organisasi dan bagan susunan jabatan PT Pembangkitan Jawa Bali.

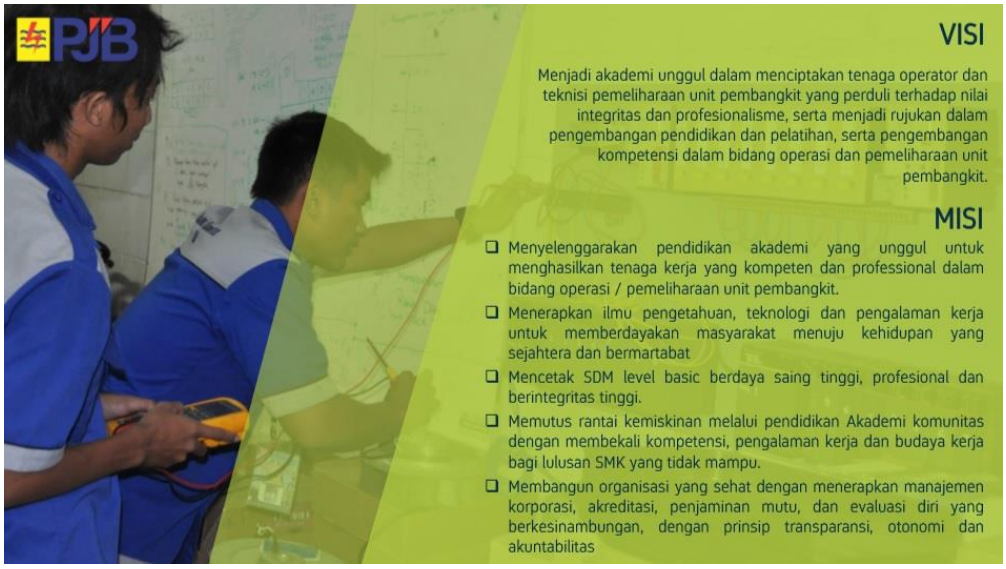


Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

D. Visi Misi Akademi Komuntas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam menjalankan program *corporate social responsibility* akademi komunitas juga memiliki visi dan misi. Adapun visi akademi komunitas PJB ialah menjadi akademi unggul dalam menciptakan tenaga operator dan teknisi pemeliharaan unit pembangkit yang perduli terhadap nilai integritas dan profesionalisme, serta menjadi rujukan dalam pembangunan pendidikan dan pelatihan, serta pengembangan kompetensi dalam bidang operasi dan pemeliharaan unit pembangkit. Misinya ialah menyelenggarakan pendidikan akademi yang unggul untuk menghasilkan tenaga kerja yang kompeten dan professional dalam bidang operasi/pemeliharaan unit pembangkit. Menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi dan pengalaman kerja untuk memberdayakan masyarakat menuju kehidupan yang sejahtera dan bermartabat. Mencetak SDM level basic berdaya saing tinggi, professional dan berintegritas tinggi. Memutus rantai kemiskinan melalui pendidikan Akademi Komunitas dengan membekali kompetensi, pengalaman kerja dan budaya kerja bagi lulusan SMK yang tidak mampu. Membangun organisasi yang sehat dengan menerapkan manajemen korporasi, akreditasi, penjaminan mutu dan evaluasi diri yang berkesinambungan, dengan prinsip transparasi, otonomi dan akuntabilitas.



Gambar 2.4 Visi dan Misi Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

E. Akademi Komunitas Sebagai Program *Corporate Social Responsibility*

PT. Pembangkitan Jawa-Bali dengan menganut Prinsip 3P (People, Profit dan Planet) dan menciptakan keberlanjutan bisnis, PT. Pembangkitan Jawa-Bali selalu mengedepankan aspek kesetaraan sosial melalui pengembangan masyarakat (People) dan menjaga kelestarian lingkungan (Planet) di sekitar wilayah operasional yang tidak hanya semata-mata mengedepankan keuntungan finansial (Profit) yang dicapai dalam kegiatan operasionalnya.

Bangkit bersama merupakan tema yang diusung oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun strategi yang disusun ialah CSR sebagai inisiatif stakeholder *engagement* melalui investasi sosial untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat, mendukung operasional dan pertumbuhan perusahaan. Prioritas pada lokasi/penerima manfaat pada wilayah yang terkena dampak operasi dan/atau memberi dampak pada operasi, dan/atau memperkuat rantai nilai, saling meberikan manfaat yang keberlanjutan. Berbasis sumber daya internal dan kompetensi perusahaan. Dalam hal kerjasama yang dilakukan ialah dengan Perguruan Tinggi, Pemerintah, Industri terkait rantai nilai perusahaan dan Lembaga lainnya. Terdapat juga Pilar dalam Bangkit Bersama yaitu Bangkit Inovasi Pendidikan, Bangkit Inovasi Ekonomi dan Bangkit Inovasi Lingkungan. AK PJB atau Akademi Komunitas perusahaan Pembangkit Jawa-Bali merupakan Bangkit Inovasi Pendidikan, program pendidikan keterampilan untuk menunjang ekspansi bisnis, bekerjasama dengan perguruan tinggi atau pihak lain.

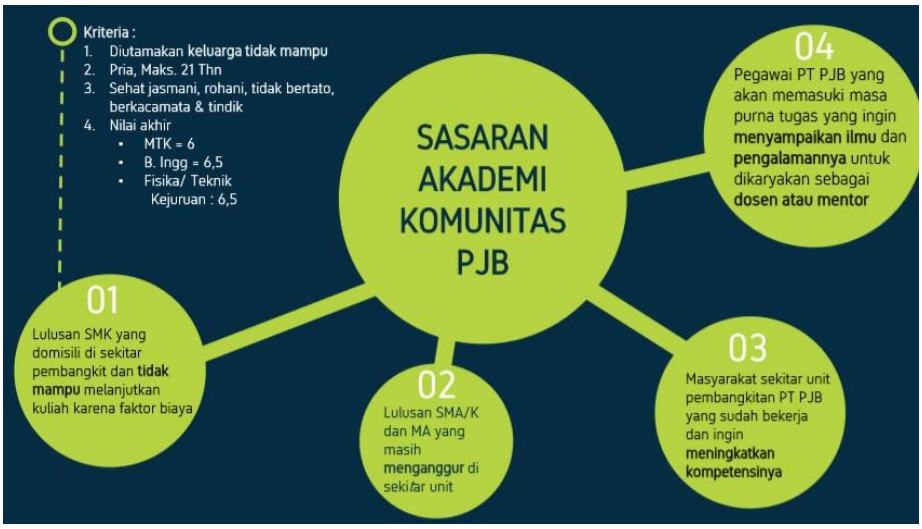


Gambar 2.5 Panduan Program CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Dalam tema Bangkit Bersama, terdapat juga kibijakan, adapun kebijakan tersebut ialah 1. Program CSR tingkat perusahaan: bangkit inovasi pendidikan yang diintegrasikan dengan program komunikasi dan publikasi 2. Program CSR pada Unit: bangkit inovasi lingkungan dan bangkit inovasi ekonomi melalui program tematik yang di dahului oleh *assessment* yang tuntas, berbasis kinerja, holistic dengan pendekatan kemitraan dan kolaborasi dengan berperan sebagai fasilitator kebangkitan masyarakat 3. Anggaran: perencanaan anggaran berbasis rencana kerja 4. Organisasi: Team CSR pada Unit PJB adalah staf CSR yang didukung oleh staf bidang lain yang dimiliki kompetensi ataupun pekerjaan yang berkaitan dengan program 5. Kebijakan: SK Direksi PT PJB No: 065.K/010/DIR/2013 tentang pedoman pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sasaran Akademi Komunitas PT. Pembangkit Jawa-Bali sebagai program *Corporate Social Responsibility* ialah pertama, lulusan SMK yang domisili di sekitar pembangkit dan tidak mampu melanjutkan kuliah karena faktor biaya. Kedua, lulusan SMA/K dan MA yang masih menganggur di sekitar unit. Ketiga, masyarakat sekitar unit pembangkitan PT PJB yang sudah bekerja dan ingin meningkatkan kompetensinya. Dan keempat, pegawai PT PJB yang akan memasuki masa purna tugas yang ingin menyampaikan ilmu dan pengalamannya untuk dikaryakan sebagai dosen atau mentor.



Gambar 2.6 Sasaran Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil dari temuan data dan informasi penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian yang berjudul "Analisis Implementasi dan Aktivitas *Public Relations* dalam Program *Corporate Social Resposibility* (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas *Public Relations* dalam Program *Corporate Social Resposibility* Akademi Komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali)" adapun hasil temuan data yang berhasil peneliti kumpulkan adalah dengan proses observasi, wawancara dan dokumen serta data-data yang diberikan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yang dilakukan peneliti pada perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali.

Hasil wawancara yang dilakukan ialah dengan Bapak Puri Handoko dan Bapak Mul selaku Ass. Officer CSR, serta Agam Patria, Yudhi Dwi Wana, dan Yusuf Hendra Irawan selaku Alumni Akademi Komunitas PJB. Adapun hasil dokumen PT. Pembangkitan Jawa-Bali berupa dokumen seperti, Laporan Tahunan, Laporan Keberlanjutan dan Laporan *Corporate Social Responsibility*. Serta dari beberapa portal berita online. Temuan data penelitian tersebut kemudian akan dipaparkan secara jelas dan lengkap pada bab ini.

No	Nama	Jabatan	Tanggal Wawancara
1	Puri Handoko	Ass. Officer CSR	04 Mei 2018
2	Mul	Ass. Officer CSR	04 Mei 2018
3	Yusuf Hendra Irawan	Alumni Akademi Komunitas PJB	06 Mei 2018
4	Agam Patria	Alumni Akademi Komunitas PJB	07 Mei 2018
5	Yudhi Dwi Wana	Alumni Akademi Komunitas PJB	08 Mei 2018

Tabel 3.1 Nama, Jabatan dan Waktu Narasumber

A. *Corporate Sosial Resposibility* (CSR)/Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali merupakan perusahaan yang juga memiliki program *Corporate Social Responsibility*, yang kemudian dari setiap programnya memiliki acuan sebagai konsep dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility*, seperti kutipan dari wawancara dengan Bapak Puri Handoko sebagai berikut:

> "*PJB itu anak perusahaan PLN intinya berdiri tahun 95, PJB itu prosesnya di pembangkitan listriknya aja tapi untuk urusan transmisi, distribusi itu PLN, konsepnya itu kita punya tiga pilar mas, bangkit inovasi pendidikan, ekonomi dan inovasi lingkungan* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Anak perusahaan dari PLN yang berdiri pada tahun 1995 tersebut mengusung tiga pilar dalam sebuah program *Corporate Social Responsibility* yaitu pilar Bangkit Inovasi Pendidikan, Bangkit Inovasi Ekonomi dan Bangkit Inovasi Lingkungan, ketiga pilar tersebut yang bagi Pembangkitan Jawa-Bali digunakan sebagai acuan dalam membangun konsep-konsep *corporate Social Responsibility*. Walau dalam bidang bisnis hanya dalam bidang proses pembangkitannya saja, namun perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali tetap memiliki program tanggung jawab perusahaan.

a. Model atau pola pada program *corporate social responsibility* PT. Pembangkitan Jawa-Bali

   Dalam melaksanakan kegiatan *corporate sosial responsibility*, Pembangkitan Jawa-Bali menggunkana model atau pola. Adapun model atau pola yang digunakan, sebagai berikut:

   a) Keterlibatan Langsung

      Dalam model atau pola keterlibata langsung, berarti perusahaan tidak melibatkan pihak manapun atau tidak melakukan kerjasama dengan pihak ketiga, jadi perusahaan/instansi yang akan langsung melakukan kegiatan *Corporate Sosial Resposibility*. Dalam data yang ditemukan bahwa perusahaan tidak melakukan model atau pola ini untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dalam bentuk akademi komunitas.

b) Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan/Instansi

Dalam model atau pola melalui yayasan sosial perusahaan, perusahaaan mendirikan yayasan di bawah naungannya, dengan yayasan non-profit yang memiliki dana operasional dari perusahan yang menaunginya dan menciptakan dan melaksanakan kebijakan program *Corporate Sosial Resposibility*. Model atau pola ini tidak dilaksanakan oleh perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility*.

c) Bermitra Dengan Pihak Lain

Model atau pola bermitra dengan pihak lain, berarti melakukan kerjasama pihak-pihak lain seperti lembaga pemerintah, lembaga non-pemerintah, media massa dan universitas untuk melaksanakan program *Corporate Sosial Resposibility*. Dan dalam model atau pola ini, maka pihak Pembangkitan Jawa-Bali, melakukan kerjasama dengan lembaga pemerintah dan universitas. Kerjasama yang dilakukan ialah dengan PENS yakni Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, bekerjasama dengan sekolah setempat dan bekerjasama juga dengan anak perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali serta berkerjasama dengan PLN yakni Pembangkit Listrik Negara. Seperti yang dikatakan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Dalam menjalankan program Akademi Komunitas, PJB bekerjasama dengan berbagai stakeholder seperti PENS, Anak Perusahaan PJB, PLN, sekolah setempat, dan pemerintahan setempat. Kerjasamanya dimulai dari perencanaan hingga monitoring evaluasi. Contohnya diperencanaan, dengan kolaborasi bersama PENS, PJB menyusun bersama kurikulumnya agar sesuai antara teori dan prakteknya. Dalam proses rekruitmennya pun juga, PJB melibatkan PENS, pemerintah setempat, sekolah setempat, dan PLN setempat. Saat perkuliahannya pun juga PJB berkolaborasi dengan PENS.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Adapun kerjasama yang dilakukan mulai dari pendirian, penyusunan kurikulum, hingga sosialisai. Selain itu, angkatan pertama program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas melakukan kerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Surabaya dan Dinas Pendidikan Kota Gresik.

> "*Dalam angkatan pertama, PJB akan menerima 70 mahasiswa di AK PJB. Proses penjaringan calon mahasiswa dilakukan*

bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Surabaya dan Dinas Pendidikan Kota gresik. Saat ini proses seleksi masih berlangsung dan akan segera diumukan nama-nama yang diterima sebagai mahasiswa AK PJB. (https://news.okezone.com/read/2012/09/27/373/695774/pln-dirikan-akademi-komunitas-di-surabaya diakses 09 Juli 2018)"

d) Mendukung atau Bergabung Dalam Suatu Konsorsium

Dalam menjalakan *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali tidak menjadi anggota dari suatu lembaga sosial atau konsorsium tertentu yang dapat menjalankan program *corporate sosial responsibility*.

b. Kriteria *corporate social responsibility* PT. Pembangkit Jawa-Bali

Dalam menjalankan tanggung jawab sosial berupa akademi komunitas, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga memiliki kriteria seperti tanggung jawab ekonomi, legal, etika dan diskresioner.

a) Tanggung jawab ekonomi

Kriteria tanggung jawab ekonomi terkait perusahaan, merupakan tanggung jawab yang mengharuskan perusahaan untuk mengambil atau memperoleh keuntungan, keberlangsungan perusahaan, citra positif pada perusahaan dan juga memperoleh keuntungan sosial.

Adapun data yang ditemukan dengan keterkaitan tanggung jawab ekonomi ialah keberlangsungan perusahaan dalam mendirikan PLTU yang didirikan di daerah-daerah. Karena pembangunan PLTU di daerah membuat masyarakat sekitar ingin bekerja di pembangkitan, oleh sebab itu untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar serta keberlangsungan perusahaan, maka program pendidikan akademi komunitas yang dibalut dengan *corporate social responsibility* menjadi salah satu alasan. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

"*isunya adalah terkait penyerapan tenaga lokal. Banyak warga sekitar pembangkit yang ingin bekerja di pembangkit, namun keterampilan dan pengetahuanya tidak memenuhi. Apalagi teknologi pembangkit kan memang sophisticated yang membutuhkan spesifikasi karyawan yang bagus. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan itu kita memfasilitasi lewat anak-anak*

> *di wilayah ring 1 pembangkit.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

b) Tanggung jawab legal

Dalam tanggung jawab legal perusahaan dituntut untuk patuh dalam aturan yang berlaku dalam tata kehidupan, berkaitan dengan bagaimana perusahaan mampu bersinergi dengan pemerintah daerah tuk keberlangsungan masyarakat sekitar perusahaan. Adapun aturan yang berlaku ialah undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada Bab V Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, pasal 74, ayat 1 hingga 4 yang berbunyi, sebagai berikut:

> "*(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.* (Undang-Undang Republik Indonesia, 2007)"

Dari aturan tersebut jelas, bahwa perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali merupakan dunia industri yang berkaitan dengan sumber daya alam, dan berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam pertumbuhan perusahaan, Pembangkitan Jawa-Bali mengusung pilar program *corporate social responsibility* yakni pilar inovasi pendidikan, pilar lingkungan dan pilar ekonomi. Adapun keterkaitan dengan akademi komunitas, ialah dari pilar pendidikan perusahaan.

Selain aturan berupa undang-undang, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali bersinergi dengan pemerintah daerah tuk keberlangsungan masyarakat sekitar perusahaan, seperti yang dipaparkan dalam bermitra dengan pihak lain, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melakukan kerjasama dengan Dinas Pendidikan Surabaya dan Gresik. selain itu, Pembangkitan Jawa-Bali juga melibatkan pemerintah setempat untuk melakukan sosialisasi program *corporate*

social responsibility, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*nah di sinipun kita melibatkan pemerintah setempat sekolah setempat sama PLN setempat, yaitu untuk sosialisasi.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga bersinergi dengan cara mengkoordinasikan dan mendiskusikan hasil pemetaan dengan pemerintah dan masyarakat setempat dengan maksud agar program yang dibuat oleh perusahaan tidak bertabrakan dengan program pemerintahaan, serta dengan tujuan agar program sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

> "*hasil pemetaan dikoordinasikan dan didiskusikan dengan pemerintah dan masyarakat setempat, agar program yang dirumuskan tidak berbenturan dengan program pemerintah, serta benar-benar dibutuhkan masyarakat setempat.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2012)"

c) Tanggung jawab etika

Dalam tanggung jawab etika, perusahaan memperhatikan akan nilai-nilai yang tersebar pada masyarakat dan menghargai hak kelompok maupun individu. Dalam tanggung jawab etika hal yang paling penting terletak pada moral, di mana hal tersebut menjadi keseimbangan dalam perilaku. Dalam data yang ditemukan, adapun budaya yang tersebar di masyarakat harus disesuaikan, akademi komunitas telah berjalan hingga lima angkatan, di mana pada angkatan tiga hingga lima mencakup luar pulau jawa, dengan kondisi belom meratanya pendidikan maka hal yang kemudian disesuaikan dengan masyarakat sekitar ialah menurunkan standar syarat untuk menerima mahasiswa yang ingin menempuh pendidikan di akademi komunitas Pembangkitan Jawa-Bali, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Dari AK satu hingga AK dua, standar masuk ke program ini memang lebih tinggi dibanding dengan AK tiga hingga AK lima. Alasannya itu karena perbedaan kualitas pendidikan di Jawa dan Luar Jawa. Hasil Ujian Nasional di pulau Jawa lebih baik dibandingkan dengan yang diluar Jawa. Contohnya saja ada penurunan standar nilai matematika. Dari yang awalnya nilai 7 diturunkan menjadi nilai 6. Itu saja walaupun standarnya diturunkan, kita masih kesulitan menemukan anak-anak yang memenuhi kualifikasi.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Selain itu, dikutip dalam portal berita online disebutkan bahwa akademi komunitas merupakan tanggung jawab moral dan karena perusahaan dituntut memiliki prinsip nasionalisme. Seperti yang tercantum dalam portal berita online, sebagai berikut:

> "*Program bernama Akademi Komunitas itu sedang dikembangkan untuk memperoleh akreditasi menjadi Akademi Pembangkit," ujarnya. Tanggung jawab moral pemanfaatan pekerja lokal tidak hanya sebatas alasan upah murah, kata Senior Manajer Human Capital PT PJB Dedi Budi Utomo, tetapi juga karena perusahaan dituntut memiliki prinsip nasionalisme dalam mempekerjakan karyawannya. "Kami punya tanggung jawab moral membentengi pekerja lokal dari serbuan pekerja asing pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) ini. Cara paling tepat yakni dengan meningkatkan kompetensi," sebut dia.* (https://regional.kompas.com/read/2016/03/24/11110061/Agar.Pekerja.Asing.Tidak.Menyerbu.Sektor.Pembangkit diakses 09 Juli 2018)"

d) Tanggung jawab diskresioner

Tanggung jawab ini, Tanggung jawab diskresioner merupakan tanggung jawab murni amal, terkesan tidak mengharapkan imbalan namun dapat memberikan citra positif pada perusahaan. Program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas merupakan program yang tidak dipungut biaya, bahkan diberikan fasilitas oleh perusahaan untuk mengeyam pendidikan selama di akademi komunitas. Jadi selama menempuh pendidikan, para mahasiswa Akademi Komunitas Pembangkitan Jawa-Bali juga mendapatkan fasilitas berupa buku perkulihaan, perlengkapan *safety* yang digunakan untuk keperluan praktek, asuransi kecelakaan selama praktek kerja di beberapa unit milik perusahaan, dan transportasi sepeda selama serta biaya hidup sebesar Rp. 1.100.000,- per bulan. Seperti pemaparan Puri Handoko, sebagai Berikut:

> "*Selama kuliah PJB memberikan fasilitas seperti bantuan uang saku untuk biaya hidup sehari-hari sebesar 1.1 juta. Selain itu, saat melaksanakan kerja praktek, PJB memberikan perlengkapan safety dan asuransi BPJS Ketenagakerjaan.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga memberikan para mahasiswa akademi komunitas BPJS ketenagakerjaan dengan alasan jauh dari orang tua

ataupun keluarga, jadi perusahaan Pembangkit Jawa-Bali mengakomodir asuransi kesehatannya berupa BPJS.

Fasilitas	Facilities
Buku / materi pelajaran	Books
Perlengkapan safety (safety shoes dan wear pack)	Safety equipments (safety shoes and wear pack)
Asuransi kecelakaan kerja (selama menjalani studi lapangan di lokasi Unit Pembangkitan)	Occupational accident insurance during work pactice at Generation Units
Bantuan biaya hidup sebesar Rp 1.100.000,- per bulan	Living allowances amounting to Rp 1,100,000 per month
Bantuan transportasi berupa peminjaman sepeda	Transportation in the form of bycicles

Gambar 3.1 Fasilitas Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Selain itu, perkembangan Akademi Komunitas menjadikan pihak perusahaan juga memberikan fasilitas akomodasi berupa tiket pesawat bagi mahasiswa yang tinggal di luar jawa, tiket pesawat berangkat dan tiket pesawat pulang, serta akomodasi bagi orang tua mahasiswa yang menghadiri wisuda. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Jadi tu, saya bilang kayak, mereka ga ada biaya, bahkan contoh dari luar jawa, pokoknya kan wilayahnya itu kan jauh jauh kan ya mas, ada dari jawa ada yang dari luar jawa, ga ada yang surabaya, karen kita ga ada pembangkitan listrik dari surabaya. Akomodasi semua kita tanggung mas, tiket pesawat sampai penginapan sementara pun kita tanggung sampai masa perkulihaan, sampai kuliah pun kita tanggung, jadi akomodasi berangklat dan pulang kita tanggung, dia naik pesawat kita tanggung, berangkat tanggung, pulang kita tanggung, nanti pas wisuda orang tuanya pengen dateng, orang tuanya pun kita tanggung biaya akomodasi nya juga untuk tiket pesawatnya aja, tempat penginapan tidak dan itu hanya satu orang, keluarganya kita tanggung.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"



Gambar 3.2 Acara Wisuda Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: https://www.ptpjb.com/wisuda-ak-angkatan-5/

Fasilitas-fasilitas tersebut kemudian murni diberikan kepada mahasiswa akademi komunitas hingga mendapatkan ijazah tanpa mengharapkan imbalan, namun tanggapan mahasiswa atau alumni akademi komunitas yang diberikan kesempatan mendapatkan fasilitas tersebut memberikan citra yang baik bagi perusahaan, seperti yang di katakan oleh Yusuf Hendra Irawan sebagai berikut:

> "*AK PJB di mohon adakan setiap tahunnya. AK PJB sangat berperan dalam perkembangan di dunia pembangkitan dalam menciptakan tenaga kerja yang kompeten. Lebih diperbanyak peserta, dan diperbanyak dari daerah daerah lain yang ada pembangkitnya agar lebih maju.* (Yusuf Hendra Irawan, wawancara, 06 Mei 2018)"

c. Unsur *Corporate Social Responsibility* pada PT. Pembangkit Jawa-Bali

Dapat disebut *corporate social responsibility* apabila perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menerapkan program akademi komunitas memiliki beberapa unsur seperti *continutity* dan *sustainability*, *community empowerment* dan *two ways*, adapun unsur-unsur tersebut, sebagai berikut:

a) *Continutity* dan *Sustainability*

Unsur ini merupakan unsur pada *corporate social responsibility* yang mempunyai ciri yaitu *long term perspective* bukan yang *instant, happening* ataupun *booming*. Karena unsur ini merupakan unsur yang memliki tahapan kegiatan yang terencanakan, sistematis, dan kemudian dapat dievaluasi. Adapun yang tahapan awal dilakukan oleh perusahaan Pembangkit Jawa-Bali dalam membuat program *corporate social responsibility* yang berupa akademi komunitas ialah dengan mengajukan proposal ke Dinas Pendidikan yang dibalut dalam program *corporate social responsibility*, yang kemudian di setujui oleh Kemendikbud, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*PJB membuat proposal ke dinas pendidikan, lalu dievaluasi dan disetujui oleh dinas pendidikan.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Selain itu, tahapan yang kemudian ialah sistematis serta dapat dievaluasi, adapun untuk menjawab tahapan sistematis ialah bagaimana program akademi komunitas sudah berjalan hingga lima angkatan seperti yang tercantum dalam laporan tahunan PT. Pembangkitan Jawa-Bali, sebagai berikut:

> "*Pelaksanaan di tahun 2016 merupakan pelaksanaan kelima, yang diikuti sebanyak 67peserta dari 14 wilayah Indonesia.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2016)"

Dan tahapan dapat dievaluasi, hal ini maka perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali memiliki cara mengukurnya, digunakan untuk mengukur bagaimana manfaat dari program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas bagi perusahaan, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko sebagai berikut:

> "*Pengukuran dampak pelaksanaan program akademi komunitas dengan menggunakan metode SROI. Atau nama lainnya Social Return on Investment* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

b) *Community empowerment*

Unsur ini bukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang bergerak pada amal ataupun kedermawanan perusahaan terhadap komunitas, melainkan kegiatan yang kemudian menjadikan komunitas semakin mandiri. Salah satu indikasi suksesnya kehadiran tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk

pemberdayaan ialah bagaimana komunitas semakin mandiri dari sebelum adanya kegiatan *corporate social responsibility*.

Sebelumnya terdapat kriteria tanggung jawab diskresioner, di mana kriteria tersebut ialah murni amal, namun mempengaruhi citra perusahaan menjadi postitif yang kemudian perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali memberikan biaya gratis selama menempuh pendidikan dan mendapatkan fasilitas hingga lulus dari akademi komunitas. Adapun kriteria tangung jawab diskresioner dan unsur *community empowerment* saling bersinergi, selain murni amal yang diberikan juga memberikan komunitas semakin mandiri.

Adapun *community empowerment* yang ditemukan dalam data ialah lulusan akademi komunitas memanfaatkan ijazah untuk melamar kerja, dan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga memberikan kesempatan bagi lulusan untuk melamar di PJB Grup karena akademi komunitas PJB tidak ada ikatan dinas, namun dapat melamar melalui PJBs yaitu Pembangkitan Jawa-Bali *Service* dan MKP yaitu Mitra Karya Prima. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Program ini tidak ada ikatan dinasnya. Jadi mahasiswa AK dapat memanfaatkan ijazah yang diperoleh dari PENS untuk melamar ke tempat lain. Walaupum tidak ada ikatan dinasnya, PJB masih tetap memberikan kesempatan untuk mahasiswa AK dengan membuka rekrutmen khusus bagi para lulusan AK. Nantinya, lulusan AK dapat rekrut oleh anak perusahaan PJB yaitu PJB Services dan Mitra Karya Prima (MKP).* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Selain itu, lulusan dari akademi komunitas Pembangkitan Jawa-Bali sudah ada yang bekerja di Cugindo, salah satu anak perusahaan dari Indonesia Power, yang masih memiliki hubungan dengan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali di bawah naungan Perusahaan PLN atau Pembangkit Listrik Negara. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Dan sejauh ini temen-temen ada yang bekerja di Cogindo, Cogindo itu anak perusahaan Indonesia Power, Indonesia Power itu saudaraan sama PJB, jadi dulu tuh Indonesia Power tuh namnya PJB juga, trus berubah nama menjadi Indonesia Power, itu satu anak perusahaan PLN juga. Selain Cogindo, ada juga lulusan di rekrut sama Petrokimia Gresik. Tambahan lainnya, ada*

> *juga yang direktut oleh Pembangkit milik swasta*. (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Namun, tidak keseluruhan lulusan akademi komunitas Pembangkitan Jawa-Bali dapat bekerja di PJB Grup. Seperti hasil wawancara dengan Yusuf Hendra Irawan, sebagai berikut:

> "*Iya mas D1. Setelah lulus kan dilakukan rekrutmen pegawai PJBS. Dan nasib berkata lain peserta sekitar 50an yang dari jawa keterima hanya 20 peserta, dan saya termasuk yang tidak keterima, yang dari Tuban 10 peserta yang keterima hanya 3 peserta, sekrang ditempatkan di PLTU Kendari*. (Yusuf Hendra Irawan, wawancara, 06 Mei 2018)"

Program *corporate social responsibility* dalam bentuk akademi komunitas yang diusung oleh Pembangkitan Jawa-Bali tidak ada ikatan dinas namun memberikan prioritas pada mahasiswa akademisnya, dengan hanya melewati tes psikotes dan dalam menempuh pendidikan tidak keseluruhan mahasiswa lulus, karena ada yang di DO dan pulang membantu orang tua. Seperti yang dikatakan oleh Mul, sebagai berikut:

> "*AK yang bagi PJB juga jadi prioritas, yang kemudian hanya melewati tes psikotes. Yang tidak terserap banyak juga, ada yang kuliah lagi, ga boleh lagi sama orang tuanya. Dan AK ada yang tidak lulus, AK1 AK2 AK3 ada yang tidak lulus. iya mas, ada yang ga di lanjutin karena DO dan karena ya… harus bantu orang tua, ya ogah-ogahan.* (Mul, wawancara, 04 Mei 2018)"

Adapun data yang yang temukan, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dalam mengelolah akademi komunitas telah menjadikan lulusannya mampu bersaing dan sejumlah 145 orang telah bekerja di PJB Grup.

> "*Lulusan akademi komunitas tidak memiliki ikatan dinas dengan PJB, tetapi tetap memiliki kesempatan untuk mengikuti rekrutmen di PJB Group. Dari keempat angkatan AK PJB sebelumnya, 145 orang telah bekerja sebagai tenaga operator di PJB Services (PJBS) dan Mitra Karya Prima (MKP).* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2016)"

c) *Two ways*

Unsur ini merupakan unsur yang bersifat dua arah, artinya program *corporate social responsibility* bersifat dua arah. Dalam unsur ini, kedudukan perusahaan bukan sekedar sebagai komunikator, namun juga harus mampu

mendengarkan aspirasi dari komunitasnya. Adapun aspirasi yang diterima oleh perusahaan ialah dengan hadirnya PLTU yang didirikan oleh Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali di daerah, membuat masyarakat daerah ingin bekerja di Pembangkitan, yang kemudian hal tersebut menjadi satu alasan pendirian akademi komunitas, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*isunya adalah terkait penyerapan tenaga lokal. Banyak warga sekitar pembangkit yang ingin bekerja di pembangkit, namun keterampilan dan pengetahuanya tidak memenuhi. Apalagi teknologi pembangkit kan memang sophisticated yang membutuhkan spesifikasi karyawan yang bagus. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan itu kita memfasilitasi lewat anak-anak di wilayah ring 1 pembangkit*. (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Namun, program dalam bidang pendidikan yang dibalut *corporate sosial responsibility* ini diberikan kepada generasi muda yang dianggap oleh Pembangkitan Jawa-Bali lebh mudah untuk dididik, yang kemudian nantinya jika memiliki daya saing dibidang, maka akan direkrut oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali.

d. Manfaat tanggung jawab sosial bagi PT. Pembangkitan Jawa-Bali

a) Menciptakan peluang bisnis baru.

Adapun manfaat yang dihasilkan dari hubungan dan komunikasi yang baik dengan *stakeholder* dapat menciptakan peluang untuk berinovasi dan kreatifitas. Dan hal tersebut menjadikan sebuah pasar, produk dan *brand* baru. Sebelumnya telah dipaparkan bagaimana perusahaan yang mampu berkomunikasi dengan komunitas dengan cara mendengarkan aspirasi membuat perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali memiliki alasan untuk menciptakan program *corporate social responsibility* di bidang pendidikan berupa akademi komunitas, hal tersebut dapat dikatakan sebagai brand baru bagi program perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Dalam sebuah portal berita online tertulis dengan judul PT. Pembangkitan Jawa-Bali pelopori pendirian akademi komunitas kelistrikan.

> "*PT PLN (Persero) melalui anak usahanya PT Pembangkit Jawa – Bali (PJB) telah mempelopori berdirinya Akademi Komunitas*

> *Keahlian Operasi dan Pemeliharaan Pembangkit Listrik, yang diperuntukkan bagi para lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).* (http://www.dunia-energi.com/pt-pjb-pelopori-pendirian-akademi-komunitas-kelistrikan/ diakses 09 Juli 2018)"

b) Menarik dan mempertahankan mitra bisnis yang berkualitas

Hal ini dilakukan untuk saling membantu dan saling berbagi keuntungan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Namun, melakukan kerjasama dengan rekan yang tidak bertanggung jawab akan berdampak pada reputasi perusahaan, oleh sebab itu, pemilihan mitra bisnis yang berkualitas adalah hal yang penting, begitu juga dengan mepertahankannya. Dalam hal ini, yang menjadi mitra ialah PENS, yaitu Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, yang kemudian kerjasama ini dipilih oleh Dikti, adapun manfaat yang kemudian diterima oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dalam menjalankan program *corporate social responsibility* dengan PENS ialah kurikulim yang disusun bersama dan tim pengajar yang dikolaborasikan, dari dosen PENS dan dari karyawan perusahaan, seperti yang dijelaskan dalam portal berita sebagai berikut:

> "*Dalam mengelola AK PJB, Dikti menunjuk Politeknik Elektronika Negeri Surabaya (PENS) sebagai mitra PJB. Sehingga kurikulum perkuliahan disusun bersama oleh kedua belah pihak. Demikian pula dengan tim pengajar yang akan diisi oleh dosen-dosen dari PENS serta karyawan PJB yang memiliki kompetensi sesuai.* (https://news.okezone.com/read/2012/09/27/373/695774/pln-dirikan-akademi-komunitas-di-surabaya diakses 09 Juli 2018)"

c) Kerjasama dengan komunitas lokal

Hal ini bermanfaat dalam ketenagakerjaan dan jalur distribusi perusahaan. Selain itu, kerjasama yang dilakukan oleh komunitas lokal membantu perusahaan dalam menyesuaikan produk dan jasa dengan pasar lokal yang kemudian hal tersebut juga mengurangi biaya investasi baru serta meningkatkan kesetiaan para pekerja di perusahaan.

Seperti yang dipaparkan sebelumnya pada unsur *two ways* selain mendengarkan aspirasi dari komunitas lokal, juga meciptakan kerjasama dengan komunitas lokal yang ditunjukan dengan bagaimana program akademi

komunitas dibalut *corporate social responsibility* dalam mendidik komunitas lokal sebagai ketenagakerjaan dengan syarat memiliki daya saing.

d) Dukungan Pemerintah

Dalam hal ini, dukungan pemerintah juga diberikan dalam bentuk dana. Pemerintah menyediakan tambahan penghasilan kepada inisiatif menjalankan *corporate social responsibility* yang baik, yang didalam kegiatannya terdapat inovasi yang ramah lingkungan dan lainnya.

Dalam penelitian ini, dukungan awal yang dilakukan oleh pemerintah ialah dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tiggi, pada Bab V, Pendanaan dan Pembiayaan, bagian kesatu tanggung jawab dan sumber pendanaan pendidikan tinggi, pasal 86 ayat 2, yang berbunyi sebagai berikut:

> "*Pemerintah memberikan insentif kepada dunia usaha dan dunia industri atau anggota Masyarakat yang memberikan bantuan atau sumbangan penyelenggaraan Pendidikan Tinggi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan*. (Undang-Undang Republik Indonesia, 2012)"

Dari dukungan undang-undang tersebut, memberikan jalan bagi perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali untuk program akademi komunitas, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*maka dari itu, dengan adanya UUD nomor 12, memberi jalan untuk menyelenggarakan program akademi komunitas PJB.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Dan seperti yang dipaparkan pada unsur *continutity* dan *sustainability* setelah ada dukungan tersebut perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mengajukan proposal kemudian ditinjau oleh kemendikbud dievaluasi dan akhirnya disetujui.

B. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi merupakan penerapan atau tahapan, dalam ranah penelitian ini berarti tahapan atas pengaplikasian program *corporate social responsibility* yang berupa akademi komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun langkah yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali seperti, sosialisasi, perencanaan, penerapan, evaluasi dan pelaporan.

a. Sosialisasi (*Engagement*)

Dalam sosialisasi maka perusahaan melakukan pendekatan kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tujuan utama dari sosialisasi ialah agar apa yang disampikan oleh perusahaan dipahami dan diterima oleh masyarakat yang dituju.

Sosialisai yang dilakukan oleh Pembangkitan Jawa-Bali dalam program akademi komunitas berawal dari wilayah yang ada proyek PLTU yang beroperasi di daerah-daerah, daerah tersebut meliputi pulau jawa dan luar pulau jawa. Hal tersebut dilakukan karena asaran dari program *corporate social responsibility* akademi komunitas ialah masyarakat sekitar proyek pembangunan PLTU. Sepeti yang diungkapkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Jadi pertama kita itu sosialisasi di wilayah recruitmen, nah wilayah rekruitmen ini adalah ini wilayah-wilayah proyek PLTU PJB yang beroperasi. Jadi wilayah PLTUnya itu adalah yang proyek FTP1 FTP2 itu, baik di jawa maupun di luar jawa.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Adapun program *corporate social responsibility* dari perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali berupa akademi komunitas dapat dipahami, maka hal yang diakukan perusahaan sosialisi melalui kelurahan, kemudian dari keluarahan disebarluaskan ke RT dan RW. Sosialisasi sesuai dengan ring yang telah ditetapkan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali.

> "*Pertama-tama kita sosialisasi program AK melalui kelurahan. Lalu, dengan bantuan kelurahan, sosialisasi ini dilanjutkan hingga ke tingkat RW. Selain kelurahan, CSR PJB juga melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah di wilayah Ring 1. Sosialisasi tersebut biasanya dihadiri oleh kepala desa, lurah, perangkat desa seperti RW dan juga perwakilan dari sekolah-sekolah* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Sosialisasi yang dilakukan ialah dengan menjelaskan program akademi komunitas, selain camat lurah dan RT RW, sosialisai juga dilakukan di sekolah-sekolah terhadap siswa atau guru yang nantinya dari situ saling menyebarluaskan informasi mengenai program akademi komunitas.

b. Perencanaan (*Assessment, Plan of action*)

Perencanaan program *corporate social responsibility* harus dirumuskan secara jelas, dalam arti jelas secara strategi, materi, sasaran, anggaran dan pemilik kepentingan. Keterkaitan dengan program *corporate social responsibility* akademi komunitas, berarti mengarah kepada kegiatan *community development*. Kegiatan *corporate social responsibility* juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, di antaranya pembangunan fasilitas pendidikan beasiswa, kesehatan dll, konsep pelaksanaan *corporate social responsibility* beralih dari tebar pesona ke tebar karya untuk menciptakan kebaikan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam program *corporate social responsibility* perusahaan melakukan penyusunan terlebih dahulu, dan penyusunan yang dilakukan oleh perusahaan ialah dengan pemetaan potensi masyarakat, adapun pemetaan yang dilakukan oleh perusahaan juga dapat melibatkan pihak ketiga, hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi serta mengeksplorasi potensi dan kebutuhan yang ada di masyarakat, seperti yang tercantum pada dokumen PT. Pembangkitan Jawa-Bali sebagai berikut:

> "*Penyusunan program CSR, di wilayah Kantor Pusat maupun unit, diawali dengan pemetaan potensi masyarakat wilayah sasaran atau usulan masyarakat. Pemetaan dapat dilakukan sendiri atau bekerja sama dengan pihak ketiga, dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi potensi dan kebutuhan masyarakat.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2012)"

Setelah penyusunan awal yaitu pemetaan telah dilakukan maka hasilnya dikoordinasikan dan rembukan kepada pemerintah serta masyarakat seperti yang dipaparkan pada sebelumnya, hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar program akademi komunitas yang telah dirumuskan tidak berbenturan dengan program pemerintah, dan program nantinya benar-benar menjadi program yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Adapun hal yang kemudian menjadi kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari pernyataan dalam wawancara Puri Handoko, bahwa pembangunan proyek PLTU yang berada di daerah membuat masyarakat sekitar ingin bekerja di Pembangkitan, seperti berikut:

> "*Dengan adanya pembangunan pembangkit listrik, banyak warga lokal yang ingin bekerja di pembangkit. Namun, karena rumitnya teknologi pembangkit listrik, membuat sulitnya warga lokal untuk bekerja di sana. Hal itu dikarenakan kualifikasi dari warga tidak memenuhi syarat* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Dengan begitu perusahaan melakukan penetapan wilayah tersebut berdasarkan pada prioritas dengan kriteria wilayah yang kemudian terkena dampak langsung dari kegiatan operasional perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Wilayah-wilayah yang langsung terkena dampak dari perusahaan seperti wilayah sekitar perusahaan, wilayah yang memiliki potensi sumber daya yang dapat dikembangkan dan wilayah tempat adanya potensi partisipasi masyarakat. Seperti yang dijabarkan dalam dokumen perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali sebagai berikut:

> "*Lokasi pelaksanaan CSR PJB ditetapkan berdasarkan prioritas dengan kriterial wilayah yang terkena dampak langsung kegiatan operasional perusahaan; wilayah sekitar perusahaan; wilayah yang memiliki potensi sumber daya yang dapat dikembangkan; dan wilayah tempat adanya potensi partisipasi masyarakat.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2012)"

Wilayah-wilayah program *corporate social responsibility* kemudian dirinci menjadi empat ring. Ring pertama masuk pada wilayah desa atau kelurahan di mana asset perusahaan berlokasi, untuk ring kedua masuk pada wilayah kecamatan di mana asset perusahaan berlokasi, dan ring ketiga masuk pada wilayah kabupaten di mana asset perusahaan berlokasi serta yang trakhir yaitu ring keempat masuk pada daerah yang memiliki potensi sumber daya yang spesifik atau mempunyai dampak terhadap pembentukan citra perusahaan atau bencana. Seperti yang dipaparkan dalam dokumen perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, sebagai berikut:

> "*Pembagian wilayah sekitar perusahaan dirinci menjadi: Ring I : wilayah desa atau kelurahan di mana asset PT PJB berlokasi. Ring II : wilayah kecamatan di mana asset PT PJB berlokasi. Ring III : wilayah kabupaten di mana asset PT PJB berlokasi. Ring IV : daerah bencana atau daerah yang memiliki potensi sumber daya yang spesifik atau mempunyai dampak terhadap pembentukan citra perusahaan.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2012)"

Setelah perincian wilayah yang sudah ditetapkan dalam program *corporate social responsibility* maka pelaksanaan dilakukan dengan metode yang telah ditetapkan juga, yaitu dengan metode partisipatif, yaitu berupa metode dengan menumbuhkembangkan potensi di wilayah sekitar perusahaan dan

menumbuhkembangkan sumber daya daerah setempat yang ada serta swadaya disekitar perusahaan dengan tujuan dapat meningkatkan kemampuan, penghasilan dan kemakmuran secara berkelanjutan. Selain itu metode tersebut juga dilakukan secara berkelanjutan dengan maksud agar terciptanya lingkungan yang kondusif dana man bagi masyarakat sekitar perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, seperti yang dijelaskan dalam dokumen perusahaan sebagai berikut:

> "*Program CSR dilaksanakan dengan metode partisipatif, yaitu dengan menumbuhkembangkan potensi dan sumber daya daerah setempat yang ada serta swadaya agar dapat meningkatkan kemampuan, penghasilan, dan kemakmuran secara berkelanjutan serta menciptakan lingkungan yang kondusif dan aman.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2012)"

Setelah kegiatan *corporate social responsibility* disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, yang di antaranya ialah pembangunan fasilitas pendidikan beasiswa, maka akademi komunitas pada perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menjadi konsep dalam melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*.

c. Penerapan (*Action and Facilitation*)

Penerapan kegiatan *corporate social responsibility* merupakan langkah setelah perencanaan sudah disusun dengan jelas atau menerapkan program yang telah disepakati secara bersama. Penerapan program dapat dilakukan mandiri, bermitra dan bergabung dengan yayasan seperti yang dipaparkan sebelumnya pada model atau pola *corporate social responsibility*. Dan dalam penelitian ini maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali bersinergi dengan berbagai pihak untuk melaksanakan program akademi komunitas.

Adapun penerapannya Program *corporate social responsibility* dikelolah oleh bidang khusus, yaitu Bidang Komunikasi Korporasi dan CSR di bawah Sekretaris Perusahaan. Adapun tugas-tugas yang dilakoninya ialah melakukan pemetaan, menyusun perencanaan, eksekusi program, monitoring dan evaluasi yang di lakukan secara berkala sebagai peningkatan citra terhadap perusahaan. Seperti dalam dokumen perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, sebagai berikut:

> "*Tugas dan tanggung jawab bidang ini terkait CSR antara lain melakukan pemetaan sosial, menyusun perencanaan, eksekusi program, monitoring serta evaluasi secara berkala terhadap*

> *efektivitas program untuk peningkatan citra perusahaan.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2013)"

Adapun setiap divisi yang berkaitan dengan program *corporate social responsibility* memiliki tugasnya masing-masing, seperti yang tercantum dalam dokumen perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, sebagai berikut:

> "*Senior Manajer bidang Komunikasi Korporasi dan CSR membawahi Manajer Komunikasi Korporasi dan Manajer CSR. Tugas dan tanggung jawab Manajer CSR memastikan pengelolaan hubungan baik dengan masyarakat dan pemerintah serta penanganan krisis secara baik agar terjalin hubungan yang harmonis antara Perusahaan dan lingkungan untuk mewujudkan Citra Perusahaan yang positif melalui program Corporate Social Responsibility . Sedangkan pengelolaan CSR di Unit-unit PJB menjadi tugas Manajer Keuangan dan Adminsitrasi yang membawahi Supervisor Umum & CSR serta officer CSR. Pengelolaan CSR setiap tahun dinilai oleh pihak independen untuk mengevaluasi kinerja sistem dan program CSR di setiap Unit PJB. Selain itu, manajer CSR juga membuat laporan CSR Tahunan yang disampaikan kepada manajemen Perusahaan.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2013)"

Dan dalam program *corporate social responsibility* yaitu Akademi Komunitas di kelolah oleh divisi bagian CSR perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Program AK dikelola oleh bidang stakeholder manajemen, khususnya CSR yang dipimpin oleh kepala bidang stakeholder management. Kepala bidang tersebut membawahi manager CSR yang memiliki 4 staff.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"



Gambar 3.3 Struktur Divisi CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Setelah sosialisasi yang dilakukan di ring-ring yang ditentukan, seperti kecamatan, keluarahan, RT dan RW serta sekolah maka dari pihak perusahaan membuka pendaftaran dan mulai menerima penyerahan berkas yang hal tersebut di lakukan sebagai salah satu syarat untuk mengikuti tes akademi komunitas. Dalam penerapan program *corporate social responsibility* akademi komunitas melibatkan pihak lainya yaitu PENS atau Politeknik Elektronik Negeri Suarabaya untuk melakukan tes akademik dengan cara pihak PENS datang ke wilayah tersebut, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, Sebagai Berikut:

> "*Setelah dilakukan sosialisasi, kemudian ada tahap pengumpulan berkas dari setiap unit pembangkit. Setelah berkas terkumpul, CSR PJB akan melakukan evaluasi terhadap berkas-berkas tersebut. Yang memenuhi persyaratan akan lolos untuk mengikuti tahap selanjutnya. Bagi yang tidak lolos, sudah otomatis gugur. Jadi mekanismenya akan ada undangan atau pengumuman yang ditempel di unit pembangkit, sekolah atau wilayah bagi yang berhak mengikuti tahap berikutnya. Tahap selanjutnya itu ada tes akademik, wawancara dan kesehatan. Tes akademiknya itu mengikuti standar masuk kuliah yang ditetapkan oleh PENS sehingga soal-soal ujian itu yang membuat adalah dari pihak PENS sendiri.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Dalam penerapan program berupa akademi komunitas tersebut, pihak perusahaan juga melakukan tes wawancara guna menggali informasi secara lebih. Dan pihak PENS tidak hanya memberikan tes akademik, tapi juga bekerja sama denga pihak perusahaan untuk menyusun kurikulum, dalam kerjamasama tersebut maka perusahaan mengkolaborasi apa yang telah dimiliki masing-masing pihak, agar teori dan prakteknya tercukupi, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Dalam menjalankan program Akademi Komunitas, PJB bekerjasama dengan berbagai stakeholder seperti PENS, Anak Perusahaan PJB, PLN, sekolah setempat, dan pemerintahan setempat. Kerjasamanya dimulai dari perencanaan hingga monitoring evaluasi. Contohnya diperencanaan, dengan kolaborasi bersama PENS, PJB menyusun bersama kurikulumnya agar sesuai antara teori dan prakteknya. Dalam proses rekruitmennya pun juga, PJB melibatkan PENS, pemerintah setempat, sekolah setempat, dan PLN setempat. Saat perkuliahannya pun juga PJB berkolaborasi dengan PENS.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Selain itu, dalam penerapan program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas ini juga melibatkan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali

sebagai dosen, jadi tidak hanya dosen dari PENS saja, namun karyawan dari perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga menjadi dosen, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Sasaran akademi komunitas itu tidak hanya siswa saja, tetapi juga karyawan-karyawan yang ahli dan sudah mendekati masa pensiun. Jadi karyawan tersebut, dijadikan sebagai dosen praktisi. Selain itu juga, program ini juga ada dosen-dosen akademisi dari PENS.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Dalam pelaksanaan akademi komunitas, anggaran dari CSR dan diatur perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, mulai dari perukuliahaan selama di PENS, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*pelaksanaan Akademi komunitas dianggarkan di bidang CSR. Semua biaya perkuliahan dan biaya hidup ditanggung dan diatur oleh bidang CSR Kantor Pusat.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Perusahaan dalam penerapan program tanggung jawab sosial berupa akademi komunitas juga melakukan hubungan dengan mahasiswa langsung, hal tersebut sengaja dilakukan agar ada interaksi antara perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dan mahasiswa Akademi Komunitas, dan hal tersebut dilakukan sebulan sekali, dengan cara pihak perusahaan datang ke kampus PENS, seperti yang dipaparkan Puri Handoko, dalam wawancara sebagai berikut:

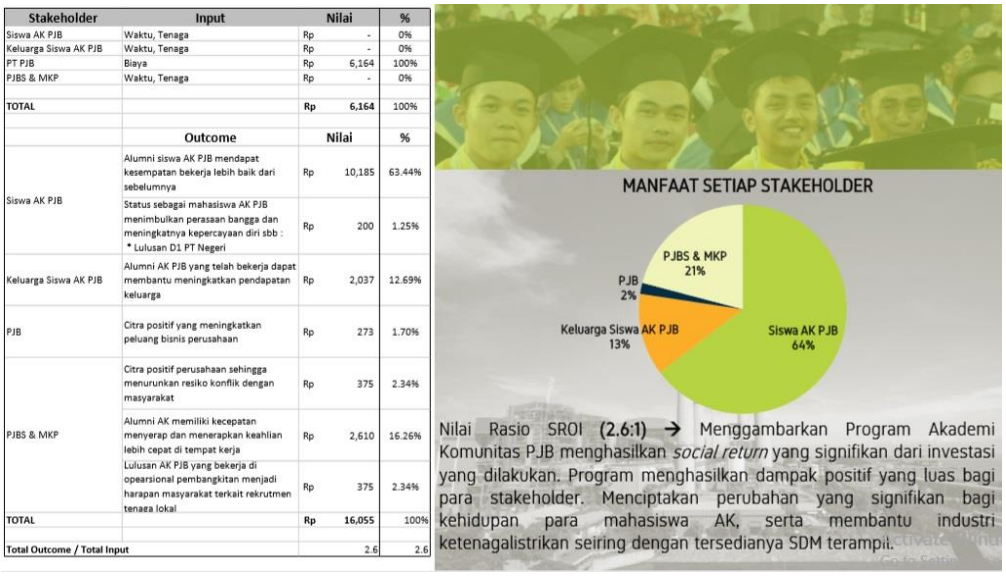
> "*Jadi itu, supaya ada engagement dengan mahasiswa AK, CSR PJB membagikan uang saku secara tatap muka. Setiap bulan kita agendakan untuk kumpul di kampus PENS.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

d. Evaluasi (*Evaluation*)

Setelah melalui sosialisasi, perencaan dan penerapan, maka dalam sebuah program *corporate social responsibility* membutuhkan evaluasi demi mencapai program yang lebih baik dikemudian hari. Evaluasi juga sebagai tolak ukur atas pencapaian perusahaan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Dengan evaluasi, perusahaan PT. Pembangkita Jawa-Bali juga dapat melihat bagaimana kesalahan dan kekurangan program *corporate social responsibility*, karena mengingat dalam praktiknya dilapangan terdapat kendala.

Adapun nilai hasil dari rasio SROI menunjukkan bahwa program Akademi Komunitas menghasilakn dampak positif yang luas bagi para *stakeholder*. Dengan begitu lulusan Akademi Komunitas mampu membantu industri ketenagalistrikan karena telah terciptanya perubahan yang signifikan pada kehidupan para mahasiswa Akademi Komunitas. Dan SROI (*Sosial Return On Invesment*) menjadi bahan pengukur serta evaluasi dari program Akademi Komunitas yang menunjukkan manfaat lebih banyak di siswa Akademi Komunitas. Seperti dalam dokumen perusahaan dan wawancara dengan Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Pengukuran dampak pelaksanaan program akademi komunitas dengan menggunakan metode SROI. Atau nama lainnya Social Return on Investment. Ketika poinnya di atas angka 1, berarti nilai investasi yang dilakukan dikatakan berhasil. Nilai SROI ini kan menunjukkan poin 2,6 ya. Dengan kata lain, investasi yang dilakukan oleh CSR dengan melakukan program AK dikatakan berhasil.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"



Stakeholder	Input		Nilai	%
Siswa AK PJB	Waktu, Tenaga	Rp	-	0%
Keluarga Siswa AK PJB	Waktu, Tenaga	Rp	-	0%
PT PJB	Biaya	Rp	6,164	100%
PJBS & MKP	Waktu, Tenaga	Rp	-	0%
TOTAL		Rp	6,164	100%
	Outcome		Nilai	%
Siswa AK PJB	Alumni siswa AK PJB mendapat kesempatan bekerja lebih baik dari sebelumnya	Rp	10,185	63.44%
	Status sebagai mahasiswa AK PJB menimbulkan perasaan bangga dan meningkatnya kepercayaan diri sbb : * Lulusan D1 PT Negeri	Rp	200	1.25%
Keluarga Siswa AK PJB	Alumni AK PJB yang telah bekerja dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarga	Rp	2,037	12.69%
PJB	Citra positif yang meningkatkan peluang bisnis perusahaan	Rp	273	1.70%
PJBS & MKP	Citra positif perusahaan sehingga menurunkan resiko konflik dengan masyarakat	Rp	375	2.34%
	Alumni AK memiliki kecepatan menyerap dan menerapkan keahlian lebih cepat di tempat kerja	Rp	2,610	16.26%
	Lulusan AK PJB yang bekerja di opearsional pembangkitan menjadi harapan masyarakat terkait rekrutmen tenaga lokal	Rp	375	2.34%
TOTAL		Rp	16,055	100%
Total Outcome / Total Input			2.6	2.6

Gambar 3.4 Evaluasi CSR (SROI) PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Divisi CSR juga melakukan pengukuran dampak dari program *corporate social responsibility* Akademi Komunitas dengan SROI, (*Sosial Return On Invesment*). Jadi manfaat setiap *stakeholder* yaitu PJB sebesar 2%, PJBS & MKP sebesar 21%, Keluarga Siswa AK PJB sebesar 13% dan Siswa AK PJB sebesar 66%. Selain SROI, adapun evaluasi yang dilakukan ialah dengan memasukan tes kesehatan pada periode akademi komunitas kedua, ketiga dan seterusnya . hal tersebut dilakukan mengingat pada periode awal, para lulusan akademi komunita

ada yang gagal dalam tes kesehatan untuk bekerja di perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Selain SROI, adapun evaluasi setiap tahunnya terhadap program Akademi Komunitas. Contohnya saja seperti pelaksanaan AK 1 dan AK 2. Saat itu, hasil dari evaluasinya adalah perlu dilaksanakan tes kesehatan saat melakukan rekrutmen mahasiswa. Kenapa hal tersebut dilakukan? Hal itu karena ternyata banyak siswa-siswa lulusan AK yang gagal di rekrut oleh PJB Group akibat gagal di tes kesehatannya.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Evaluasi lainya ialah dengan pelaksanaan akademi komunitas yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dari tahun 2012 hingga tahun 2016 sebanyak 5 angkatan tersebut melakukan pembenahan di tahun 2017 yang kemudian di tahun tersebut tidak terdapat lanjutan pada angkatan akademi komunitas. Seperti dalam dokumen perusahaan, sebagai berikut:



Angkatan	1	2	3	4	5
Wilayah Penerimaan	1. Gresik 2. Surabaya	1. Gresik 2. Surabaya 3. Paiton 4. Brantas	1. Asahan 2. Amurang 3. Bangka 4. Belitung 5. Banjarsari 6. Bolok 7. Gresik 8. Indramayu 9. Kendari 10. Pacitan 11. Paiton 12. Rembang 13. Ropa 14. Tj. Awar-Awar 15. Tidore	1. Asahan 2. Bangka 3. Belitung 4. Banjarsari 5. Bima 6. Bolok 7. Gresik 8. Kaltim Teluk 9. Kendari 10. Pulang Pisau 11. Ropa 12. Serang 13. Taliwang 14. Tenayan 15. Tidore 16. T. Balai Karimun	1. Asahan 2. Amurang 3. Bangka 4. Belitung 5. Berau 6. Bima 7. Bolok 8. Gresik 9. Kendari 10. Ketapang 11. Ropa 12. Serang 13. Taliwang 14. Tidore
Jumlah Pendaftar	119	303	997	572	464
Jumlah Mahasiswa AK	70	90	120	119	67
Mahasiswa Lulus	66	84	119	119	Kuliah 29 Agst 2016
Terserap PJBS/MKP	40	51	54 (Banjarsari Proses Rekrutmen)	8 Org Pulang Pisau dalam proses rekrutmen	-
Terserap diluar PJB Group	26	33	65	-	-

Gambar 3.5 Penerimaan Mahasiswa Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali

e. Pelaporan

Dalam pelaporan, hal ini diperlukan sebagai langkah membangun informasi. Hal tersebut demi keperluan pengambilan keputusan atau sebagai keperluan keterbukaan informasi mengenai perusahaan. PT. Pembangkitan Jawa-Bali juga menggunakan laporan tahunan dan laporan *corporate social responsibility* untuk

mengumumkan hasil kegiatan sosial, hal tersebut dilakukan untuk mengkomunikasikan eksistensi perusahaan bagi masyarakat.

Adapun laporan yang digunakan oleh Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali laporan berupa laporan tahunan, laporan keberlanjutan yang termasuk ke dalam laporan *corporate social responsibility*. Adapaun laporan yang dihasilkan, sebagai berikut:



Gambar 3.6 Cover Laporan Tahunan CSR 2012 PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali 2012



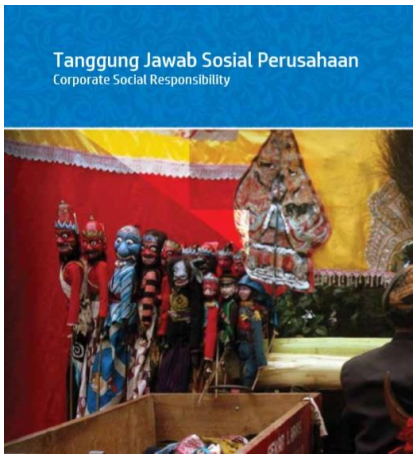
Gambar 3.7 Cover Laporan Tahunan CSR 2013 PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali 2013



Gambar 3.8 Cover Laporan Tahunan CSR 2014 PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali 2014



Gambar 3.9 Cover Laporan Tahunan CSR 2015 PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali 2015



Gambar 3.10 Cover Laporan Tahunan CSR 2016 PT. Pembangkitan Jawa-Bali

sumber: PT. Pembangkitan Jawa-Bali 2016

C. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Dalam pengaplikasian sebuah program *corporate social responsibility* diharapkan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan atau dituju oleh perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan rancangan yang jelas. Selain itu, dalam menjalakan *corporate social responsibility* terdapat lima faktor yang cukup komprehensif. Lima faktor terebut ialah *building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good corporate governance* dan protecting the environment. Dari kelima faktor tersebut disesuaikan dengan program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas yang diterapkan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali.

a) *Building Human Capital*

Dalam faktor *building human capital* maka perusahaan berusaha menciptakan lingkungan internal dan eksternal. Internalnya berarti menciptakan sumber daya manusia yang handal, dalam arti karyawan. Dan lingkungan eksternal, berarti pemberdayaan masyarakat.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya pada unsur *community empowerment* bahwa mahasiswa yang lulus sudah bekerja di Cugindo, dan sudah bisa menjadi bagian dari PJB Grup melalui anak perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yaitu PJB *Service* dan MKP atau Mitra Karya Prima. Namun pemberdayaan yang dilakukan oleh perusahaan melalui proram

corporate social responsibility berupa akademi komunitas tidak hanya pada mahasiswa yang telah lulus sudah bekerja, tapi juga ada yang melanjutkan studinya, seperti yang ungkpakan oleh Agam Patria, sebagai berikut:

> "*untuk kerjaan aku diterima di PLTU Indramayu tapi ga aku ambil, aku lanjut kuliah S1.* (Agam Patria, wawancara, 07 Mei 2018)"

b) Strengthening Economies

Faktor *strengthening economies* menyangkut bidang ekonomi berarti memberdayakan ekonomi sekitar, jadi perusahaan tidak hanya mengambil keuntungan sendiri tapi juga memberdayakan ekonomi komunitas di sekitar perusahaan. Dalam pengaplikasian yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali merupakan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan fasilitas berupa pendidikan yang dibalut konsep program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas.

c) Assessing Social Cohesion

Faktor *assessing social cohesion* ini berarti keharmonisan, jadi perusahaan melakukan kegiatan berupa program *corporate social responsibility* berdampak bagi komunitas untuk menjalin hubungan yang harmonis, dan supaya tidak terjadi konflik. Adapun keharmonisan yang dilakukan oleh perusahaan ialah berawal dari bagaimana perusahaan Pembangkitan-Jawa-Bali mendirikan PLTU di daerah, yang di daerah-daerah PLTU tersebut terdapat angka pengangguran yang banyak dan ingin bekerja di Pembangkitan. Dari permasalahan tersebut maka perusahaan membuat program pendidikan *corporate social responsibility* bagi masyarakat sekitar yang ingin bekerja di perusahaan diberikan ilmu pembangkitan, yang kemudian jika memiliki daya saing dapat bergabung bersama PJB Grup. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*karena tingginya angka pengangguran di wilayah operasional PJB, maka untuk menjawab permasalahan tersebut dengan melakukan program akademi komunitas. Itu salah satu caranya. Karena dengan begitu, hubungan perusahaan dengan masyarakat diharapkan akan menjadi baik.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Dari hal tersebut dapat timbul hubungan yang baik anatara perusahaan dan masyarakat sekitar atas program *corporate social responsibility* berupa fasilitas pendidikan yang diberikan oleh perusahaan, seperti fasilitas yang telah dijelaskan dalam tanggung jawab diskresioner.

d) Encouraging Good Corporate Governance

Perusahaan dalam praktiknya, harus menjalankan bisnisnya dengan tata kelola yang mengacu pada praktik bisnis yang baik, *good corporate governance* dalam prinsipnya menyarankan perusahaan yang melakukan keberpihak kepada *stakeholders* dengan bentuk keterbukaan perusahaan dalam laporan atau pengungkapan sosial dalam laporan tahunan.

Hal yang disarankan untuk melakukan keberpihakan kepada *stakeholders* dalam bentuk keterbukaan laporan, maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali melakukan hal tersebut. Dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada bagian Pelaporan sudah dicantumkan laporan tanggung jawab sosial. Adapun laporan secara keseluruhan yang dibuat oleh perusahaan ialah berupa laporan statistic, laporan keuangan, laporan keberlanjutan dan laporan tahunan.

Laporan tahunan tersebut tersdia di *website* PT. Pembangkitan Jawa-Bali yang dapat diakses. Laporan tahunan tersebut tersedia dari tahun 2011 hingga tahun 2016, tercatat di tahun 2011 perusahaan mengeluarkan laporan tahunan dengan judul "*green energy"*, 2012 dengan judul "*empowering energy within"*, 2013 dengan judul "*growing globally*', 2014 dengan judul "*towards global energy leader*", 2015 dengan judul "*keep moving forward to overcome challenges*", dan 2016 dengan judul "*empowering resources creating a better future*".

e) *Protecting the Environment*

Dalam faktor ini, Perusahaan bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan, adapun dalam penelitian yang dilakukan yaitu mengenai program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas yang dalam pilar perusahaan merupakan pilar inovasi pendidikan, tidak termasuk kepada kelestarian lingkungan. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko.

> "*dasarnya itu kita dari bangkit inovasi pendidikan, nah disini tuh kenapa kita bangun si Akademi Komunitas.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Adapun pilar lainnya yang dimiliki oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali termasuk pada tanggung jawab atas kelestarian dan lingkungan, seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*konsepnya itu kita punya tiga pilar, bangkit inovasi pendidikan, ekonomi dan inovasi lingkungan* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

D. Aktivitas *Public Relations* dalam *Corporate Social Responsibility*

Pubic Relations merupakan salah satu aspek dalam sebuah struktur perusahaan/instansi yang memilki tugas atau bergerak dalam menjalin hubungan antara pihak internal dan pihak eksternal dari perusahaan/organisasi itu sendiri. Aktivitas *Public Relations* sendiri merupakan aktivitas yang memiliki tahapan dalam merencanakan program seperti program *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, terdapat empat langkah peran *public relation* dalam *corporate social responsibility*, empat langkah tersebut ialah *Research, Action, Communication,* dan *Evaluation*.

a. *Research* atau Riset

Riset pada bagian *public relations* dapat dilakukan sesudah atau sebelum sebuah strategi dipilih. Dalam sebuah program *Corporate Social Responsibility* yang efektif dilakukan dengan riset, adapun riset yang dilakukan yaitu tentang *needs, desires, wants,* dan *interest* (*need assessment*/analisis kebutuhan) dari sasaran program yang dapat dilakukan dengan dialog langsung bersama target maupun pemuka pendapat setempat. Adapaun *need assessment* yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan program *corporate social responsibility*:

a. Demografis

Dalam analisa kebutuhannya yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali ialah dengan bagaimana terdiri dari karekter daerah terdekat dan tingkat pengangguran serta laki-laki dan perempuan.

Adapun analisa kebutuhan yang dilihat ialah dengan mengetahui latar belakang masyarakat yang berada di pembangunan PLTU merupakan petani, hal

tersebut menjadi salah satu analisa kebutuhan demografi yang dibutuhkan untuk program *corporate social responsibility*. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*kebanyakan tuh mayoritas itu disekitar pembangkit adalah petani dan nelayan backgroundnya begitu*. (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Selain analisa kebutuhan demografi dari latar belakang karekter daerah terdekat, terdapat analisa kebutuhan yang di temukan ialah analisa angka pengangguran yang banyak, hal tersebut diungkapkan oleh Puri Handoko sebagai berikut:

> "*PLTU itu di daerah-daerah mas, itu masih angka penganggurannya itu tinggi*. (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Adapun analisa kebutuhan demografi pada laki-laki dan perempuan tercantum pada syarat untuk mengikuti atau menjadi bagian dari program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas memiliki syarat yaitu laki-laki, seperti yang jelaskan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*syarat-syaratnya ini, satu diutamakan warga yang tidak mampu, trus harus laki-laki, maksimal 21 tahun*, (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

b. Kepemimpinan

Analisa kebutuhannya terdiri dari pemuka pendapat setempat, kelompok penekan dan kepentingan, LSM, lembaga bisnis, pemerintah setempat. Pada analisa kepemimpinan, perusahaan setelah mendapatkan analisa kebutuhan demografi seperti latar belakang pekerjaan sekitar pembangkitan PLTU petani dan banyak pengangguran, maka analisa kebutuhan ialah dengan pemuka setempat dan pemerintah. hal tersebut dijelaskan bagaimana kemudian adanya diskusi antara pemerintah serta masyarakat setempat, guna melihat kebutuhan masyarakat.

> "*didiskusikan dengan pemerintah dan masyarakat setempat, agar program yang dirumuskan tidak berbenturan dengan program pemerintah, serta benar-benar dibutuhkan masyarakat setempat.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali, 2012)"

c. Pendidikan

Dalam analisa kebutuhan pendidikan terdiri dari ketersediaan lembaga pendidikan formal dan informal, pesantren, balai pelatihan kerja, dll. Hal ini menjadi salah satu gerbang menjalankan program *Corporate Social Responsibility* berupa akademi komunitas. Karena dalam penerapannya, syarat untuk menjadi bagian dari Akademi Komunitas Pembangkitan Jawa-Bali ialah harus sekolah menengah kejuruan. Seperti yang diungkapkan oleh Puri Handoko sebagai berikut:

> "*sasarannya akademi komunitas itu pertama lulusan SMK, yang berdomisili disekitar pembangkit yang nomer satu, atau dan tidak mampu melanjutkan kuliah karena faktor biaya,* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

b. *Action* atau Perencanaan

Dalam sebuah perencanaan pada aktivitas *public relation*, juga terdapat enam langkah perencanaan yang kemudian dapat dilakukan oleh *Public Relations*, yakni: pengenalan situasi, penetaan tujuan, definisi khalayak, pemilihan media dan tehnik *pubic relation* serta pengukuran hasil.

a. Pengenalan situasi

Dalam hal ini, berarti mengalisi situasi yang diawali dengan mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diketahui mengenai masalah yang dihadapi, meliputi sejarah, pihak yang telibat secara internal maupun eksternal. Adapun sejarahnya permasalah yang terjadi pada Pembangkitan Jawa-Bali ialah akibat permintaan listik yang terus meningkat, membuat Pembangkitan Jawa-Bali membutuhkan sumber daya manusia. Hal tersebut terjadi di tahun 2008 dan terus meningkat. Seperti yang paparkan oleh Puri Handoko

> "*serjarahnya dulu tuh 2008 tuh kebutuhan listrik naik, gara-gara naiknya itu industrinya makin berkembang, masyarakat populasinya makin berkembang trus usaha-usaha UKM makin berkembang, pokoknya industrinya menengah apapun itu berkembang ada peluang 7% itu naik, listrik kita naik tiap tahun, kalau naik otomatis butuh pembangkit listrik, butuh pembangkit listik yang lebih banyak juga, trus kalau udah butuh, butuh pembangkit listrik dengan daya lebih besar, butuh orang juga, butuh sumber daya manusia juga.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Setelah sejarah dalam sumber daya manusia dibutuhkan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, terdapat situasi lainnya yang terjadi sebelum program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dilaksanakan ialah pembangunan PLTU yang sudah dipaparkan sebelumnya, di mana hal tersebut menjadi permsalahan dengan masyarakat sekitar yang ingin bekerja di Pembangkitan. Hal tersebut dikatakan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*isunya adalah terkait penyerapan tenaga lokal. Banyak warga sekitar pembangkit yang ingin bekerja di pembangkit, namun keterampilan dan pengetahuanya tidak memenuhi. Apalagi teknologi pembangkit kan memang sophisticated yang membutuhkan spesifikasi karyawan yang bagus. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan itu kita memfasilitasi lewat anak-anak di wilayah ring 1 pembangkit.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Hal tersebut menjadi masalah dikarenakan, teknologi pembangkitan tersebut rumit dan warga sekitar ingin langsung bekerja dengan pendidikan yang tidak sesuai dengan kelistrikan. Dari situasi yang dialami oleh perusahaan, maka dari kedua permasalahan tersebut menjadi salah satu pendirian Akademi Komunitas sebagai sebuah program *corporate social responsibility* yang disesuaikan pada pilar tanggung jawab perusahaan PT. Pembangkitan Jawa-Bali.

b. Penetapan Tujuan

Adapun dalam hal ini, maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali telah menetapkan tujuannya, adapun tujuan tersebut harus dengan hasil-hasil yang ingin diinginkan oleh perusahaan, dan yang tertera pada dokumen PT. Pembangkitan Jawa-Bali, sebagai berikut:

> "*Mendukung program pemerintah dalam proyek 35MW dengan menyediakan tenaga kerja terampil dan siap pakai. Pemerataan Pendidikan dan kesamaan kesempataan bekerja. Menurunkan angka pengangguran di sekitar unit operasi PT PJB. Meningkatkan taraf hidup.* (PT. Pembangkitan Jawa-Bali)"

c. Definisi Khalayak

Dalam ranah ini maka perusahaan harus menetapkan khalayknya, adapun macam-macam khalayaknya yakni: Bukan Khalayak, Khalayak tersembunyi, Khalayak Sadar, dan Khalayak aktif.

Adapun khalayak dalam program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dalam permasalahan PLTU yang berada di daerah maka hal tersebut merupakan khalayak aktif, di mana masyarakat sadar bahwa masyarakat memiliki hubungan dan keterkaitan dengan perusahaan.

Selain masalah PLTU yang berada di daerah, data menunjukkan bagaimana sejarah kebutuhan sumber daya manusia di perlukan dalam perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, dan akibat permasalahan kebutuhan sumber daya manusia tersebut, maka dapat dikatakan sebagai bukan khalayak. Bukan khalayak sendiri merupakan orang-orang yang tidak berhadapan dengan masalah atau situasi yang dihadapi organisasi.

d. Pemilihan Media dan Tehnik *Publik Relations*

Dalam pemilihan media dan Tehnik *public relations*, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menggunakan media internal, yaitu media info PJB. Dan untuk media eksternal menggunakan media bersekala nasional. Seperti yang dipaparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Jadi itu, publikasi AK yang kita lakukan menggunakan media internal dan eksternal. Yang internal dengan menggunakan info PJB dan website. Kalau yang eksternal, menggunakan media-media berskala nasional.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Dan info PJB tersebut ada dalam *website* perusahaan, seperti *website* di jelaskan pada bagian pelaporan.

e. Perencanaan Anggaran

Dalam perencanaan anggaran seperti yang telah di jelaskan pada Implementasi bagian perencanaan bahwa untuk program akademi komunitas yang dibalut dengan konsep *corporate social responsibility* merupakan murni di anggaran CSR perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, dan seperti yng dikatakan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*pelaksanaan Akademi komunitas dianggarkan di bidang CSR. Semua biaya perkuliahan dan biaya hidup ditanggung dan diatur oleh bidang CSR Kantor Pusat.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

f. Pengukuran Hasil

Dalam pengukuran hasil perusahaan pembangkitan Jawa-Bali menggunakan SROI seperti yang dijelaskan sebelumnya dan pengukuran hasil tersebut mendeskripsikan manfaat bagi perusahaan dan para mahasiswa yang menjadi bagian dari program akademi komunitas, seperti yang paparkan oleh Puri Handoko, sebagai berikut

> "*Pengukurannya itu dengan menggunakan metode SROI itu untuk mengukur dampak program Akademi Komunitas, itu bermanfaat engga untuk perusahaan.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

Adapun hasil yang diperoleh ialah deskripsi menunjukkan bahwa manfaat lebih banyak di peroleh para mahasiswa akademi komunitas. Seperti yang katakan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Pokoknya ngukur evaluasinya dari SROI dan manfaat yang lebih banyak di AK.* . (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"

c. *Communication* atau Komunikasi

Dalam hal ini, komunikasi yang dimaksud ialah aksi dari langkah sebelumnya. Jadi pemilihan target audiens, pesan, dan identifikasi lingkungan komunikasi dan media menjadi hal yang harus dilakukan secara seksama. Selain itu, komunikasi dalam sebuah proses *Public Relations* dapat dikaitkan dengan perencanaan media. Selain itu, media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan ialah dengan laporan tahunan, sebagain besar perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* sebagai cara untuk membangun, mempertahankan dan melegitimilasi kontribusi perusahaan dari sesi ekonomi dan politis. Laporan tahunan memiliki tujuan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* kepada investor bahwa perusahaan tidak semata-mata mendaar pada informasi laba saja.

Dalam data yang ditemukan, bahwa PT. Pembangkitan Jawa-Bali lebih menggunakan komunikasi dari internal seperti menggunakan Info PJB dan laporan tahunan tersebut. Adapun hal komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah dengan publikasi penghargaan yang diraih oleh program akademi komunitas sebagai program *corporate social responsibility*. Dalam

program *corporate social responsibility* Akademi Komunitas, publikasi atau menginformasikan pencapaian melalui media dilakukan oleh pihak perusahaan dengan publikasi atau menginformasikan pencapaian yang dilakukan ialah lewat media internal, media internal perusahaan tersebut yaitu Info PJB, seperti yang dijelaskan oleh Puri Handoko, sebagai berikut:

> "*Jadi itu, publikasi AK yang kita lakukan menggunakan media internal dan eksternal. Yang internal dengan menggunakan info PJB dan website. Kalau yang eksternal, menggunakan media-media berskala nasional. Selain itu, CSR PJB juga turut serta dalam penghargaan intenational tingkat Asia. Nama awardnya adanya AREA atau Asia Responsible Award tahun 2017.* (Puri Handoko, wawancara, 04 Mei 2018)"



ASIA RESPONSIBLE AWARD (AREA) 2017

PT PJB menerima menerima penghargaan Asia Responsible Award (AREA) untuk kategori Social Empowerment di Bangkok, Thailand. Program CSR Akademi Komunitas PJB menjadi salah satu juara dalam ajang kompetisi CSR tingkat Asia yang diikuti oleh 14 negara itu.

Gambar 3.11 Penghargaan CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Sumber: https://www.ptpjb.com/penghargaan-dan-sertifikasi/

d. *Evaluation* atau Evaluasi

Dalam ranah ini, maka evaluasi yang ditujukan untuk kinerja *public relations* dapat diukur secara kulitatif maupun kuantitatif dengan cara tingkat liputan, data statistik peringkat dan jumlah khalayak, evaluasi berdasarkan sumber, pengumpulan pendapat, evaluasi berdasarkan umpan balik statistik secara langsung dan umpan balik media. Berikut pengukuran yang dilakukan:

a. Berdasarkan tingkat liputan

Stakeholders menjadi hal utama dalam ini, karena keberhasilan program *public relations* terukur dari seberapa banyak respon, interaksi, pertanyaan dari *stakeholders*. Dalam ranah tingkat liputan, maka yang ditemukan oleh penelti dalam portal berita online sejumlah sepuluh berita yang berbeda-beda mengenai program Akademi Komunitas. Diantaranaya, sebagai berikut:

1. Dengan judul “PLTU Jawa 7 Serap Tenaga Kerja Lokal” dalam beritasatu.com pada tanggal 21 April 2015
2. Dengan Judul “PJB Targetkan Tambah Kapasitas Pembangkit Hingga 14 Ribu MW” dalam republika.co.id pada tanggal 29 September 2016
3. Dengan Judul “PJB Kupas Tuntas Pengelolaan Human Capital di Forum BUMN Marketers Club” dalam wartaekonomi.co.id pada tanggal 29 September 2016
4. Dengan Judul “Agar Pekerja Asing Tidak Menyerbu Sektor Pembangkit” dalam regional.kompas.com pada tanggal 24 Maret 2016
5. Dengan Judul “Respons Sosial di Bidang Pendidikan” dalam arsip.gatra.com pada tanggal 17 April 2017
6. Dengan Judul “Kreativitas PJB Services Siapkan SDM Unggulan” dalam swa.co.id pada tanggal 29 Mai 2018
7. Dengan Judul “PLN Dirikan Akademi Komunitas Keahlian” dalam your-csr.csr.id pada tanggal 25 September 2012
8. Dengan Judul “PT PJB Pelopori Pendirian Akademi Komunitas Kelistrikan” dalam dunia-energi.com pada tanggal 24 September 2012
9. Dengan Judul “PLN Dirikan Akademi Komunitas di Surabaya” dalam news.okezone.com pada tanggal 27 September 2012
10. Dengan Judul “PLTU 'Raksasa' di Banten Butuh Banyak Tenaga Kerja, Minimal Lulusan SMK” dalam finance.detik.com pada tanggal 21 April 2015

b. Evaluasi berdasarkan sumber

Dalam ranah ini, maka tentukan kategori seperti apa, kemudian memberikan penilaian terhadap beberapa media berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun pemilihan kategori pada media berupa portal berita media online yang memberitakan program *corporate social responsibility* akademi komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali.

Dalam data yang ditemukan, peneliti mengkelompokkan berita media online yang mengabarkan program *corporate social responsibility* bidang pendidikan berupa akademi komunitas. Pengklompokan tersebut untuk melihat isi berita apa saja yang diberitakan oleh media terhadap kegiatan perusahaan khususnya kegiatan *corporate social responsibility* berupa Akademi Komunitas pada perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun berita-berita tersebut, diantaranya:

1. Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali dikarenakan pendirian PLTU yang berada diberbagai daerah-daerah. Adapun berita tersebut ada pada porta berita online beritasatu.com pada tanggal 21 april 2015, republika.co.id pada tanggal 29 September 2016, swa.co.id pada tanggal 29 Mai 2018 dan finance.detik.com pada tanggal 21 April 2015.

2. Program pendidikan gratis yang diberikan kepada sekitar dampak dari perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun berita tersebut terdapat pada portal berita online regional.kompas.com pada tanggal 24 Maret 2016 dan your-csr.csr.id pada tanggal 25 September 2012.

3. Penghargaan atas Akademi Komunitas sebagai program *corporate social responsibility*. Adapun berita tersebut terdapat pada portal berita online arsip.gatra.com pada tanggal 17 April 2017.

4. Pelopor atau pencetus program *corporate social responsibility* bidang pendidikan di dunia industri. Adapun berita tersebut terdapat pada portal berita online dunia-energi.com pada tanggal 24 September 2012 dan news.okezone.com pada tanggal 27 September 2012.

Adapun penilaiannya, tidak terdapat berita yang mengabarkan negatif pada program *corporate social responsibility* dalam bidang pendidikan berupa akademi komunitas.

c. Pengumpulan Pendapat

Dalam evaluasi pengumpulan pendapat dilakukan untuk mengetahui performa *public relations*, dengan cara melakukan *interview* atau diskusi kelompok. Adapun *interview* yang dilakukan oleh peneliti ialah melakukan *interview* dengan para alumni akademi komunitas. Dalam *interview* yang dilakukan, para alumni memiliki harapan agar dapat bekerja di perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, walaupun dalam *interview* tersebut para alumni sadar bahwa perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali tidak melakukan program untuk ikatan dinas, namun memberikan prioritas pada akademi komunitas PJB. Seperti yang dikatakan oleh Yudhi Dwi Wana, sebagai berikut:

> "*saya berharap selepas lulus dari AK PJB bias bekerja di PJB ataupun anak perusahaan PJB sendiri.* (Yudhi Dwi Wana, wawancara, 08 Mei 2018)"

> "*dan kalau setelah kuliah manfaatnya yang saya rasakan saya bias bekerja di PJBS anak perusahaan PJB.* (Yudhi Dwi Wana, wawancara, 08 Mei 2018)"

> "*walaupun tidak ada perjanjian setelah kuliah dapat bekerja di PJB grup. Tapi PJB mengutamakan lulusan AK PJB ketika pembangkit membutuhkan, terutama yang berdomisi sekitar pembangkit* (Yudhi Dwi Wana, wawancara, 08 Mei 2018)"

Pendapat yang diberikan beragam dari yang telah direkrut oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, dan terdapat alumni yang tidak di terima serta terdapat juga yang melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi. Seperti yang diungkapkan oleh Agam Patria dan Yusuf Hendra Irawan, sebagai berikut:

> "*Iya mas D1. Setelah lulus kan dilakukan rekrutmen pegawai PJBS. Dan nasib berkata lain peserta sekitar 50an yang dari jawa keterima hanya 20 peserta, dan saya termasuk yang tidak keterima, yang dari Tuban 10 peserta yang keterima hanya 3 peserta, sekrang ditempatkan di PLTU Kendari.* (Yusuf Hendra Irawan, wawancara, 06 Mei 2018)"

> "*untuk kerjaan aku diterima di PLTU Indramayu tapi ga aku ambil, aku lanjut kuliah S1* (Agam Patria, 07 Mei 2018)"

Dalam *interview* yang dilakukan, peneliti mendapatkan pesan atau kesan serta saran dan kritik dari para alumni akademi komunitas Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun hasil yang didapatkan ialah para alumni meminta kepada

perusahaan untuk meningkatkan jenjang pendidikan dari D3 ke S1 karena alasan rekutmen yang diberikan oleh perusahaan sering kelebihan kapasitas, seperti wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap para alumni akademi komunitas, sebagai berikut:

> "*saya cuma mau pesan sekaligus kritik ke AK PJB agar meningkatkan jenjang perkulihaan ke D3 ataupun S1, agar ijazahnya lebih bermanfaat setelah lulus walaupun tidak diterima bekerja di PJB grup. Apalagi sekarang recruitment ke PJBS sering kelebihan kuota.* (Yudhi Dwi Wana, wawancara, 08 Mei 2018)"

> "*Pesan: AK PJB di mohon adakan setiap tahunnya. Kesan: AK PJB sangat berperan dalam perkembangan di dunia pembangkitan dalam menciptakan tenaga kerja yang kompeten. Saran: lebih diperbanyak peserta, dan diperbanyak dari daerah daerah lain yang ada pembangkitnya agar lebih maju. Kritik: proses rekrutmen harusnya yang tidak keterima bisa di masukann ke anak perusahaan PJB yaitu MKP (Mitra Karya Prima).* (Yusuf Hendra Irawan, wawancara, 06 Mei 2018)"

> "*pesannya supaya lebih ditekankan lagi buat teman-teman yang baru lulus SMA dang a mampu buat kuliah sama satu lagi agar setelah lulus udah ada yang nampung dari pihak PJB atau PJBS ataupun MKP, karena adik adik tingkat ku blum ada recruitmen kerja dari pihak PJB.* (Agam Patria, 07 Mei 2018)"

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti telah melakukan wawancara di lapangan, hasil peninjauan dokumen serta peninjauan portal media online mengenai Program *Corporate Social Resposibility* Akademi Komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Berikut ini adalah hasil analisis peneliti berdasarkan hasil penelitian di lapangan:

A. Akademi Komunitas sebagai program *Corporate Sosial Resposibility* PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali memiliki pilar sebagai acuan menciptakan program *corporate social responsibility*. Adapun pilar untuk mendirikan Akademi Komunitas sebagai program *corporate social responsibility* ialah dari pilar inovasi pendidikan. Akademi komunitas merupakan pendidikan yang ditempuh selama 1 tahun atau pendidikan yang setara dengan D3. Dalam kegiatan *Corporate Sosial Resposibility* (CSR) memiliki tiga aspek yang dikenal dengan *triple bottom line* yang meliputi *profit, planet* dan *people*. Dan dari ketiga elemen tersebut dapat menjadikan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Dan seperti program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali termasuk ke dalam *triple bottom line* yaitu *people*.

Dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* terdapat pola atau model yang dapat digunakan seperti diungkapkan oleh Saidi dan Abidin (2004) seperti keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bermitra dengan pihak lain dan mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Adapun model atau pola yang digunakan PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam melaksanakan *coporate social responsibility* akademi komunitas ialah bermitra dengan pihak lain yang berarti jalinan kerjasama pihak-pihak lain seperti lembaga pemerintah, lembaga non-pemerintah, media massa dan universitas untuk melaksanakan program *Corporate Sosial Resposibility* (CSR). PT. Pembangkitan Jawa-Bali bekerjasama dengan pihak PENS atau Politeknik Elektronika Negeri Surabaya untuk menyusun kurikulum, pemberian materi selama masa pendidikan dan sosialisasi. Selain itu perusahaan juga melakukan kerjasama dengan pihak dinas pendidikan kota Surabaya dan dinas pendidikan kota Gresik untuk penjaringan calon mahasiswa di angkatan pertama yaitu pada tahun 2012.

Corporate Sosial Resposibility (CSR), juga dapat dikatakan sebagai peran penting dalam pertumbuhan sebuah perusahaan, mulai dari citra, penjualan, pemasaran dan sumber daya manusia. Dalam penelitian ini, maka sumber daya manusia yang berperan penting pada perusahaan. Namun, hal tersebut bisa saja berbeda. Wibisono Yusuf (2007) mengungkapkan setiap perusahaan memiliki pandangan yang berbeda pada setiap pelaksanaan tanggung jawab sosial Pertama, tanggung jawab sosial yang dilakukan hanyalah basa-basi, hal ini dipacu oleh undang-undang yang mengatur tanggung jawab perusahaan dan pihak eksternal yang menekan. Selain itu, tanggung jawab sosial juga bisa berupa hanya membangun image positif terhadap perusahaan, yang hal tersebut bukanlah tanggung jawab sosial yang berkelanjutan, dan sifatnya hanya sementara. Ke dua, tanggung jawab sosial ini ada kemiripan dengan yang pertama, namun disini lebih menekan pada bagaimana perusahaan hanya untuk memenuhi kewajibannya, yaitu dengan mentaati perundang-undangan, regulasi dan keputusan mentri. Ke tiga, tanggung jawab yang dilakukan bukan hanya mengacu pada undang-undang dan sekedar basa-basi, tapi bagaimana tanggung jawab sosial menjadi sebuah aktivitas perusahaan, yang kemudian menjadi sebuah keunggulan pada perusahaan, serta tanggungjawab tersebut dilakukan untuk sebuah program yang berkelanjutan. Dari ketiga pandangan tersebut, maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali melakukan tanggung jawab sosial menjadi sebuah aktivitas perusahaan, yang kemudian menjadi sebuah keunggulan pada perusahaan, serta tanggungjawab tersebut dilakukan untuk sebuah program yang berkelanjutan sekaligus memenuhi peraturan atau perundang-undangan.

Tanggung jawab sosial perusahaan berupa akademi komunitas pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali juga termasuk dalam kriteria tanggung jawab ekonomi, legal, etika dan diskresioner, seperti yang ungkapkan Carroll dalam Purwanto (2010). Dalam tanggung jawab ekonomi berarti tanggung jawab yang mengharuskan perusahaan untuk mengambil atau memperoleh keuntungan, keberlangsungan perusahaan, citra positif pada perusahaan dan juga memperoleh keuntungan sosial. Adapun yang dilakukan ialah untuk keberlangsungan perusahaan, karena perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mendirikan PLTU di daerah yang memiliki dampak seperti masyarakat sekitar ingin bekerja di pembangkitan, dan perusahaan mendirikan akademi komunitas untuk keberlangsungan perusahaan yang dibalut dengan program *corporate social responsibility*. Selain itu, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga melakukan tanggung jawab legal yang berarti perusahaan dituntut untuk patuh dalam aturan yang berlaku dalam tata kehidupan. Hal ini

juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan mampu bersinergi dengan pemerintah daerah tuk keberlangsungan masyarakat sekitar perusahaan, Dalam pelaksanaannya maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali mematuhi undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, pada bab V tanggung jawab sosial dan lingkungan, pasal 74, ayat 1 hingga 4. Tanggung jawab legal lainnya yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah bersinergi dengan pemerintah dengan cara mengkoordinasikan dan mendiskusikan program yang akan dibuat seperti akademi komunitas, agar program akademi komunitas tidak berbenturan dengan program pemerintah dan program sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat. Selanjutnya ialah tanggung jawab etika yang berarti tanggung jawab yang juga memperhatikan akan nilai-nilai yang tersebar pada masyarakat dan hal tersebut dijadikan sebagai dedikasi untuk menghargai serta menghormati hak-hak secara individu maupun kelompok, dalam hal ini perusahaan memperhatikan moral dan nilai yang tersebar pada masyarakat sekitar sebagai target akademi komunitas dengan cara menurunkan standar syarat untuk menerima calon mahasiswa yang ingin menempuh pendidikan di akademi komunitas, seperti tidak meratanya pendidikan yang ada di Indonesia membuat perusahaan Pembangkitan jawa-Bali menurunkan standar syarat nilai yang ada di pulau Jawa dan di luar pulau Jawa. Tanggung jawab etika lainnya ialah dengan membentengi pekerja lokal dari serbuan pekerja asing. Selanjutnya ialah tanggung jawab diskresioner, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga melakukan tanggung jawab diskresioner atau tanggung jawab amal yang membuat citra positif pada perusahaan, hal tersebut ditunjukan dengan fasilitas yang diberikan kepada mahasiswa akademi komunitas. Program *corporate social responsibility* akademi komunitas tidak dipungut biaya, dan diberikan fasilitas berupa uang saku sebesar Rp. 1.100.000,- perbulan, buku perkulihaan, perlengkapan *safety* untuk praktek, asuransi kecelakaan, kesehatan BPJS dan transportasi berupa sepeda, serta diberikan akomodasi tiket pesawat bagi mahasiswa di luar pulau Jawa dan tiket pesawat orang tua mahasiswa di luar pulau Jawa untuk menghadiri wisuda.

Tanggung jawab perusahaan akademi komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali dapat dikatakan tanggung jawab sosial perusahaan jika memiliki unsur yang diungkapkan Reza Rahman (2009) seperti, *continutity* dan *sustainability*, *community empowerment* dan *two ways*. Dalam ketiga unsur tersebut dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Yang pertama ialah *continutity* dan *sustainability* yang merupakan unsur yang sangat penting dalam *corporate social responsibility*. Unsur ini merupakan unsur pada *corporate social responsibility* yang mempunyai ciri yaitu *long term perspective* bukan yang *instant,*

happening ataupun *booming*. Karena unsur ini merupakan unsur yang memliki tahapan kegiatan yang terencanakan, sistematis, dan kemudian dapat dievaluasi., awal pembentukan akademi komunitas diawali dengan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mengajukan proposal ke dinas pendidikan dengan tujuan mendirikan pendidikan yang dibalut dengan program *corporate social responsibility* dan kemudian di setujui oleh kemendikbud, Dalam pelaksanaannya telah berjalan hingga 5 angkatan, dari tahun 2012, 2013, 2014, 2015 dan 2016. Evaluasi yang dilakukan ialah dengan SROI, untuk meninjau manfaat adanya akademi komunitas sebagai program *corporate social responsibility*. Yang kedua ialah *community empowerment* atau kegiatan yang kemudian menjadikan komunitas semakin mandiri. Salah satu indikasi suksesnya kehadiran tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk pemberdayaan ialah bagaimana komunitas semakin mandiri dari sebelum adanya kegiatan *corporate social responsibility*, kriteria ini ditunjukan dari bagaimana mahasiswa mampu memanfaatkan ijazahnya setelah lulus dari akademi komunitas, seperti telah bekerja di perusahaan Cugindo anak perusahaan PLN, bekerja di Petro Kimia Gresik, dan hingga tahun 2016 telah terdapat 145 lulusan akademi komunitas bekerja di PJB Grup yaitu MKP (Mitra Karya Prima dan PJB *service*, serta menggunakan ijazahnya untuk melanjutkan pendidikannya. Selanjutnya yang terakhir ialah *two ways*, merupakan unsur yang bersifat dua arah, artinya program *corporate social responsibility* bersifat dua arah. Dalam unsur ini, kedudukan perusahaan bukan sekedar sebagai komunikator, namun juga harus mampu mendengarkan aspirasi dari komunitasnya. Dalam kriteria *two ways* maka perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mendengarkan aspirasi masyarakat, adapun aspirasi yang didengarkan oleh perusahaan ialah pembangunan PLTU di daerah-daerah yang membuat masyarakat sekitar ingin bekerja di pembangkitan, dengan latar belakang masyarakat sekitar adalah petani, maka perusahaan menggunakan akademi komunitas sebagai jawaban. Dengan tujuan akademi komunitas memberikan pendidikan pembangkitan, yang kemudian lulusan dari akademi komunitas yang memiliki daya saing nantinya mampu menjadi bagian dari PJB Grup.

Pelaksanaan akademi komunitas sebagai program *corporate social responsibility* memiliki manfaat yang dapat diperoleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, adapun manfaat yang dapat dihasilakan ialah menciptakan peluang bisnis baru, menarik dan mempertahankan mitra bisnis yang berkualitas, kerjasama dengan komunitas lokal, dan dukungan pemeritah. Manfaat pertama yang diperoleh ialah menciptakan peluang bisnis baru yang berarti hubungan dan komunikasi yang baik dengan *stakeholder* dapat

menciptakan peluang untuk berinovasi dan kreatifitas. Dan hal tersebut menjadikan sebuah pasar, produk dan *brand* baru. Bagi PT. Pembangkitan Jawa-Bali maka akademi komunitas sendiri menjadi *brand* baru bagi dunia bisnis, seperti yang lansir oleh porta berita *online* dunia-energi.com yaitu PT. Pembangkitan Jawa-Bali pelopori pendirian akademi komunitas kelistrikan. Manfaat selanjutnya ialah menarik dan mempertahankan mitra bisnis yang berkualitas, hal tersebut dilakukan untuk saling membantu dan saling berbagi keuntungan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Namun, melakukan kerjasama dengan rekan yang tidak bertanggung jawab akan berdampak pada reputasi perusahaan, oleh sebab itu, pemilihan mitra bisnis yang berkualitas adalah hal yang penting, begitu juga dengan mepertahankannya. Mitra bisnis untuk menjalankan akademi komunitas adalah Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, dengan pelaksanaannya ialah mengkolaborasikan keahlian masing-masing pihak, seperti kurikulum, teori, dan test tulis calon mahasiswa dari pihak mitra bisnis. Manfaat berikutnya adalah bekerjasama dengan komunitas lokal, adapun manfaat yang dapat dihasilkan ialah untuk mengurangi biaya investasi baru serta meningkatkan kesetiaan para pekerja di perusahaan dengan merekrut lulusan program akademi komunitas yang memiliki daya saing. Manfaat terakhir yang diperoleh perusahaan ialah dukungan pemerintah, dukungan yang diberikan oleh pemerintah ialah dengan undang-undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi, pada bab V tentang pendanaan dan pembiayaan, bagian kesatu tanggung jawab dan sumber pendanaan pendidikan tinggi, pasal 86 ayat 2 yaitu pemerintah memberikan insentif kepada dunia usaha dan dunia industri atau anggota masyarakat yang memberikan bantuan atau sumbangan penyelenggaraan pendidikan tinggi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility* Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Dalam menjalakan *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali, terdapat lima faktor yang komprehensif yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* pada perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, dalam Wibisono (2007) menguraikan faktor tersebut ialah *building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good corporate governance* dan *protecting the environment*.

Building human capital maka perusahaan berusaha menciptakan lingkungan internal dan eksternal. Internalnya berarti menciptakan sumber daya manusia yang handal, dalam arti karyawan. Dan lingkungan eksternal, berarti pemberdayaan masyarakat. Dalam faktor tersebut maka perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melakukan pemberdayaan masyarakat, seperti pada pembahasaan sebelumnya bahwa pemberdayaan yang dilakukan dengan melihat lulusan akademi komunitas menggunakan ijazahnya untuk mencari pekerjaan dan melanjutkan jenjang pendidikannya, seperti bekerja di Cugindo, dan bekerja PJB Grup melalui anak perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yaitu PJB *Service* dan MKP atau Mitra Karya Prima.

Strengthening economies berarti menyangkut bidang ekonomi berarti memberdayakan ekonomi sekitar, jadi perusahaan tidak hanya mengambil keuntungan sendiri tapi juga memberdayakan ekonomi komunitas di sekitar perusahaan. Dalam pengaplikasian yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali merupakan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan fasilitas berupa pendidikan yang dibalut konsep program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas serta akomodasi. Selain itu, memberikan kesempatan mendapatkan pendidikan atau berupa beasiswa yang kemudian ijazah terseut dapat digunakan untuk melamar bekerja di PJB Grup atau tempat lainnya.

Assessing social cohesion berarti keharmonisan, jadi perusahaan melakukan kegiatan berupa program *corporate social responsibility* berdampak bagi komunitas untuk menjalin hubungan yang harmonis, dan supaya tidak terjadi konflik. Adapun keharmonisan yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah berawal dari bagaimana perusahaan Pembangkitan-Jawa-Bali mendirikan PLTU di daerah, yang di daerah-daerah PLTU tersebut terdapat angka pengangguran yang banyak dan ingin bekerja di Pembangkitan. Dari permasalahan tersebut maka perusahaan membuat program pendidikan yang dibalut *corporate social responsibility* bagi masyarakat sekitar yang ingin bekerja di perusahaan diberikan ilmu pembangkitan, yang kemudian jika memiliki daya saing dapat bergabung bersama PJB Grup atau dapat menggunakan ijazahnya untuk bekerja di tempat lain. Dari keharmonisan tersebut dapat timbul hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat sekitar atas program *corporate social responsibility* berupa fasilitas pendidikan dan akomodasi.

Encouraging Good Corporate Governance maka perusahaan dalam praktiknya, harus menjalankan bisnisnya dengan tata kelola yang mengacu pada praktik bisnis yang baik. Priyanti (2012) dalam Prajarto mengungkapkan *good corporate governance* dalam prinsipnya menyarankan perusahaan yang melakukan keberpihak kepada *stakeholders* dengan bentuk keterbukaan perusahaan dalam laporan atau pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Hal yang disarankan untuk melakukan keberpihakan kepada *stakeholders* dalam bentuk keterbukaan laporan, maka PT. Pembangkitan Jawa-Bali melakukan hal tersebut. Adapun laporan secara keseluruhan yang dibuat oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah berupa laporan statistik, laporan keuangan, laporan keberlanjutan dan laporan tahunan. Laporan tahunan tersebut tersedia di *website* PT. Pembangkitan Jawa-Bali yang dapat diakses. Laporan tahunan tersebut tersedia dari tahun 2011 hingga tahun 2016. Di tahun 2011 berjudul *green energy*, di tahun 2012 berjudul *empowering energy within*, di tahun 2013 berjudul *growing globally*, di tahun 2014 berjudul *towards global energy leader*, di tahun 2015 berjudul *keep moving forward to overcome challenges*, dan di tahun 2016 *empowering resources creating a better future*.

Protecting the Environment berarti Perusahaan bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan, adapun dalam penelitian yang dilakukan yaitu mengenai program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas yang dalam pilar perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali merupakan pilar inovasi pendidikan, tidak termasuk kepada kelestarian lingkungan.

C. Implementasi dan Aktivitas *Public Relation* dalam *Corporate Social Responsibility* Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Dalam implementasi akademi komunitas merupakan salah satu program *corporate social responsibility* memiliki beberapa langkah, seperti yang diungkapkan oleh Prajarto (2012) dan Wibisono (2007) yaitu sosialisasi, perencanaan, penerapan, evaluasi dan pelaporan. Dan program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas termasuk ke dalam aktivitas *public relation*. John Marston dalam bukunya *The Nuture of Public Relations* yag dikuti dari (Rohman, *Jurnal Komunikasi*, No. 2, April, 2009: 135-150) mengatakan terdapat empat langkah Peran *public relation* dalam *corporate social responsibility* yaitu *Research. Action. Communication* dan *Evaluation.* Dalam pengaplikasian *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas, PT. Pembangkitan Jawa-Bali melakukan empat langkah peran aktivitas *public relation*

tersebut. Dalam hal implementasi dan aktivitas *public relation*, maka penulis menggabungkan dua hal tersebut yang terdiri dari Riset, Perencanaan, Sosialisasi, Penerapan/Aksi, Evaluasi dan Pelaporan/Komunikasi.

a. Riset

Riset merupakan bentuk yang efektif dilakukan dalam sebuah program *Corporate Social Responsibility*, adapun riset yang dilakukan yaitu tentang *needs*, *desires*, *wants*, dan *interest* (*need assessment*/analisis kebutuhan) dari sasaran program yang dapat dilakukan dengan dialog langsung bersama target maupun pemuka pendapat setempat. Adapaun *need assessment* yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan program *corporate social responsibility* yaitu riset demografis, riset kepemimpinan, dan riset pendidikan. Dalam program *corporate social responsibility* yang dilakukan, PT. Pembangkitan Jawa-Bali menggunakan ketiga riset atau analisa kebutuhan tersebut.

Demografis, analisa kebutuhannya terdiri dari jumlah penduduk, angkatan kerja, perbandingan usia produktif dan non produktif, laki-laki dan perempuan, karekter daerah terdekat, tingkat kejahatan, komposisi suku dan ras. Adapun hasil yang ditemukan dari riset perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali berupa karekter daerah terdekat atau sekitar pembangunan PLTU, dan tingkat pengangguran. Jadi analisa kebutuhan yang ditemukan PT. Pembangitan Jawa-Bali secara rinci ialah dengan mengetahui latar belakang masyarakat yang berada di pembangunan PLTU merupakan petani, Selain itu analisa lainnya yang ditemukan yaitu angka pengangguran yang banyak.

Kepemimpinan analisa kebutuhannya terdiri dari pemuka pendapat setempat, kelompok penekan dan kepentingan, LSM, lembaga bisnis, pemerintah setempat. Dalam pengaplikasiannya perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mengarah pada pemuka setempat dan pemerintah, riset kepemimpinan tersebut digunakan untuk mendiskusikan program yang dibuat oleh perusahaan Pembangkit Jawa-Bali tidak berbenturan dan benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat.

Pendidikan, analisa kebutuhannya terdiri dari ketersediaan lembaga pendidikan formal dan informal, pesantren, balai pelatihan kerja. Dalam riset pendidikan PT. Pembangkitan Jawa-Bali menggunakannya sebagai sosialisasi dan sebagai syarat bahwa akademi komunitas hanya diperbolehkan bagi sekolah menengah kejuruan.

Dari ketiga analisa kebutuhan yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yaitu demografis, kepemimpinan dan pendidikan sudah mencakupi kebutuhan riset untuk program CSR akademi komunitas, karena dalam analisa demografis menjawab program kebutuhan pemberdayaan sumber daya manusia seperti karekter daerah sekitar dan tingkat pengangguran. Lalu analisa kebutuhan kepemimpinan, hal ini selaras dengan konsep atau teori, karena dalam pengaplikasiannya perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali bekerjasama dengan pemerintah, dalam arti pengajuan proposal pendirian akademi komunitas hingga sosialisasi yang dilakukan. Dan yang terakhir untuk riset dalam hal pendidikan juga selaras, karena dasar dari program CSR akademi komunitas merupakan pemberdayaan sumber daya manusia yang targetnya ialah SLTA selain itu riset pendidikan digunakan juga sebagai media sosialisasi.

b. Perencanaan

Perencanaan pada aktivitas *public relation*, terdapat enam langkah perencanaan yang dapat dilakukan. Jefkins dalam (Rohman, *Jurnal Komunikasi*, No. 2, April, 2009: 135-150) dan Morisan (2008) mengungkapkan enam hal tersebut yang dapat dilakukan yaitu pengenalan situasi, penetaan tujuan, definisi khalayak, pemilihan media dan tehnik *pubic relation*, perencanaan anggaran serta pengukuran hasil. Namun perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga memiliki perencanaan tersendiri dengan menyusun pemetaan potensi masyarakat, dan pemetaan tersebut memiliki wilayah yang dirinci menjadi empat ring yaitu ring pertama masuk pada wilayah desa atau kelurahan di mana asset perusahaan berlokasi, untuk ring kedua masuk pada wilayah kecamatan di mana asset perusahaan berlokasi, dan ring ketiga masuk pada wilayah kabupaten di mana asset perusahaan berlokasi serta yang trakhir yaitu ring keempat masuk pada daerah yang memiliki potensi sumber daya yang spesifik atau mempunyai dampak terhadap pembentukan citra perusahaan atau bencana. Dari ring tersebut perusahaan menghasilakan wilayah yang dituju untuk akademi komunitas, yang kemudian dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi potensi dan kebutuhan masyarakat. Setelah mengetahui hasil dari pemetaan maka perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mengkoordinasikan kepada pemerintah dan masyarakat. Dalam perencanaan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dilakukan dengan metode yang telah ditetapkan juga, yaitu dengan metode partisipatif, yaitu berupa metode dengan menumbuhkembangkan potensi di wilayah sekitar perusahaan dan menumbuhkembangkan sumber daya daerah setempat yang ada serta swadaya disekitar perusahaan dengan tujuan dapat meningkatkan

kemampuan, penghasilan dan kemakmuran secara berkelanjutan. Selain itu metode tersebut juga dilakukan secara berkelanjutan dengan maksud agar terciptanya lingkungan yang kondusif dan aman bagi masyarakat sekitar perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali.

Pengenalan situasi, Morrisan (2008) mengungkapkan bahwa tahap awal mengalisis situasi dengan mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diketahui mengenai masalah yang dihadapi, meliputi pihak yang telibat secara internal maupun eksternal. Berawal dari sejarah pada tahun 2008 permasalah yang terjadi pada Pembangkitan Jawa-Bali yaitu akibat permintaan listik yang terus meningkat hingga 7%, membuat Pembangkitan Jawa-Bali membutuhkan sumber daya manusia. Situasi lainnya yang terjadi sebelum program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dilaksanakan ialah pembangunan PLTU di daerah-daerah memubuat masyarakat sekitar ingin bekerja di Pembangkitan. Keinginan bekerja di pembangkitan tersebut menjadi masalah dikarenakan, teknologi pembangkitan tersebut rumit dan warga sekitar ingin langsung bekerja dengan pendidikan yang tidak sesuai dengan kelistrikan. Dari situasi yang dialami oleh perusahaan, maka dari kedua permasalahan tersebut menjadi salah satu pendirian Akademi Komunitas sebagai sebuah program *corporate social responsibility* yang disesuaikan pilar tanggung jawab perusahaan yaitu pilar pendidikan pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali.

Penetapan tujuan, dalam hal ini maka perusahaan menetapkan tujuan dengan hasil-hasil yang ingin diinginkan oleh perusahaan. Dalam pendirian akademi komunitas yang dibalut dengan konsep *corporate social responsibility*, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali telah menetapkan tujuannya yang kemudian tujuan tersebut harus sesuai dengan hasil-hasil yang diinginkan oleh perusahaan, yaitu mendukung program pemerintah dalam proyek 35MW dengan menyediakan tenaga kerja terampil dan siap pakai. Pemerataan Pendidikan dan kesamaan kesempataan bekerja. Menurunkan angka pengangguran di sekitar unit operasi PT PJB. Meningkatkan taraf hidup.

Definisi khalayak, Morrisan (2008) mengatakan dalam ranah definisi khalayak maka perusahaan harus menetapkan khalayknya, adapun macam-macam khalayaknya yakni bukan khalayak, khalayak tersembunyi, khalayak sadar, dan khalayak aktif. Dalam definisi khalayak tersebut, PT. Pembangkitan Jawa-Bali memiliki dua macam khalayak yaitu khalayak aktif dan bukan khalayak. Adapun khalayak dalam program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dalam permasalahan PLTU yang berada di daerah merupakan khalayak aktif, di mana masyarakat sadar bahwa masyarakat memiliki

hubungan dan keterkaitan dengan perusahaan. Selain masalah PLTU yang berada di daerah, sejarah perjalanan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali membutuhan sumber daya manusia akibat meningkatnya permintaan listrik setiap tahun, dan akibat permasalahan kebutuhan sumber daya manusia tersebut, maka dapat dikatakan sebagai bukan khalayak. Bukan khalayak sendiri merupakan orang-orang yang tidak berhadapan dengan masalah atau situasi yang dihadapi organisasi.

Pemilihan media dan tehnik *publik relations*, dalam pemilihan media dan tehnik *public relations*, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menggunakan media internal, yaitu media info PJB, dan info PJB terdapat dalam *website* perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali yaitu ptpjb.com. selain itu, dokemen berupa laporan yang terdapat pada *website* juga menjadi salah satu pemilihan media untuk program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas.

Perencanaan Anggaran, adapun langkah perencanaan anggaran untuk program akademi komunitas sebagai *corporate social responsibility* merupakan murni anggaran CSR perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali.

Pengukuran hasil sebagai langkah terakhir, dalam pengukuran hasil perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menggunakan SROI dan pengukuran hasil tersebut mendeskripsikan manfaat bagi perusahaan dan para mahasiswa yang menjadi bagian dari program akademi komunitas, adapun hasil yang diperoleh ialah deskripsi menunjukkan bahwa manfaat lebih banyak diperoleh para mahasiswa akademi komunitas.

Dari enam langkah perencanaan yang telah dilakukan tersebut, maka perusahaan secara keseluruhan telah melakukannya dengan baik. Diawali dengan pengenalasan situasi, perusahaan benar adanya mengumpulkan setiap informasi ataupun permasalahan, yang kemudian dari data tersebut dijadikan bahan untuk mendirikan akademi komunitas. Kemudian langkah penetapan tujuan, hal ini peneliti maksudkan sesuai dengan langkah awal, di mana secara keseluruhan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menyusun atau menetapkan tujuan sesudah mendapatkan data di langkah awal berupa pengenalan situasi tersebut. Selanjutnya ialah langkah definisi khalayak, dalam langkah ini telah sesuai dengan konsep yang dipilih oleh peneliti, di mana hal tersebut sesuai dengan implementasi program CSR, karena menyangkut target dari akademi komunitas. Untuk langkah pemilihan media sendiri perusahaan dengan fasilitas yang ada, maka media yang digunakan ialah dengan *website* di mana keseluruhan informasi tentang perusahaan mampu

diakses, dan ini menjadikan nilai tersendiri bagi perusahaan yang mampu mengelolah medianya sendiri. Dan dua langkah terakhir ialah perencanaan anggaran, pengukuran hasil di mana dalam anggaran sendiri telah jelas hanya diatur oleh devisi atau bagian CSR perusahaan, dan pengukuran hasil ditetapkan dengan metode SROI. Adapun dampak dari pengukuran hasil, ialah sesuai dengan harapan perusahaan, yaitu pemberdayaan manusia. Selain itu, terlepas dari keenam langkah tersebut perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga memiliki pemetaan Ring atau wilayah, di mana hal tersebut memudahkan perusahaan untuk menentukan target, dan perusahaan juga menggunakan metode partisipatif di setiap program *corporate social responsibility* yang berarti juga terdapat pada akademi komunitas, dengan maksud menumbuhkembangkan wilayah sekitar perusahaan, dalam hal ini maka sumber daya manusia pada sekitar pembangkitan PLTU.

c. Sosialisasi

Sosialisasi, berarti perusahaan melakukan pendekatan kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tujuan utama dari sosialisasi ialah agar apa yang disampikan oleh perusahaan dipahami dan diterima oleh masyarakat yang dituju. Adapun sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali berawal dari wilayah yang terdapat proyek pembangunan PLTU, di pulau Jawa maupun yang di luar pulau Jawa. Sosialisasi yang dilakukan sesuai dengan ring yang telah ditetapkan atau di kelurahan, kecamatan, RT dan RW. Sosialisai juga dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali di sekolah-sekolah terhadap siswa atau guru yang nantinya dari situ saling menyebarluaskan informasi mengenai program akademi komunitas. Sosialisasi yang dilakukan juga bersama dengan mitra perusahaan yaitu PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya)

d. Penerapan/Aksi

Penerapan, merupakan langkah yang sudah disusun dengan jelas. Dalam penerapan kegiatan tanggung jawab sosial, perusahaan harus memiliki prinsip sebagai pijakan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial serta perusahaan membutuhkan iklim organisasi yang kondusif dan saling percaya demi memupuk komitmen karyawan pelaksana. Dalam penerapannya program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dikelolah oleh bidang khusus, yaitu bidang komunikasi dan CSR di bawah sekretaris perusahaan serta program akademi komunitas dilakukan dengan bekerjasama dengan Politeknik Negeri Surabaya, adapun penerapan yang dilakukan setelah melakukan

sosialisasi ialah penerimaan berkas, kemudian diseleksi sesuai dengan standar dan syarat perusahaan, setelah berkas maka berlanjut pada tes akademik yang dilakukan oleh mitra bisnis yaitu PENS, dan tes wawancara yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Dalam penerapan akademi komunitas, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dan PENS mengkolaborasikan antara teori dan praktek, adapun tim pengajar tidak hanya dari dosen PENS melainkan karyawan perusahaan Pembangkitan juga menjadi dosen di akademi komunitas. Penerapan lainnya ialah tentang anggaran, dan anggaran akademi komunitas adalah anggaran CSR dan diatur oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Selama perkuliahaan berlangsung, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melakukan kunjungan ke PENS selama satu bulan sekali untuk melakukan hubungan dengan mahasiswa secara langsung, hal tersebut dilakukan agar ada interaksi antara perusahaan dan mahasiswa akademi komunitas. Dalam penerapannya, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali menciptakan iklim organisasi yang kondusif dan saling percaya antara mitra bisnis.

e. Evaluasi

Evaluasi dilakukan demi mencapai program yang lebih baik dikemudian hari. Evaluasi juga sebagai tolak ukur atas pencapaian perusahaan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*. Dengan evaluasi, perusahaan juga dapat melihat bagaimana kesalahan dan kekurangan program *corporate social responsibility*, karena mengingat dalam praktiknya dilapangan terdapat kendala. Adapun evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dengan SROI (*Sosial Return On Invesment*), hal tersebut menunjukkan bahwa menghasilakan dampak yang positif bagi para *stakeholders*. Adapun manfaat setiap *stakeholder* yaitu PJB sebesar 2%, PJBS & MKP sebesar 21%, Keluarga Siswa AK PJB sebesar 13% dan Siswa AK PJB sebesar 66% dari hasil tersebut maka evaluasi dari program Akademi Komunitas menunjukkan bahwa manfaat lebih banyak ada pada mahasiswa Akademi Komunitas. Selain SROI, adapun evaluasi lainnya yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah dengan memasukan tes kesehatan pada periode akademi komunitas kedua, ketiga dan seterusnya . hal tersebut dilakukan mengingat pada periode awal, para lulusan akademi komunitas ada yang gagal dalam tes kesehatan untuk bekerja di perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Selain itu, evaluasi yang ditujukan untuk kinerja *public relations* dapat diukur secara kulitatif maupun kuantitatif. Jefkins dalam (Rohman, *Jurnal Komunikasi*, No. 2, April, 2009: 135-150) memberikan beberapa poin untuk dijadikan alat mengukur kinerja *public relations*, yaitu

Berdasarkan tingkat liputan, Berdasarkan data statistik peringkat dan jumlah khalayak, Evaluasi berdasarkan sumber, Pengumpulan pendapat, Evaluasi berdasarkan umpan balik statistik secara langsung dan Umpan balik media. Adapun evaluasi yang dilakukan oleh peneliti untuk kinerja *public relation* ialah dengan Berdasarkan tingkat liputan, Evaluasi berdasarkan sumber, Pengumpulan pendapat dan Umpan balik media.

Berdasarkan tingkat liputan, *stakeholders* menjadi hal utama dalam evaluasi ini, karena keberhasilan program *public relations* terukur dari seberapa banyak respon, interaksi, pertanyaan dari *stakeholders*. Dalam ranah tingkat liputan, maka yang ditemukan oleh penelti dalam portal berita online berjumlah sepuluh berita yang berbeda-beda mengenai program Akademi Komunitas, yaitu dengan judul "PLTU Jawa 7 Serap Tenaga Kerja Lokal" dalam beritasatu.com pada tanggal 21 April 2015. Dengan Judul "PJB Targetkan Tambah Kapasitas Pembangkit Hingga 14 Ribu MW" dalam republika.co.id pada tanggal 29 September 2016. Dengan Judul "PJB Kupas Tuntas Pengelolaan Human Capital di Forum BUMN Marketers Club" dalam wartaekonomi.co.id pada tanggal 29 September 2016. Dengan Judul "Agar Pekerja Asing Tidak Menyerbu Sektor Pembangkit" dalam regional.kompas.com pada tanggal 24 Maret 2016. Dengan Judul "Respons Sosial di Bidang Pendidikan" dalam arsip.gatra.com pada tanggal 17 April 2017. Dengan Judul "Kreativitas PJB Services Siapkan SDM Unggulan" dalam swa.co.id pada tanggal 29 Mai 2018. Dengan Judul "PLN Dirikan Akademi Komunitas Keahlian" dalam your-csr.csr.id pada tanggal 25 September 2012. Dengan Judul "PT PJB Pelopori Pendirian Akademi Komunitas Kelistrikan" dalam dunia-energi.com pada tanggal 24 September 2012. Dengan Judul "PLN Dirikan Akademi Komunitas di Surabaya" dalam news.okezone.com pada tanggal 27 September 2012. Dengan Judul "PLTU 'Raksasa' di Banten Butuh Banyak Tenaga Kerja, Minimal Lulusan SMK" dalam finance.detik.com pada tanggal 21 April 2015. Dari berita yang terdapat di portal berita online tersebut, keseluruhannya dapat dibagi menjadi empat tema yang akan dibahas dalam evaluasi berdasarkan sumber.

Evaluasi berdasarkan sumber, dalam ranah ini maka menentukan kategori seperti apa, kemudian memberikan penilaian terhadap beberapa media berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun pemilihan kategori pada media berupa portal berita media online yang memberitakan program *corporate social responsibility* akademi komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Peneliti mengkelompokkan berita media online yang mengabarkan program *corporate social responsibility* bidang pendidikan berupa

akademi komunitas. Pengkelompokan tersebut untuk melihat isi berita apa saja yang diberitakan oleh media terhadap kegiatan perusahaan khususnya kegiatan *corporate social responsibility* berupa Akademi Komunitas pada perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun berita-berita tersebut, adalah Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali dikarenakan pendirian PLTU yang berada diberbagai daerah-daerah. Adapun berita yang mengabarkan hal tersebut ada pada portal berita online beritasatu.com pada tanggal 21 april 2015, republika.co.id pada tanggal 29 September 2016, swa.co.id pada tanggal 29 Mai 2018 dan finance.detik.com pada tanggal 21 April 2015. Pemberitaan pemberdayaan masyarakat tersebut sesuai dengan apa yang dilaksanakan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali yaitu program *corporate social responsibility* tentang pemberdayaan masyarakat, dengan permasalahan pendirian PLTU di daerah-daerah. Jadi dalam kategori ini maka pemberitaanpun benar adanya dan tidak menjadi permasalahan bagi perusahaan karena tidak terdapat unsur berita atau informasi yang negatif. Selanjutnya, Program pendidikan gratis yang diberikan kepada sekitar dampak dari perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun berita yang mengabarkan hal tersebut terdapat pada portal berita online regional.kompas.com pada tanggal 24 Maret 2016 dan your-csr.csr.id pada tanggal 25 September 2012. Dalam kategori ini, maka pemberitaan benar adanya atau sesuai dengan apa yang dilakukan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali yaitu memberikan beasiswa melalui akademi komunitas. Jadi dalam pemberitaan program pendidikan gratis ini telah sesuai dan tidak memiliki permasalahan karena tidak terdapat informasi yang negatif. Dan berita Penghargaan atas Akademi Komunitas sebagai program *corporate social responsibility*. Adapun berita yang mengabarkan hal tersebut terdapat pada portal berita online arsip.gatra.com pada tanggal 17 April 2017. Telah disebutkan sebelumnya, penghargaan yang diraih PT. Pembangkitan Jawa-Bali menjadi salah satu media publikasi, adapun pemberitaan tersebut dimuat di media lain menjadi salah satu hal positif, karena dalam pembahasan sebelumnya memberikan informasi dengan hal yang dicapai oleh perusahaan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan. Dan yang terakhir dengan adalah Pelopor atau pencetus program *corporate social responsibility* bidang pendidikan di dunia industri. Adapun berita yang mengabarkan hal tersebut terdapat pada portal berita online dunia-energi.com pada tanggal 24 September 2012 dan news.okezone.com pada tanggal 27 September 2012. Dalam pemberitaan mengenai pendirian akademi komunitas atau perusahaan Pembangkit Jawa-Bali menjadi pencetus akademi komunitas yang dilakoni oleh dunia industri menjadi salah satu informasi yang sesuai, karena hal tersebut didukung oleh data yang

menunjukkan bahwa PT. Pembangkit Jawa-Bali menjadi perusahaan pertama yang memiliki program tersebut, dengan langkah yang telah ditemukan di lapangan bahwa pendirian akademi komunitas berawal dari pengajuan proposal kemudian ditinjau oleh pemerintah kemudian disetujui, hal tersebut juga didukung oleh hadirnya undang-undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi, pada bab V tentang pendanaan dan pembiayaan, bagian kesatu tanggung jawab dan sumber pendanaan pendidikan tinggi, pasal 86 ayat 2, yang menyelaraskan pendirian akademi komunitas. Adapun penilaian terhadap sejumlah media berdasarkan kategori yang telah ditentukan tersebut, tidak terdapat berita yang mengabarkan negatif pada program *corporate social responsibility* dalam bidang pendidikan berupa akademi komunitas.

Pengumpulan pendapat, merupakan hal yang dilakukan untuk mengetahui performa *public relations*, dengan cara melakukan interview atau diskusi kelompok. Dalam ranah ini maka peneliti melakukan pengumpulan pendapat dengan *interview* bersama dengan para alumni akademi komunitas, untuk mendapatkan informasi. Dalam *nterview* tersebut peneliti mendapatkan informasi dari alumni yang telah bekerja di perusahaan Pebangkitan Jawa-Bali, alumni yang melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi dan alumni yang tidak bekerja di perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Selain itu, dalam *interview* peneliti menemukan informasi bahwa para alumni memiliki harapan untuk dapat direkrut menjadi karyawan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, namun para alumni sadar bahwa perusahaan tidak memiliki ikatan dinas. Pengumpulan pendapat lainya ialah para alumni berharap agar pendidikan setara D3 tersebut dapat dinaikan menjadi S1, dengan maksud agar ijazah dapat lebih bermanfaat untuk digunakan diperusahaan lainnya, serta para alumni juga berharap akademi komunitas yang dibuat oleh PT. Pebangkitan Jawa-Bali tetap ada karena program tersebut sangat berperan dalam perkembangan di dunia pembangkitan dalam menciptakan tenaga kerja yang kompeten.

Umpan balik media, merupakan hal ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana sikap atau penelian media terhadap perusahaan. Umpan balik ini juga berhubungan dengan bagaimana efektif atau tidaknya sebuah perusahaan terhadap lingkungan media komunikasi sekitar perusahaan. Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali mengatakan bahwa program ini menggunakan media eksternal bersekala nasional dan menggunakan media internal. Adapun data yang ditemukan bahwa media ekternal yang meliput pemberitaan mengenai akademi komunitas yang diusung oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali tersebut tidak terdapat informasi yang negatif. Sementara untuk media internal, perusahaan

Pembangkitan Jawa-Bali menggunakan *website* untuk menginformasikan akademi komunitas, dan hal tersebut dilakukan secara rutin dalam setiap laporan tahunan sejak pendirian akademi komunitas di tahun 2012 hingga tahun 2016.

Dari aktivitas *public relations* berupa evalusi yang telah dipaparkan, perusahaan telah menjelaskan bahwa untuk program akademi komunitas sendiri menggunakan media eksternal dan internal namun yang terlihat bahwa perusahaan berfokus pada media internal, dan hal tersebut ditunjukan dari media Info PJB atau *website*. Namun bukan berarti tidak terdapat informasi atau berita di media eksternal, karena peneliti juga menemukan berita tentang akademi komunitas dari media eksternal. Dan adapun hasil yang ditemukan maka dari segi media, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali tidak memiliki permasalahan dengan media internal maupun eksternal. Dalam aktivitas *public relations* berupa evaluasi peneliti juga mengumpulkan pendapat sebagai pola untuk evaluasi mengenai program *corporate social responsibility* dari perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, adapun hasil yang temukan ialah bergunanya ilmu kelistrikan yang didapat oleh para alumni selama menjadi mahasiswa akademi komunitas, serta penggunaan ijazah untuk menjutkan sekolah, namun juga terdapat permasalahaan yaitu keinginan atau harapan para alumni yang ingin bekerja atau menjadi karyawan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali, tetapi perusahaan juga telah menerima beberapa alumni akademi komunitas, sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan bahwa alumni akademi komunitas yang memiliki daya saing dan mampu melalui tes akan menjadi karyawan PJB Grup. Sejak permasalahaan tersebut hadir di angkatan ke enam atau di tahun 2017, perusahaan sedang melakukan perbaikan pengelolaan mengatasi hal tersebut.

f. Pelaporan/Komunikasi

Pelaporan, merupakan hal ini diperlukan sebagai langkah membangun informasi. Hal tersebut demi keperluan pengambilan keputusan atau sebagai keperluan keterbukaan informasi mengenai perusahaan. Selain itu, Martin dan Moran (2007) dalam Prajarto menjelaskan banyak perusahaan yang menggunakan laporan tahunan dan laporan *corporate social responsibility* untuk mengumumkan hasil kegiatan sosial, hal tersebut dilakukan untuk mengkomunikasikan eksistensi perusahaan bagi masyarakat. Dan media yang kemudian ditonjolkan ialah dengan media internal, seperti info PJB, dan *website* yang didalamnya terdapat laporan tahunan yang mencakupi kegiatan *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas. Komunikasi dalam sebuah proses *public*

relations dapat dikaitkan dengan perencanaan media. Media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali lebih terfokus pada laporan tahunan, Sayekti dan Wondabio dalam (Priyanti, 2012: 218) mengungkapkan bahwa sebagain besar perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* sebagai cara untuk membangun, mempertahankan dan melegitimilasi kontribusi perusahaan dari sesi ekonomi dan politis. Hal tersebut didukung dengan ungkapan Chariri, bahwa laporan tahunan memiliki tujuan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* kepada investor bahwa perusahaan tidak semata-mata mendasar pada informasi laba saja. Adapun komunikasi lainnya yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah dengan publikasi penghargaan yang diraih oleh program akademi komunitas sebagai program *corporate social responsibility*. Dalam program *corporate social responsibility* Akademi Komunitas, publikasi atau menginformasikan pencapaian melalui media dilakukan oleh pihak perusahaan dengan publikasi atau menginformasikan pencapaian yang dilakukan ialah lewat media internal, dan media internal perusahaan tersebut yaitu Info PJB. Jadi dalam hal ini, maka perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali memang melaksanakan pengungkapan informasi *corporate social responsibility* sebagai cara untuk membangun, mempertahankan dan melegitimilasi kontribusi perusahaan dari sesi ekonomi dan politis serta pengungkapan informasi *corporate social responsibility* kepada investor bahwa perusahaan tidak semata-mata mendasar pada informasi laba saja.

Dalam komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali sudah selaras dengan konsep yang dipilih oleh peneliti, di mana perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* yang brdampak membangun perusahaan, mempertahankan dan melegitimilasi kontribusi perusahaan dari sesi ekonomi dan politis serta menunjukkan kepada investor bahwa perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali tidak semata-mata mendasar pada informasi laba saja.

D. Analisis SWOT Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dikumpulkan, peneliti kemudian melakukan analisis *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* atau yang disebut analisis SWOT. Dalam Fatimah (2016) menjelaskan bahwa *strengths* merupakan kekuatan untuk menjadikan perusahan berkuaitas tinggi, karena perusahan yang mengenali kekuatan

dapat menjadi langkah besar unuk memajukan perusahaan, dan jika hal tersebut maka hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan ialah bagaimana untuk menambah kekuatan tersebut dan memperkuat kekutan yang sudah dimiliki oleh perusahaan. Lalu *weaknesses* atau kelemahan, menjadi hal yang berbahaya jika tidak dapat diketahui, maka kelemahan dalam sebuah perusahaan harus dapat lihat dan dapat diminimalisasi atau bahkan kelemahan tersebut dijadikan sebuah kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahan-perusahaan lainnya. Kemudian *opportunities* atau peluang, merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi perusahaan, peluang yang timbul dapat dijadikan perusahaan sebuah kelebihan yang nantinya melebihi perusahaan lainnya atau kompetitor. Dan yang terakhir yaitu *threats* atau ancaman, merupakan hal yang menganggu bagi perusahaan. Karena kehadiran ancaman akan mengganggu bagaimana jalannya perusahaan dan merusak bagimana cara kerja sebuah perusahaan. kehadiran ancaman sendiri jika tidak dapat langsung ditangani oleh perusahaan maka yang terjadi akan memberikan dampak negatif pada perusahaan, dan tersebut membuat penghalang bagi perusahaan untuk mencapai tujuan.

Analisis tersebut dilakukan terhadap implementasi dan aktivitas *public relations* dalam program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Adapun analisis SWOT yang dapat diidentifikasi oleh peneliti di bagi menjadi enam bagian dari menganalisis riset, perencanaan, sosialisasi, penerapan/aksi, evaluasi dan pelaporan/komunikasi sebagai berikut:

Analisis SWOT Riset

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis
1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Kekuatan dari melakukan riset dengan analisa kebutuhan ialah berupa demografis, kepemimpinan dan pendidikan, hal tersebut memberikan perusahaan mengetahui situasi yang terjadi, seperti proses dan gejalanya. Adapun hasil yang diperoleh perusahaan ialah permasalahaan masyarakat sekitar yang ingin bekerja di pembangkit PLTU, karekter masyarakat sekitar adalah petani, berdiskusi

		dengan masyarakat sekitar untuk membuat program CSR yang tidak berbenturan dengan program yang ada dan menghasilakan program CSR akademi komunitas. Dalam hal ini maka riset memberikan data bagi perusahaan untuk merancang program CSR berupa akademi komunitas.
2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Kelemahan dari riset yang digunakan oleh perusahaan ialah perusahaan belum mengatasi kemungkinan yang terjadi, seperti lulusan atau alumni pendidikan akademi komunitas yang tidak menjadi bagian dari PJB Grup.
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Peluang untuk riset ialah program CSR akademi komunitas menaikan jenjang pendidikan D3, dengan begitu meningkatkan taraf pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi memberikan ijazah yang tidak hanya mampu bekerja di pembangkitan, melainkan dapat dimanfaatkan ke berbagai perusahaan.
4.	*Threats* (Ancaman)	- Ancamannya ialah perusahaan pada bagian pendanaan dan masa pendidikan yang kemudian semakin lama jika di naikan dari D3 menjadi S1, dan hal tersebut membuat perusahaan semakin lama juga dalam membina setiap sumber daya manusia

Tabel 4.1 Analisis SWOT Riset

Analisis SWOT Perencanaan

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis

1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Kekuatan perusahaan PJB menggunakan metode partisipatif, yang berarti menumbuhkembangkan sumber daya daerah, hal tersebut didukung dengan terciptanya program CSR akademi komunitas, selain melakukan program CSR, perusahaan juga mendukung atau memperkuat peraturan yang dibuat sendiri oleh perusahaan - Kekuatan lainnya ialah dengan mengaplikasikan langkah perencanaan dalam aktivitas *public relation*, langkah ini diperkuat dengan data dari analisa kebutuhan. Jadi dengan mengaplikasikan langkah perencanaan pada aktivitas *public relation* membuat sebuah isu yang kemudia menjadikan pesan dibalut pada program CSR, isu tersebut didukung dengan analisa kebutuhan, agar tepat, adapun hal tersebut ditunjukan perusahaan dengan kebutuhan sumber daya manusia dan membuat program yang menciptakan sumber daya manusia. - Kekuatan selanjutnya ialah penetapan Ring, mempermudah perusahaan menetapkan target untuk program CSR akademi komunitas. Ring merupakan peraturan pada perusahaan PJB, dengan begitu perusahaan tidak perlu menyusun wilayah untuk merencanakan program CSR, hal tersebut mempermudah divisi CSR dalam menetapkan program CSR untuk wilayah mana.

2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Kelemahan dalam perencanaan, perusahaan tidak menetapkan pihak media eksternal secara rinci.
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Peluang, menyusun rencana untuk melibatkan pihak media eksternal secara rinci, sebagai penunjang perencanaan.
4.	*Threats* (Ancaman)	- Ancamannya harus memiliki sususan yang baik dan menarik, agar pihak media eksternal mendukung program sedari perencanaan, hal tersebut digunakan untuk penunjang perencanaan hingga penerapan program yang nantinya dilakukan

Tabel 4.2 Analisis SWOT Perencanaan

Analisis SWOT Sosialisasi

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis
1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Kekuatan pada sosialisai ialah perusahaan melakukannya dengan mitra yaitu PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya) memudahkan perusahaan PJB untuk menjelaskan maksud dan tujuan, serta meyakinkan masyarakat sekitar bahwa program yang dirancang perusahaan benar untuk melakukan program pendidikan, karena program pendidikan berkaitan dengan universitas. oleh sebab itu sosialisasi bersama mitra PENS memudahkan sosilaisasi bagi perusahaan PJB. - Saling menyebarluaskan informasi mengenai program akademi komunitas, hal tersebut dilakukan untuk memudahkan

		perusahaan untuk mempersingkat waktu dalam melakukan sosialisasi.
2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Kelemahan sosialisasi saling menyebarkan informasi ialah membuat maksud dan tujuan dari perusahaan berbeda, dan hal tersebut bisa membuat masyarakat memiliki harapan yang berbeda pada perusahaan
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Peluang dalam sosialisasi sebaiknya menggunakan komunikasi 2 arah, hal tersebut membuat pihak perusahaan dan masyarakat melakukan komunikasi dan relasi secara langsung dengan baik
4.	*Threats* (Ancaman)	- Ancamannya sosialisasi dalam arti komunikasi secara langsung dengan masyarakat membuat pendaan dan waktu. Dana yang keluar untuk melakukan sosialisasi di berbagai daerah dan waktu yang semakin lama karena dalam implementasinya juga terdapat tempat sosialisasi di luar daerah pusat atau di luar pulau jawa.

Tabel 4.3 Analisis SWOT Sosialisasi

Analisis SWOT Penerapan/Aksi

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis
1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Kekuatan bekerjasama dengan PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya) dalam hal ini maka efek dalam penerapan yang terjadi ialah Teori dan Praktek dapat diperoleh para mahasiswa akademi komunitas, karena dalam tujuan awal perusahaan ialah dapat terpenuhinya teori

		serta praktek bagi mahasiswa akademi komunitas, dan dengan kolaborasi tersebut memudahkan perusahaan pada penerapan teori. - Kekuatan selanjutnya perusahaan melakukan kunjungan ke PENS selama satu bulan sekali untuk melakukan hubungan dengan mahasiswa secara langsung, hal ini selain membuat hubungan baik dengan para mahasiswa akademi komunitas juga membuat iklim yang kondusif antara mitra. Karena dalam prinsip CSR perusahaan membutuhkan iklim organisasi yang kondusif dan saling percaya
2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Kelemahannya ialah perusahaan juga harus memilah para alumni akademi komunitas setiap tahun untuk disrap menjadi bagian dari PJB Grup, melalui anak perusahaan. Atau dalam hal lain setiap tahun perusahaan harus melakukan rekruitmen khusus untuk menampung para alumni akademi komunitas
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Peluang dari penerapan ialah perusahaan memberikan tempat bagi keseluruhan para alumni untuk menjadi bagian dari PJB Grup, atau memberikan tempat bekerja lainnya selain di PJB Grup, seperti memberikan link.
4.	*Threats* (Ancaman)	- Ancamannya, perusahaan PJB akan mendapatkan masalah kelebihan sumber daya manusia, atau perusahaan harus membangun kerjasama dengan pihak perusahaan lain yang sejenis pembangkitan untuk menampunng

		sumber daya manusia dari program akademi komunitas

Tabel 4.4 Analisis SWOT Penerapan/Aksi

Analisis SWOT Evaluasi

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis
1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Kekuatan memiliki cara evaluasi tersendiri, dengan cara menggunakan SROI (*Sosial Return On Invesment*) dengan begitu perusahaan mampu melihat kesalahan atau evaluasi sebagai tolak ukur, adapun hasil dari evaluasi yang dilakukan perusahaan ialah menunjukkan bahwa mahasiswa akademi komunitas yang banyak mendapatkan manfaat dan hal tersebut dikatakan sesuai dengan tujuan perusahaan - Kekuatan lainnya ialah perusahaan juga melakukan evaluasi setiap tahun dalam implementasi akademi komunitas seperti mengadakan tes kesehatan bagi calon akademi komunitas
2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Kelemahan dari evaluasi, memiliki cara evaluasi tersendiri memberikan perusahaan berpatokan pada satu cara saja
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Peluangnya keperluan dalam menyebarkan pesan dengan media lain sangatlah penting untuk menumbuhkembangkan program akademi komunitas, dan dari media lain tersebut dapat juga menjadi tolak ukur pada implementasi program CSR.

4.	*Threats* (Ancaman)	- Ancamannya perusahaan harus memililah beberapa media yang memberikan berita seputar akademi komunitas, untuk dijadikan tolak ukur atau evaluasi bagi perusahaan dalam menjalankan program akademi komunitas

Tabel 4.5 Analisis SWOT Evaluasi

Analisis SWOT Pelaporan/Komunikasi

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis
1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Kekuatan pada komunikasi ialah perusahaan menggunakan Laporan Tahunan, hal ini didukung oleh pernyataan Martin dan Moran tahun 2007 dalam Prajarto bahwa laporan tahunan dilakukan untuk mengkomunikasikan eksistensi perusahaan bagi masyarakat. Hal tersebut perlu juga karena perusahaan perlu menunjukkan aktivitas CSR bagi pemangku kepentingan bahwa perusahaan tidak hanya mencari keuntungan atau laba saja
2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Kelemahan dari komunikasi atau pelaporan ialah hanya fokus pada media internal seperti info PJB dan laporan tahunan sebagai media informasi CSR akademi komunitas, dengan begitu tidak semua kalangan mengetahui atau tidak semua kalangan menjangkau.
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Peluangnya ialah dengan menggunakan media eksternal secara baik memberikan perusahaan untuk semakin di kenal oleh kalangan luas dengan program CSRnya

		berupa akademi komunitas
4.	*Threats* (Ancaman)	- Ancamannya ialah menyangkut media eksternal, perusahaan juga harus mempu mengemas berita atau pesan secara menarik, karena media eksternal juga memiliki tingkat pesan atau standar pemberitaan, dan media eksternal juga menginginkan berita atau pesan yang menarik

Tabel 4.6 Analisis SWOT Pelaporan/Komunikasi

Analisis SWOT Implementasi dan Aktivitas PR

No.	Jenis Analisis	Hasil Analisis
1.	*Strengths* (Kekuatan)	- Melakukan Analisa kebutuhan demografis, kepemimpinan dan pendidikan sebagai riset - Menggunakan metode partisipatif - Bermitra Bersama Perguruan Tinggi PENS (Politeknik Elektronik Negeri Surabaya) - Perusahaan memiliki kebijakan lokasi CSR atau di sebut Ring - Iklim organisasi yang baik dengan mitra dan mahasiswa AK - Memiliki cara evaluasi sendiri dengan SROI - Menggunakan laporan tahunan
2.	*Weaknesses* (Kelemahan)	- Lulusan AK PJB, masih ada belum bekerja - Sosilisasi secara keseluruhan tidak dengan komunikasi dua arah

		- Tidak menggunakan media eksternal baik dan tepat bagi program akademi komunitas PJB - Berpatokan pada satu cara evaluasi
3.	*Opportunities* (Peluang)	- Menaikan jenjang pendidikan AK PJB - Komunikasi dua arah membangun relasi dan hubungan yang baik bersama stakeholders - Membangun relasi untuk para lulusan AK PJB - Menggunakan media eksternal dengan baik dan tepat sebagai penunjang
4.	*Threats* (Ancaman)	- Membina SDM membutuhkan waktu dan dana - Menggunakan media eksternal secara baik dan benar, harus memiliki susunan informasi yang menarik - Kelebihan SDM bagi perusahaan PJB Grup

Tabel 4.7 Analisis SWOT Implementasi dan Aktivitas CSR

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil yang telah peneliti paparkan sebelumya pada bab IV, maka pada V ini yaitu bab penutup, peneliti akan menjelaskan dalam bentuk kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul "Analisis Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR (Studi Deskriptif Implementasi dan Aktivitas PR dalam Program CSR Akademi Komunitas Pada PT. Pembangkitan Jawa-Bali).

A. Kesimpulan

1. Implementasi dan Aktivitas *Public Relation* program *Corporate Social Resposibility* Akademi Komunitas diterapkan oleh PT. Pembangkitan Jawa-Bali, sebagai berikut:

   Dalam menjalankan program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas, perusahaan melakukan implementasi serta aktivitas *public relation*, hal tersebut ditunjukan dari perusahaan melakukan riset tentang *needs*, *desires*, *wants*, dan *interest* (*need assessment*/analisis kebutuhan *need assessment* yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan program *corporate social responsibility* yaitu riset demografis, riset kepemimpinan, dan riset pendidikan. Dalam program *corporate social responsibility* yang dilakukan, PT. Pembangkitan Jawa-Bali menggunakan ketiga riset atau analisa kebutuhan tersebut. Lalu melakukan perencanaan pada aktivitas *public relation*, yaitu pengenalan situasi, penetaan tujuan, definisi khalayak, pemilihan media dan tehnik *pubic relation,* perencanaan anggaran serta pengukuran hasil. Namun perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali juga memiliki perencanaan tersendiri dengan menyusun pemetaan potensi masyarakat, dan pemetaan tersebut memiliki wilayah yang dirinci menjadi empat ring, dalam perencanaan perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dilakukan dengan metode yang telah ditetapkan juga, yaitu dengan metode partisipatif. Selanjutnya, perusahaan melakukan sosialisasi yang dilakukan dari wilayah yang terdapat proyek pembangunan PLTU, di pulau Jawa maupun yang di luar pulau Jawa, sosialisasi yang dilakukan juga bersama dengan mitra perusahaan yaitu PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya). Perusahaan juga melakukan

penerapan yang sudah disusun dengan jelas, dalam penerapannya program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dikelolah oleh bidang khusus, yaitu bidang komunikasi dan CSR, adapun penerapan yang dilakukan setelah melakukan sosialisasi ialah penerimaan berkas, kemudian diseleksi sesuai dengan standar dan syarat perusahaan, setelah berkas maka berlanjut pada tes akademik yang dilakukan oleh mitra bisnis yaitu PENS, dan tes wawancara yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Dalam penerapan akademi komunitas, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dan PENS mengkolaborasikan antara teori dan praktek, adapun tim pengajar tidak hanya dari dosen PENS melainkan karyawan perusahaan Pembangkitan juga menjadi dosen di akademi komunitas. Penerapan lainnya ialah tentang anggaran, dan anggaran akademi komunitas adalah anggaran CSR dan diatur oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali. Selama perkuliahaan berlangsung, perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melakukan kunjungan ke PENS selama satu bulan sekali untuk melakukan hubungan dengan mahasiswa secara langsung. Dan perusahaan juga melakukan evaluasi sebagai tolak ukur atas pencapaian perusahaan dalam menjalankan program *corporate social responsibility*, adapun evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dengan SROI (*Sosial Return On Invesment*), adapun evaluasi lainnya yang dilakukan oleh perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali ialah dengan memasukan tes kesehatan pada periode akademi komunitas kedua, ketiga dan seterusnya. Dan yang trakhir ialah pelaporan/komunikasi, perusahaan dalam hal ini menggunakan media internal, seperti info PJB, dan *website* yang didalamnya terdapat laporan tahunan yang mencakupi kegiatan *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas. Perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melaksanakan pengungkapan informasi *corporate social responsibility* sebagai cara untuk membangun, mempertahankan dan melegitimilasi kontribusi perusahaan dari sesi ekonomi dan politis serta pengungkapan informasi *corporate social responsibility* kepada investor bahwa perusahaan tidak semata-mata mendasar pada informasi laba saja.

2. Peneliti menemukan faktor pendukung dan hambatan yang dihadapi PT. Pembangkitan Jawa-Bali dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* Akademi Komunitas

    a. Adapun faktor yang mendukung program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas ialah perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali melakukan riset dengan analisa kebutuhan berupa demografis, kepemimpinan dan pendidikan, hal tersebut memberikan perusahaan mengetahui situasi yang terjadi, seperti proses dan gejalanya. Adapun hasil yang diperoleh perusahaan ialah permasalahaan masyarakat sekitar yang ingin bekerja di pembangkit PLTU, karekter masyarakat sekitar adalah petani, berdiskusi dengan masyarakat sekitar untuk membuat program CSR yang tidak berbenturan dengan program yang ada dan menghasilakan program CSR akademi komunitas. Dalam hal ini maka riset memberikan data bagi perusahaan untuk merancang program CSR berupa akademi komunitas. Selain itu, perusahaan juga melakukan sosialisasi dengan mitra yaitu PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya) memudahkan perusahaan PJB untuk menjelaskan maksud dan tujuan, serta meyakinkan masyarakat sekitar bahwa program yang dirancang perusahaan benar untuk melakukan program pendidikan, karena program pendidikan berkaitan dengan universitas. oleh sebab itu sosialisasi bersama mitra PENS memudahkan sosilaisasi bagi perusahaan PJB dan dalam sosialisasi, pihak perusahaan juga melakukan penyebarluasan informasi mengenai program akademi komunitas, dengan maksud memudahkan perusahaan untuk mempersingkat waktu dalam melakukan sosialisasi. Faktor pendukung lainnya juga terlihat pada perencanaan, yaitu pihak perusahaan menggunakan metode partisipatif, yang berarti menumbuhkembangkan sumber daya daerah, hal tersebut didukung dengan terciptanya program CSR akademi komunitas, selain melakukan program CSR, perusahaan juga mendukung atau memperkuat peraturan yang dibuat sendiri oleh perusahaan. Dalam perencanannya perusahaan juga mengaplikasikan langkah perencanaan dalam aktivitas *public relation*, langkah ini diperkuat dengan data dari analisa kebutuhan. Jadi dengan mengaplikasikan langkah perencanaan pada aktivitas *public relation* membuat sebuah isu yang kemudia menjadikan pesan dibalut pada program CSR, isu tersebut didukung dengan analisa kebutuhan, agar tepat, adapun hal tersebut ditunjukan

perusahaan dengan kebutuhan sumber daya manusia dan membuat program yang menciptakan sumber daya manusia. Perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan juga terdapat penetapan Ring, hal tersebut mempermudah perusahaan menetapkan target untuk program CSR akademi komunitas. Ring merupakan peraturan pada perusahaan PJB, dengan begitu perusahaan tidak perlu menyusun wilayah untuk merencanakan program CSR, hal tersebut mempermudah divisi CSR dalam menetapkan program CSR untuk wilayah mana. Adapun faktor pendukung pada penerapan atau aksi ialah dengan melakukan kerjasama PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya) dalam hal ini maka efek dalam penerapan yang terjadi ialah Teori dan Praktek dapat diperoleh para mahasiswa akademi komunitas, karena dalam tujuan awal perusahaan ialah dapat terpenuhinya teori serta praktek bagi mahasiswa akademi komunitas, dan dengan kolaborasi tersebut memudahkan perusahaan pada penerapan teori, serta pihak perusahaan melakukan kunjungan ke PENS selama satu bulan sekali untuk melakukan hubungan dengan mahasiswa secara langsung, hal ini selain membuat hubungan baik dengan para mahasiswa akademi komunitas juga membuat iklim yang kondusif antara mitra. Karena dalam prinsip CSR perusahaan membutuhkan iklim organisasi yang kondusif dan saling percaya. Faktor pendukung selanjutnya terdapat pada pelaporan atau dapat disebut dengan komunikasi, hal ini ditunjukan dengan perusahaan menggunakan Laporan Tahunan, hal tersebut perlu juga karena perusahaan perlu menunjukkan aktivitas CSR bagi pemangku kepentingan bahwa perusahaan tidak hanya mencari keuntungan atau laba saja. Dan fakor pendukung menyangkut evaluasi ialah pihak perusahaan memiliki cara evaluasi tersendiri, dengan cara menggunakan SROI (*Sosial Return On Invesment*) dengan begitu perusahaan mampu melihat kesalahan atau evaluasi sebagai tolak ukur, adapun hasil dari evaluasi yang dilakukan perusahaan ialah menunjukkan bahwa mahasiswa akademi komunitas yang banyak mendapatkan manfaat dan hal tersebut dikatakan sesuai dengan tujuan perusahaan dan dalam evaluasi, perusahaan juga melakukan evaluasi setiap tahun dalam implementasi akademi komunitas seperti mengadakan tes kesehatan bagi calon akademi komunitas.

b. Adapun faktor yang menghambat program *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas ialah riset yang digunakan oleh perusahaan belum mengatasi kemungkinan yang terjadi, seperti lulusan atau alumni pendidikan

akademi komunitas yang tidak menjadi bagian dari PJB Grup. Selain itu, dalam sosialisasi faktor yang kemudia menghambat berupa saling menyebarkan informasi membuat maksud dan tujuan dari perusahaan berbeda, dan hal tersebut bisa membuat masyarakat memiliki harapan yang berbeda pada perusahaan. Selain itu, perusahaan juga harus memilah para alumni akademi komunitas setiap tahunnya untuk diserap menjadi bagian dari PJB Grup, melalui anak perusahaan. Atau dalam hal lain setiap tahun perusahaan harus melakukan rekruitmen khusus untuk menampung para alumni akademi komunitas. Dalam komunikasi atau pelaporan, perusahaan hanya fokus pada media internal seperti info PJB dan laporan tahunan sebagai media informasi CSR akademi komunitas, dengan begitu tidak semua kalangan mengetahui atau tidak semua kalangan menjangkau. Dan fakor penghambat selanjutnya ialah evaluasi, dalam hal ini perusahaan memiliki cara evaluasi tersendiri, hal tersebut memberikan perusahaan berpatokan pada satu cara saja

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, tentu saja peneliti memiliki keterbatasan dan hambatan yang dilalui dalam menyelesaikan penelitian ini sehingga masih perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menyempurnakan keterbatasan dan hambatan yang ada. Adapun hambatan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini yaitu tidak dapat mengikuti program *corporate social responsibility* secara langsung, hal ini diperlukan sebagai data tambahan pada penelitian, hambatan lainnya ialah tidak dapat mengumpulkan data dengan mitrabisnis, hal ini juga diperlukan sebagai data tambahan dalam pelaksanaan program perusahaan. Selain itu peneliti juga belum memiliki kapasitas yang cukup untuk menjelaskan secara lebih rinci mengenai bidang-bidang yang ada dalam implementasi dan aktivitas *public relations* sehingga data yang didapat dan diolah tidak maksimal. Oleh karena itu diharapkan keterbatasan penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dan lebih luas oleh peneliti selanjutnya.

C. Saran

Adapun saran yang ingin disampaikan peneliti bagi perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dalam mengelola *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas dan saran bagi yang ingin disampaikan peneliti berikutnya ialah sebagai berikut:

a. Adapun saran yang menyangkut perusahaan Pembangkitan Jawa-Bali dalam mengelola *corporate social responsibility* berupa akademi komunitas ialah menaikan jenjang pendidikan D3, dengan begitu meningkatkan taraf pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi memberikan ijazah yang tidak hanya mampu bekerja di pembangkitan, melainkan dapat dimanfaatkan ke berbagai perusahaan. Namun hal tersebut dapat berbenturan dengan bagian pendanaan dan masa pendidikan yang kemudian semakin lama jika di naikan dari D3 menjadi S1, dan hal tersebut membuat perusahaan semakin lama juga dalam membina setiap sumber daya manusia. Selain itu, dalam sosialisasi sebaiknya perusahaan menggunakan komunikasi 2 arah, hal tersebut membuat pihak perusahaan dan masyarakat melakukan komunikasi dan relasi secara langsung dengan baik, namun komunikasi secara langsung dengan masyarakat membuat pendanaan dan waktu. Dana yang keluar untuk melakukan sosialisasi di berbagai daerah dan waktu yang semakin lama karena dalam implementasinya juga terdapat tempat sosialisasi di luar daerah pusat atau di luar pulau jawa. Selanjutnya saran pada perencanaan, sebaiknya menyusun rencana untuk melibatkan pihak media eksternal dengan baik dan benar sebagai penunjang perencanaan, tetapi dalam hal melibatkan media eksternal berarti perusahaan harus memiliki sususan yang menarik, agar pihak media eksternal mendukung program sedari perencanaan, hal tersebut digunakan untuk penunjang perencanaan hingga penerapan program yang nantinya dilakukan. Pada penerapan, perusahaan memberikan tempat bagi keseluruhan para alumni untuk menjadi bagian dari PJB Grup, atau memberikan tempat bekerja lainnya selain di PJB Grup, seperti memberikan link. Namun, menjadikan keseluruan alumni akademi komunitas menjadi karyawan PJB Grup akan menimbulkan kelebihan sumber daya manusia, atau perusahaan memberikan link untuk para alumni membuat pihak perusahaan harus meluangkan waktu untuk membangun kerjasama dengan pihak perusahaan lain yang sejenis pembangkitan untuk menampunng sumber daya manusia dari program akademi komunitas.

Berikutnya pada komunikasi atau pelaporan, menggunakan media eksternal memberikan perusahaan semakin di kenal oleh kalangan luas dengan program CSRnya berupa akademi komunitas, tetapi perusahaan juga harus mempu mengemas berita atau pesan secara menarik, karena media eksternal juga memiliki tingkat pesan atau standar pemberitaan, dan media eksternal juga menginginkan berita atau pesan yang menarik. Dan dalam tahap evaluasi, menyebarkan pesan dengan media lain sangatlah penting untuk menumbuhkembangkan program akademi komunitas, dan dari media lain tersebut dapat juga menjadi tolak ukur pada implementasi program CSR, namun untuk menjadikan media eksternal sebagai alat evaluasi, maka perusahaan harus memililah beberapa media yang memberikan berita seputar akademi komunitas.

b. Menyangkut penelitian berikutnya, pelaksanaan program *corporate social responsibility* telah diatur dalam undang-undang yang berarti wajib, namun perkembangannya saat ini dapat memberikan hal baik bagi perusahaan dalam melaksanakannya, jadi selain menjalankan kewajiban, perusahaan juga menjadikan program *corporate social responsibility* bran baru untuk perusahaan dan membangun perusahaan. adapun bagi penelitian berikutnya ialah menganalisis sebuah program *corporate social responsibility* yang menjadi keunggulan perusahaan, dan telah mampu menjadikan bran baru yang kuat bagi perusahaan untuk tetap eksis di dunia industri. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya dapat berupa menganalisis program *corporate social responsibility* di lebih dari satu perusahaan, atau studi perbandingan program unggulan perusahaan, atau studi komparatif.

DAFTAR PUSTAKA

Arianto, Yusuf CK. (2011). *Rahasia Dapat Modal & Fasilitas Dengan Cepat & Tepat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Arifin, Muhammad. ”Peran Humas Perusahaan X Pada Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam bentuk Community Development (Studi Kasus Kelurahan Prapatan Kec. Balikpapan-Kota, Balikpapan)” *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 2 (2014), hal. 47-57.

Bungin, Burhan. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Butterick, Keith. (2014). *Introduction Public Relations: Theory and Practic, terj*. Nurul Hasfi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Cutlip, Scott M., et al. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.

Fajri, Choirul. “Coorporate Social Responsibility PT. Madubaru 2010-2015”, *Chennel*, Volume 3 (Oktober, 2015), hal. 61-74.

Faizal, Achmad. “Agar Pekerja Asing Tidak Menyerbu Sektor Pembangkit” https://regional.kompas.com/read/2016/03/24/11110061/Agar.Pekerja.Asing.Tidak.Menyerbu.Sektor.Pembangkit (akses 09 Juli 2018)

Fatimah, Fajar Nur’aini Dwi. (2016). *TEKNIK ANALISIS SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.

Fauziah. “Pelaksanaan Program Community Development dalam aktivitas Corporate Social Responsibility PT. Mahakam Sumber Jaya Coal Mining (Studi di Desa Kerta Buana Kec. Tenggarong Seberang Kab. Kukar)” *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 2 (2014), hal. 287-301.

Gulo, W. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.

Hadi, Noor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hamdi, Asep Saepul, E. Bahruddin. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Hendra, Dimaz**.** "Kreativitas PJB Services Siapkan SDM Unggulan" https://swa.co.id/swa/trends/kreativitas-pjb-services-siapkan-sdm-unggulan (akses 09 Juli 2018)

Lee, Kotler. (2005). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pustaka.

Moleong, Lexy J. (1997). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Dedy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Murdaningsih, Dwi. "PJB Targetkan Tambah Kapasitas Pembangkit Hingga 14 Ribu MW" https://www.republika.co.id/berita/nasional/elektrifikasi/16/09/29/oe89my368-pjb-targetkan-tambah-kapsitas-pembangkit-hingga-14-ribu-mw" (akses 09 Juli 2018)

Nova, Firsan. (2009). *Crisis Public Relations (Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan)*. Jakarta: Grasindo.

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif.* Yogyakarta: LKis Yogyakarta.

Poerwanto. (2010). *Corporate Social Responsibility Menjinakan Gejolak Sosial di Era "Pornografi"*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Prajarto, Nunung, *et.al.* (2012). *CSR Indonesia; Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik.* Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Prastowo, Joko, Miftachul Huda. (2011). *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemulian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Annual Report Empowering Energy Within. Surabaya, 2012

PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Annual Report Growing Globally. Surabaya, 2013

PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Annual Report Towards Global Energy Leader. Surabaya, 2014

PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Annual Report Keep Moving Forward to Overcome Challenges. Surabaya, 2015

PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Annual Report Empowering Resources, Creating a Better Future. Surabaya, 2016

PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Sustainability Report Commited To Sustainable Growth. Surabaya, 2012

Prakoso, Rangga. "PLTU Jawa 7 Serap Tenaga Kerja Lokal" http://www.beritasatu.com/makro/267364-pltu-jawa-7-serap-tenaga-kerja-lokal.html (akses 09 Juli 2018)

Prayogo, Cahyo. "PJB Kupas Tuntas Pengelolaan Human Capital di Forum BUMN Marketers Club" https://www.wartaekonomi.co.id/read114945/pjb-kupas-tuntas-pengelolaan-human-capital-di-forum-bumn-marketers-club.html (akses 09 Juli 2018)

Perbawani, Pulung Setiosuci. (2012). "Rantai Pemahaman Corporate Social Responsibility (CSR)" dalam *CSR Indonesia; Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*, ed. Nunung Prajarto. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Priyanti, Efi, Ari Kamayanti & Soesilawati S. Atmadja. (2012). "Kepedulian Lingkungan dan Sosial: Analisis Semiotika dan Indeks Pengungkapan Laporan CSR" dalam *CSR Indonesia; Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik, ed*. Nunung Prajarto. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Puspitarini, Margaret. "PLN Dirikan Akademi Komunitas di Surabaya" https://news.okezone.com/read/2012/09/27/373/695774/pln-dirikan-akademi-komunitas-di-surabaya (akses 09 Juli 2018)

Rachman, Nurdizal, Asep Efendi, Emir Wicaksana. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Rahman, Reza. (2009). *Corporate Social Responsibility, Antara Praktek dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Rangkuti, Freddy. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rohman, Abdul. "Public Relations (PR) dan Corporate Social Responsibility (CSR): Memperkuat Fungsi dan Posisi dalam Manajamen Strategis" *Jurnal Komunikasi*, Volume 3 (2009), hal. 135-150.

Ruslim, Michael D. (2011). *Lead By Heart*. Jakarta: Penerbit PT. Gramendia Pustaka Utama.

Setianto, Widodo Agus. (2012). "Pola Adopsi Corporate Social Responsibility: Cermin Amerika Serikat, Eropa dan Indonesia" dalam *CSR Indonesia; Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik, ed.* Nunung Prajarto. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Soeryono, Dwiandika Cahyo. (2013). "Implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. United Tractors Indonesia Studi Kasus pada UT School Jakarta" Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit ALFABETA.

Sularso, Aji. "Profesionalisme Humas dalam Menghadapi Tantangan", *Komika*, Volume 9 (2006), hal. 21-31.

Syafrizal. (2012). "CSR Berwajah Indonesia" dalam *CSR Indonesia; Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik, ed.* Nunung Prajarto. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Tejo, Iksan. "PT PJB Pelopori Pendirian Akademi Komunitas Kelistrikan" http://www.dunia-energi.com/pt-pjb-pelopori-pendirian-akademi-komunitas-kelistrikan/ (akses 09 Juli 2018)

Triyono, Agus. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk. Pabrik Cilacap" *KomuniTi*, Volume VI (2014), hal. 111-121.

Umar, Husein. (2002). *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Untung, Hendrik Budi. (2007). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Praktek Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.

Widiasari, Natalia. "Analisis Isi Berita Corporate Social Responsibility (Study Kasus PT. BM)", *InterAct*, Volume 1 (November, 2012), hal. 46-57.

"Sekilas Mengenai Akademi Komunitas." dalam http://www.ptpjb.com/id/artikel/flash-news-and-event/552-sekilas-mengenai-akademi-komunitas-pjb.html (Diakses 18 November 2016).

"Undang-undang Republik Indonesia Nomer 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi" dalam http://risbang.ristekdikti.go.id/regulasi/uu-12-2012.pdf (Diakses 19 November 2016).

"Komunikasi CSR dan Kredibilitas Perusahaan" dalam http://mix.co.id/corporate-social-initiative/csr/komunikasi-csr-dan-kredibiltas-perusahaan (Diakses 4 Oktober 2017)

"PLTU 'Raksasa' di Banten Butuh Banyak Tenaga Kerja, Minimal Lulusan SMK" https://finance.detik.com/energi/d-2894194/pltu-raksasa-di-banten-butuh-banyak-tenaga-kerja-minimal-lulusan-smk (akses 09 Juli 2018)

"Respons Sosial di Bidang Pendidikan" http://arsip.gatra.com/1296-02 03/majalah/artikel.php?pil=23&id=164193 (akses 09 Juli 2018)

"PLN Dirikan Akademi Komunitas Keahlian" http://your-csr.csr.id/2012/09/pln-dirikan-akademi-komunitas-keahlian (akses 09 Juli 2018)

"Penghargaan dan Sertifikasi" dalam https://www.ptpjb.com/penghargaan-dan-sertifikasi/ (Diakses 11 Mei 2018)

"Wisuda AK Angkatan 5" dalam https://www.ptpjb.com/wisuda-ak-angkatan-5/ (Diakses 11 Mei 2018)

LAMPIRAN

Draf Wawancara Manajamen Perusahaan

A. *Corporate Social Responsibility*

a) Konsep CSR

1. Bagaimana perusahaan menanggapi tentang konsep CSR bagi perusahaan?
2. Mengapa perusahaan memilih bidang pendidikan (Akademi Komunitas) sebagai salah satu bentuk program CSR?
3. Bagaimana upaya perusahaan dalam mewujudkan program CSR?
4. Hal apa saja yang melatarbelakangi perusahan dalam mewujudkan program CSR?
5. Devisi mana yang menangani program CSR (Akademi Komunitas)
6. Bagaimana Divisi tersebut mengatur jalannya program CSR (Akademi Komunitas)
7. Bagaimana kerjasama yang perusahaan bangun dalam menjalankan program CSR (Akademi Komunitas)?
8. Prosedur seperti apa yang yang perusahaan bina dalam kerjasama menjalankan program CSR (Akademi Komunitas)?
9. Bagaimana perusahan mengatur kebijakan dan visi misi diantara kedua pihak yang saling bekerjasama?
10. Pengontrolan seperti apa yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak kerjasama sebagai penyelenggara program CSR (Akademi Komunitas)?

b) **Peran CSR** (tanggung jawab ekonomi, legal etika dan diskresioner) & (*continutity*, *empowerment* dan *two ways*)

1. Bagaimana peran program CSR (Akademi Komunitas) bagi perkembangan perusahaan?
2. Bagaimana perusahaan menyiasati tanggung jawab dalam bentuk ekonomi? (tanggung jawab yang mengaharuskan perusahaan untuk memperoleh kentungan, citra positif dan keuntungan sosial)
3. Bagaimana perusahaan bersinergi dengan pemerintah daerah tuk keberlangsungan masyarakat sekitar perusahaan, dalam hal tanggung jawab legal?
4. Apa harapan perusahaan dengan hadirnya CSR (Akademi Komunitas) yang dilakukan oleh perusahaan?

5. Bagaimana perusahaan merancang program CSR (Akademi Komunitas) untuk menjadikan program tersebut menjadi program yang berkelanjutan?

6. Bagaimana perusahaan merancang program CSR (Akademi Komunitas) untuk menjadi program yang membuat masyarakat menjadi mandiri dengan adanya program CSR dari perusahaan?

c) Manfaat CSR (*sustainable competitiveness*, menciptakan peluang bisnis baru, mempertahankan mitra bisnis, kerjasama dengan komunitas lokall, menghindari krisis dan dukungan pemerintah)

1. Manfaat apa yang ingin diperoleh perusahaan dari sebuah program CSR (Akademi Komunitas)?

2. Dan bentuk apa saja yang diperoleh dari lulusan dari para mahasiswa (Akademi Komunitas)

3. Bagaimana upaya yang dilakukan perusahaan agar para lulusan (Akademi Komunitas) mampu bersaing?

4. Bagaimana bentuk yang dilakukan oleh perusahaan untuk bekerjasama dengan komunitas lokal pada program CSR (AkademI Komunitas)?

5. Bentuk apa saja yang kemudian dilakukan oleh pemerintah untuk mendukung perusahaan dalam menjalankan CSR (Akademi Komunitas)?

B. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

a) Tahapan (perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan)

1. Divisi apa saja yang kemudian merencanakan serta melaksanakan program CSR (Akademi Komunitas)?

2. Bagaimana tahap awal dalam menyusun program CSR (Akademi Komunitas)

3. Strategi yang seperti apa yang kemudian perusahan usung untuk melaksanakan program CSR (Akademi Komunitas)?

4. Bagaimana cara mengenalkan program CSR (Akademi Komunitas) kepada *stakeholders*?

5. Aktivitas seperti apa yang kemudian diusung oleh perusahaan untuk mengenalkan program CSR (Akademi Komunitas)

6. Bagaimana tahap-tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan program CSR (Akademi Komunitas)?

7. Bagaimana tahap perusahaan untuk melibatkan seluruh manajamen perusahaan dalam program CSR (Akademi Komunitas)
8. Dalam bentuk seperti apa pengontrolan yang dilakukan oleh perusahaan?
9. Bagaimana sistem evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan terkait program CSR (Akademi Komunitas)?
10. Bagaimana perusahaan menyusun laporan program CSR, dengan bentuk seperti apa agar laporan dapat diakses oleh kalangan luas?

C. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

a) *Building human capital, Strengthening economis, Assessing social cohesion, Encouraging good corporate governance,* dan *Protecting the environment*

1. Dengan menjalankan program CSR, bagaimana perusahaan menciptakan lingkungan internal dengan karyawan yang handal, dan eksternal dengan pemberdayaan masyarakat?
2. Bagaimana upaya perusahaan untuk memberdayakan ekonomi sekitar perusahaan dengan menjalankan program CSR?
3. Bagaimana cara perusahaan untuk menjadi *good corporate* atau tata kelola yang mengacu pada praktik bisnis yang baik dengan menjalankan program CSR?
4. Dalam menjalankan program CSR, bagaimana perusahaan membina hubungan yang harmonis dengan komunitas sekitar?
5. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga kelestarian lingkungan?

D. Aktivitas *Public Relation* Dalam *Corporate Social Responsibility*

a) Aktivitas PR

1. Bagimana cara atau bentuk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendukung sebuah perencanaan dan penerapaan aktivitas PR seperti program CSR?
2. Bagaimana manajamen yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyusun kebijakan, prosedur dan tindakan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik? Bagaimana langkah-langkahnya?
3. Apa yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan dan memelihara komunikasi dua arah antara perusahaan dengan publiknya?
4. Perubahan seperti apa yang muncul dari hadirnya program CSR bagi perusahaan?

5. Jika terdapat perbedaan, tahapan seperti apa yang kemudian dilakukan oleh perusahaan?

b) Riset PR

1. Bagaimana tahapan perusahaan dalam mendeskripsikan situasi yang sedang diamati untuk kebutuhan program CSR (Akademi Komunitas?
2. Hal-hal apa saja yang dibutuhkan dalam melakukan riset situasi atau observasi untuk menemukan kenutuhan program CSR?
3. Apa saja tahapan atau kesiapan yang disiapkan oleh perusahaan dalam memprediksi kemungkinan yang akan terjadi? Serta bagaimana apa saja yang disiapkan untuk menangani suatu permasalahan dilapangan nantinya?
4. Dalam riset yang dilakukan oleh perusahaan, bentuk-bentuk apa yang kemudian ingin diketaui oleh perusahaan?
5. Acuan seperti apa yang dijadikan oleh perusahaan untuk memperoleh data dalam riset? (demografis? Lingkungan? Bangunana? Kepemimpinan? Hiburan? Ekonomi? Pendidikan? Pemerintah? Kesehatan?)

c) Perencanaan dalam aktivitas PR

1. Bagaimana perusahaan menetapkan tujuan dalam perencanaan program CSR?
2. Pertimbangan seperti apa yang kemudian dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan tujuan?
3. Bagaimana perusahaan memanfaatkan kehadiran media ke dalam perencanaan program CSR?
4. Media seperti apa yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk program CSR?
5. Bagaimana bentuk kerjasama dengan media yang dibangun oleh perusahaan? konfrensi press atau?
6. Bagimana perusahaan menetapkan anggaran untuk menjalakan program CSR?
7. Bagaimana tahapan untuk menentukan anggaran?
8. Siapa yang kemudian bertanggungjawab dengan anggaran tersebut?
9. Hal-hal apa saja yang dijadikan acuan bagi perusahaan untuk melakukan pengukuran hasil kerja program CSR?

d) Komunikasi

1. Media dalam bentuk apa yang kemudian dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan program CSR?
2. Bagaimana cara perusahaan menjalin hubungan harmonis dengan media sebagai salah satu bentuk penunjang program CSR?
3. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan perusahaan untuk bersinergi dengan media untuk menunjang program CSR perusahaan?
4. Bagaimana cara yang dilakukan perusahaan jika media menginformasikan hal yang tidak akurat?
5. Apakah informasi yang tidak akurat tersebut pernah terjadi dalam perusahaan?
6. Bagaimana bentuk-bentuk perusahaan dalam memberikan informasi terhadap media? Undangan dll?
7. Dampak apa yang diharapkan oleh perusahaan dengan hadirnya media bagi program CSR perusahaan?

e) Evaluasi

1. bagaimana cara mengukur keberhasilan suatu program CSR (Akademi Komunitas)
2. Bagaimana langkah yang dilakukan perusahaan dengan adanya *stakeholders* sebagai salah satu bentuk pengukur keberhasilan?
3. Data-data seperti apa yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengukur keberhasilan sebuah program?
4. Standar evaluasi apa yang diwajibkan oleh perusahaan ?

Draf Wawancara Mahasiswa Akademi Komunitas

1. Sejak kapan masuk di Akademi Komunitas?
2. Mengapa ingin masuk di Akademi Komunitas?
3. Mengetahui Akademi Komunitas dari mana?
4. Bagaimana cara pendaftarannya untuk menjadi mahasiswa Akademi Komunitas?
5. Manfaatnya apa saja mengeyam pendidikan di Akademi Komunitas?
6. Bagaimana fasilitas yang diberikan selama proses pembelajaran?

7. Adakah anggaran yang dikeluarkan? Untuk apa saja?
8. Bagaimana tanggapan keluarga (orang tua) saat mengeyam pendidikan di Akademi Komunitas?
9. Berikan pesan dan kesan serta kritik atau saran untuk Akademi Komunitas?

TRANSKRIP WAWANCARA PT. PEMBANGKIT JAWA-BALI

Narasumber : Bapak Puri Handoko (Ass. Officer CSR)

Tanggal/Waktu : 04 Mei 2018/09:35 WIB

Isi Wawancara

Pewawancara: Bagaimana Perusahaan PJB menanggapi CSR?

Bapak Puri Handoko: Jadi disini tu, ini tentang PJB, PJB itu anak perusahaan PLN intinya berdiri tahun 95, kantor pusatnya tuh disini. Jadi bedanya sama PLN itu, kalau PJB itu prosesnya di pembangkitan listriknya aja tapi untuk urusan transmisi, distribusi itu PLN, jadi kita hanya memproduksi listriknya aja, kita bisnisnya itu. Ini wilayah kerjanya, struktur organisasinya, nah disini konsepnya itu kita punya tiga pilar mas, bangkit inovasi pendidikan, ekonomi dan inovasi lingkungan

Pewawancara: Mengapa perusahaan memilih bidang pendidikan (Akademi Komunitas) sebagai salah satu bentuk program CSR?

Bapak Puri Handoko: nah dasarnya itu kita dari inovasi pendidikan, nah disini tuh kenapa kita bangun si Akademi Komunitas inisiatifnya dari ini, bangkit inovasi pendidikan, program pendidikan keterampilan untuk menunjang ekspansi bisnis, bekerja sama dengan perguruan tinggi atau pihak lain. jadi pada tahun 2008, serjarahnya dulu tuh 2008 tuh kebutuhan listrik naik, gara-gara naiknya itu industrinya makin berkembang, masyarakat populasinya makin berkembang trus usaha-usaha UKM makin berkembang, pokoknya industrinya menengah apapun itu berkembang ada peluang 7% itu naik, listrik kita naik tiap tahun, kalau naik otomatis butuh pembangkit listrik dong, butuh pembangkit listik yang lebih banyak juga, trus kalau udah butuh, butuh pembangkit listrik dengan daya lebih besar, butuh orang juga, butuh sumber daya manusia juga.

Pewawancara: Lalu bagaimana perusahaan mewujudkannya?

Bapak Puri Handoko: Nah dulu itu ibaratnya tantangannya adalah terbatasnya SDM yang siap pakai untuk jadi tenaga operator, gitu. Dulu itu ibaratnya kita ngendirin tuh. Jadi dulu tuh untuk tenaga operatorkan palingan sih SMK SMK aja, lulusan SMK ataupun D3, paling tinggi D3lah, tapi SMK pun juga bisa cuman terkadang, pendidikan D3 mapun SMK itu belom ada yang khusus pembangkitan listrik jadi perlu ngajarin lagi.

Pewawancara: Jadi itu salah satu proses hadirnya Akademi Komunitas?

Bapak Puri Handoko: Yes, gitu. Jadi ada prosesnya, cuman dari situ, kitapun ingin menciptakan, ee SDM SDM yang sudah siap pakai, soalnya Akademi Komunitas

konsepnya itu, memang udah tau ilmu pembangkitan, memang akademi komunitas ini khususnya itu ke pembangkitan listik. Nah trus kebetulan memang ada program pemerintah, di tahun 2008 namanya ee PPDE proyek percepatan, intinya kalau di indonesia ini proyek pembangunan pembangkit 10.000 megawatt FTP1 sama FTP2 10.000 megawatt, total 20.000 megawatt itu tahun 2008 berkembang sampai tahun 2010. dan di tahun kemarin ini dua ribu lupa saya, yang proyek 35.000 megawatt. nah itu adalah proyek pemerintah untuk menciptakan ee proyek pembangunan pembangkit diseluruh indonesia untuk memeratakan tenaga listik lah konsumsi listriknya banyak tuh, nanti kalau kamu liat petanya PLN pas diwilayah-wilayah mana yang belom teralir listrik itu termasuk adalah ini dalam proyek 35.000 ini, dulu pencetusnya masih proyek PPDE ini ya FTP1 FTP2 namanya, dulu itu inisiasinya itu sebelum ada AK itu namanya kita bikin diklat OM, OM itu adalah operation maintenance kepanjangannya kalau di indonesia diklat operasi dan pemeliharaan pembangkit itu memang untuk operator dulu itu di unit pembangkitan langsung yaitu UP Paito sama di UP Gresik dua tempat itu, Unit PLTG Gresik sama PLTU Paiton dulu itu ada 52 orang Gresik dan Paiton 48 orang, nah akhirnya dari situpun disaring dong, ibaranya kita sekolahinlah waktu itu kurang lebih 6 bulan dulu masih kayak magang aja gitu konsepnya awalnya, magang doang 6 bulan bener-bener kayak kerjalah, praktek. Akhirnya kan kita PJB punya anak perusahaan kalau dibalik lagi ini. PJB ini punya anak perusahaan itu PJBS.

Pewawancara: PJB Services?

Bapak Puri Handoko: Services, PJB itu ibaratnya yang punya pembangkit listriknya nah, ee jadi PJBS ini adalah kalau di iniin PJB itu punya ee ada 8 pembangkitlah, pembangkit milik PJB, itu ada 8 lokasi , UP muara karang, muara tawar, gresik paiton trus, UP brantas, UP cirata, PBOC satu lagi kantor pusat sih, eh. Pokoknya itulah. Tapi selain itu PJB itu dapat penugasan dari PLN mas, nah namanya itu ee PLTU PLTU yang bukan pemilik aset PJB tapi milik PLN itu dikelolah sama PJB, ibaratnya disuru ngelolahin, jalanin nih pembangkitnya, pembangkit itu yang seperti yang saya bilang, FTP1 FTP2, FTP1 irtu PLTU PLTU nya PLN yang diserahin ke PJB ni, suru kelolah nih PLTU saya, kasarannya. Dari PLTU saya ini PJB kan kekurangan sumber daya ini akhirnya dia bikin anak perusahaan untuk menangani PLTU PLTU pemilik aset PLN itu, namanya PJBS, nah akhirnya kalau PJBS ini kan ibaratnya itu PLTU itu letaknya kan di daerah daerah kan ya mas, nah akhirnya kita intinya kita bekerjasama dengan PJBS buat nyerap tenaga lokal, gitu. PJBS karena memang, yang mengolalah asetnya PLN gtu, intinya dari sini pun, yang diklat OM ini hasilnya diserap 14 orang sejarahnya. Diserap 14 orang untuk kerja di PJB Services, di anak perusahaan PJB.

Pewawancara: Dan apakah ada hubungan dengan pemerintah untuk bikin Akademi Komunitas?

Bapak Puri Handoko: Munculah dulu undang-undang tentang pendidikan tinggi mas. Akhirnya muncullah inisiasi Akademi Komunitas, mulai 23 september 2012, diresmikan sama mendikbud pada saat itu pak muhammad nuh, nah konsepnya adalah kalau dulu yang diklat OM hanya magang di pembangkita kalau kita sekarang dikasih teorinya juga, ga

hanya praktek teorinya ga hanya kerjasama sama Pens sini, polteknik negeri surabaya, sebagai mitra jurusannya ada tiga di pens ini Teknik Listrik Pembangkitan, Teknik Mesin sama Teknik Instrumentasi pembangkitan.

Pewawancara: Kalau tentang kurikulumnnya dari tiga jurusannya?

Bapak Puri Handoko: Nah ini kurikulumnya, jadi ee jadi kuliahnya itu terdiri kuliahnya itu selama satu tahun mas

Pewawancara: D1 ya?

Bapak Puri Handoko: Program D1 jadi selama satu tahun dari awal masuk biasanya dari september sampai september lagi lah, misal september 2012 sampe september 2013, nah satu tahun itu terdiri dari 2 semester kan ya, di semester pertama ini mata kuliahnya, disemester kedua ini mata kuliahnya, gitu. Jadi semester 1 tuh hanya dasar dasar doang, tapi nanti di semster2 lebih dalam gtu, jadi nanti konsep perkulihannya begini, nanti bisalah diambil ini nih, nah ini visinya ini misinya, visinya itu intinya menciptakan tenaga operator dan teknisi pemeliharan unit pembangkit, intinya begitu, tenaga operator, misinya itu kita ngelakuin

Bapak Puri Handoko: Akademi komunitas itu gini, kita tuh pengen menciptakan ee putra-putra daerah yang bisa bekerja di pembangkit gitu, dan satu lagi adalah kita menyaringnya itu selain ibaratnya yang kurang mampu dan dia berprestasi juga.

Pewawancara: Semasa perkuliahannya ada pemungutan biaya ga sih mas?

Bapak Puri Handoko: Free, semuanya gratis. Nanti saya ceritain lebih lanjut, nah ini tujuannya nih yang tadi saya bilang selain mendukung FTP1 proyek pemerintah ada 35.000 megawaat, untuk menyediakan tenaga trampil, trus pemerataan pendidikan bersamaan kesempatan kerja karena memang biasanya kalau lulusan SMK gitu tuh kadang susah buat kerjakan ya, makanya coba kita ciptakan peluang seperti ini, trus biasanya kita mendirikan PLTU itu di daerah-daerah mas, itu masih angka penganggurannya itu banyak banget, jadi kita salah satu caranya untuk mengakomodir ee hal tersebut ya lewat ini, jadi biasanya itu isunya itu ee adalah kalau kita bangun pembangkit itu orang-orang itu pingin kerja dipembangkit mas, tapi kan dasarnya knowlage mereka, itu kan sophisticated, rumit teknologi tinggi tapi warga sekitar tuh pengen langsung pembangkit kan susah, kan sering gitu ya, kasarnya eee orang ga punya pendidikan kurang, tapi pengen kerjanya di teknologinya rumit akhirnya kita fasilitasi lewat anak-anaknya ini, gitu loh, yang masih bisa dididik, kalau yang orang tua, orang tua kan udah susah kebanyakan tuh mayoritas itu disekitar tempat petani, bacgroundnya begitu. Kita memfasilitasi lewat anaknya ini mas, anaknya nanti kita didik biar nanti emang punya daya saing bisa kita reckrut.

Pewawancara: Tapi emang tidak semua kan?

Bapak Puri Handoko: Iya…

Pewawancara: Fasilitas saja, tidak menjamin si mahasiswa ini bekerja di sini?

Bapak Puri Handoko: Yes betul, nanti konsepnya begini, sasarannya akademi komunitas itu pertama lulusan SMK, yang berdomisili disekitar pembangkit yang nomer satu, atau dan tidak mampu melanjutkan kuliah karena faktor biaya, jadi bisa daftar di akademi komunitas, syarat-syaratnya ini, satu diutamakan warga yang tidak mampu, trus harus laki-laki, maksimal 21 tahun, nilai akhir ini adalah nilai UN dan nilai sekolah, syaratnya ini, MTK 6, B.ING 6.5, FISIKA 6,5. dulu itu ga segini mas standarnya, dulu itu di atas tujuh

Pewawancara: Lebih tinggi lagi? Bagaimana itu?

Bapak Puri Handoko: Lebih tinggi lagi, tapi, nanti sejarahnya itu, dulu itu dari AK satu, sampai AK lima, AK satu AK dua itu di pulau jawa, pulau jawa itu pendidikannya lebih bagus mas, jadi standarnya emang tinggi di AK satu AK dua, kenapa? Karena di pulau jawa. Dan AK 3 sampe AK 5 itu udah mulai nyebar ke seluruh indonesia nah yang saat itu sampe sekarang pendidikannya belom merata, misal maap ya, ada yang bodoh bodoh banget, yang pinterpun ga ada kasarannya, jadi kita kadang, kita mencari itu, yang bodoh dari yang paling-paling bodoh, kasarnya gitu, jadi untuk menemukan matimatika nilai 6 itu susah payah mas, di luar jawa, makanya kita standarnya itu, trus sasaran akademi komunitas ini yang udah lulusan SMA atau SMK itu yang masih menganggur juga, SMAnya ini hanya boleh yang IPA, IPS tidak boleh, kalau SMKnya pun juga SMKnya yang mesin ee

Pewawancara: SMK komputer?

Bapak Puri Handoko: SMK komputer juga bisa, trus SMKnya SMK nanti ada, SMK komputer, SMK mesin, SMKnya apalagi ya, elektronika,

Pewawancara: lalu bagaimana pengajarannya tuh mas?

Bapak Puri Handoko: Kita sasaran akademi komunitas itu, selain kita, kan ini untuk pembangkitan kan mas ya, jadi tuh kita yang karyawan-karyawan di sini yang ibaratnya yang sudah ahli atau sudah memasuki masa pensiun, itu tuh kita jadikan dosen juga mas, jadi tuh kita ibaranya kita ga hanya dosen dari PENS aja, dari PENS kan kadang keterbatasan partisi, nah kita nyediakan partisinya dari PJB juga, jadi tuh dia ngajar juga di PENS, jadi dikaryakan sebagai dosen, jadi mereka pun ngajar biasanya, ngajarnya itu malam, Iya soalnya siang kerja, nah ini ee jurusannya dulu, dulu itu ee sejarahnya cuma ada satu yang khusus yaitu SMK di malang, hanya ada satu, dan tapi kita kan butuh yang lebih banyak jadi, makanya kita bikin program ini, trus banyaknya pembangunan pembangkitan baru tapi ga diimbangi kebutuhan tenaga kerja untuk operator dan pemeliharaan, ibarat banyak pembangkit baru tapi ee tenaga ahlinya itu ibratnya setidaknya yang tidak ee yang siap pakai itu belom ada. Trus untuk mengelolah pembangkit itu kompleks ga, kita butuhnya yang setidaknya sudah siap pakai, ga butuh training-training dulu apa apa dulu, visinya juga ini jadi ketika lulus sudah siap pakai, kalaupun diajarin tidak telalu parah parah banget, gitu lah.

Pewawancara: Bagaimana pendaftaran AK mas?

Bapak Puri Handoko: Ini alur penerimaannya mas, dari awal sampe kuliah sampe nanti dia lulus, jadi pertama kita itu sosialisasi diwilayah recruitmen, nah wilayah rekruitmen ini adalah ini wilayah-wilayah proyek PLTU PJB yang beroperasi, jadi wilayah PLTUnya itu, yang proyek FTP1 FTP2 itu, baik dijawa maupun diluar jawa

Bapak Puri Handoko: kita sosialisasinya itu lewat pertama biasanya gitu masukanya lewat ee kelurahan dulu, ngomong ke kelurahan kita ada program ini, ee tolong mohon disebar luaskan ke RT RW semuanya gitu nanti, pokonya sosialisasi gitu,

Bapak Puri Handoko: nanti sosialisasinya itu, pokoknya kita nyebar pengumuman dulu kita masuk sekolah skolah juga setiap di ring satunya, ring satu ring dua lah, ring satu itu ibaratnya kelurahan, ring dua itu kecamatan, lebih luas lagi, kita pokoknya sosialisai, pokoknya kita ada program akademi komunitas, mohon hadirnya nanti berapa yang mau hadir nanti tgl sekian, nah itu sosialisasi kita disitu, bisa sekolah ke siswa siswanya atau ke guru gurunya, yang ada guru camat atau ga kelurahan, si lurah ataupun kepala sekolah, biasanya dari situ mereka menyebarkan informasi informasi akademi komunitas,

Bapak Puri Handoko: nah di situ nanti sosialisasi ada nih pendaftaran dan penyerahan berkas,biasanya itu pendaftaran dan penyerahan berkas itu ada fotokopi KTP, foto kopi KK yang menyatakan kalau dia wilayah situ kan trus kalau ada surat keterangan miskin dari kelurahan ataupun RT RW setempat lebih bagus fotocopy Ijazah trus nanti ada formnya itu dia itu pengen mengambil jurusan apa,

Bapak Puri Handoko: trus akhirnya kita dari sini berkas dikumpukan dari tiap tiap unit, dikumpulkan diserahkan ke kantor pusat disini mulai seleksi administrasi, mana yang lolos mana yang engga, nah itu kan dilihat juga kan nilainya juga dan syarat syaratnya pria apa tidak bertatto, kita kasih pengumuman, lulus seleksi tahap satu yaitu seleksi administrasi, seperti ngelamar kerja aja mas, jadi seleksi administrasi lolos kita sebari pengumumannya ke masing masing PLTU yang wilayah recruitmen tadi, kita sebar akan ada tes akademis wawancara dan kesehatan, tes akademisnya ini kayak tes kuliah karena kita kerjasama dengan PENS tadi jadi tuh nanti yang tes akademis adalah pihak PENS nya itu sendiri, kita dan PENS datang ke wilayah itu sendiri, soalnya pun standar dari PENS jadi kita ga bikin, jadi tuh kayak tes bener bener tes kayak masuk kuliah gitu, lingkar lingkrin gitu, trus selain ada tes akademis juga ada tes wawancara, tes wawancara itu dari pihak PJBnya langsung, jadi intinya kita gali informasi lebih siapa dialah intinya, dari wawancara kan keliatan,

Bapak Puri Handko: trus nah dulu itu AK1 AK2 itu ga pake tes kesehatan mas, tapi seteklah, ee sorry AK 2 AK 3 sudah ada tes kesehatan, jadi tes kesehatan adalah kenapa? Ternyata naka-anak itu pun bermasalah sama kesehatannya, setelah lulus itu, AK 1 kalau ga salah, AK 1 mau di rekrut sama PJBs gagal di tes kesehatannya mas. Akhirnya kita masukin tes kesehatan di seleksi AK, yang parah-parah udah lansung di cut cut cut dari situ juga, nah dari situ evaluasi tes siapa yang lolos siapa yang engga baru kita umumin lewat PLTUnya tadi atau sekolah sekolah, dan si siswa wajib melakukan daftar ulang…. gitu, daftar ulang…. daftar ulangnya itu nanti.. eeeee ada form form yang harus di isi, dari situ baru kuliah, daftar ulangnnya itu daftar ulangnya lansung ke PENS ya, jadi melakukan daftar ulangnya itu kayak kampus, karena emang terdaftar sebagai mahasiswa PENS, gitu.

Pewawancara: Sistem kuliahnya bagaimana itu mas?

Bapak Puri Handoko: Sistem perkuliahannya kayak gini mas, kan tadikan kuliahnya satu tahun mas, terdiri dari dua semester, di seteap semster jadi itu empat bulan di PENS dua bulan nya kerja praktik di pembangkitan, sama disemster dua pun juga begitu empat bulan teori, dua bulan praktek.

Pewawancara: Kerja praktik di mana?

Bapak Puri Handoko: Di sini nih, di up gresik, up paiton, UBJOM tanjung awar awar, UBJOM pacitan, UBJOM itu ibaratnay namanya yang saya bilang tadi saya bilang ini proyek FTP 1 pemerintah yang punyanya asetnya PLN, jadi kerja prakteknya di sana, sesaui dengan jurusan di kampus, kalau yang listrik ya listrik, yang instrumentasi ya instrumentasi, yang mesin ya mesin, sama konsepnya kayak kuliah ada UTS UAS dan ada wisuda, sama. Di akhirpun di akhir perkulihaan mereka wajib mengerjakan karya tulis jadi kayak sidang juga, kayak layaknya mahasiswa, jadi dia bikin tugas akhir dan sidang juga, sidangnya dari diosen PENS, sama Dosen PJB juga, nanti ada wisuda.

Pewawancara: Nah selama masa perkulihaan fasilitas apa sih yang di dapat?

Bapak Puri Handoko: Jadi tu, saya bilang kayak, mereka ga ada biaya, bahkan contoh dari luar jawa, pokoknya kan wilayahnya itu kan jauh jauh kan ya mas, ada dari jawa ada yang dari luar jawa, ga ada yang surabaya, karen kita ga ada pembangkitan listrik dari surabaya. Akomodasi semua kita tanggung mas, tiket pesawat sampai penginapan sementara pun kita tanggung sampai masa perkulihaan, sampai kuliah pun kita tanggung, jadi akomodasi berangklat dan pulang kita tanggung, dia naik pesawat kita tanggung, berangkat tanggung, pulang kita tanggung, nanti pas wisuda orang tuanya pengen dateng, orang tuanya pun kita tanggung biaya akomodasi nya juga untuk tiket pesawatnya aja, tempat penginapan tidak dan itu hanya satu orang, keluarganya kita tanggung, nah selama kuliah kita kasih bantuan uang saku, uang sakunya buat biaya hidup, kita kasih satu juta seratus (1.100.000). peranak setiap bulan, itu silahkan atur sendiri silahkan untuk biaya kos dan biaya makan sehari hari, jadi tiap bulan begitu, trus kitika kerja prektek, perlengkapan safetynya pun kita tanggung juga, jadi kita belikan buat magang, semunyalah peralatan untuk di pembangkit listrik, pokoknya kita lengikapin semua, trus selain itu mereka kan jauh dari orang tua, kita kasih saat menjalankan praktek kita kasih BPJS ketenagakerjaan, ada asuransinya, BPJSnya kita cover, kita bayarin, dulu kan ga serumit sekarang kalau sekarang tuh BPJS kesehatan harus didaftarinya susah, dulu peranak, jadi dulu tuh temen temen kalau sakit tuh berobat, fasilitasi kelas berapa dulu tuh, pokoknnya kita akomodir BPJSnya. Nah ini ibarat stakeholder atau mitra yang kita gait mas, ada pens ada pln ada sekolah setempat sama anak perusahaan Pjb juga mulai dari pendiriannya kita kerjasama pens kita menyusun kurikulum bersama, kolaborasi pens sama pjb, kurikulumnya pun kita ga bisa pens punya apa, pjb punya apa kita kolaborasi, supaya teorinya dapat, prakteknya dapat, yang sesuai dengan pembangkitan listrik, nah penerimaan pun seperti saya bilang kita melibatkabn pensnya itu terkait soal soalnya, terkait akademisnya, nah disinipun kita melibatkan pemerintah setempat sekolah setempat sama pln setempat, yaitu untuk sosialisasi, trus waktu perkulihaan kita hanya ada pens sama pjb.

Pewawancara: Kalau soal manfaatnya mas?

Bapak Puri Handoko: Pas penyerapannya ini ni, temen-temen ini kenapa mau daftar AK sebenarnya kita tidak ada ikatan dinasnya, program ini bener bener kalian masuk kita didik tapi kita ga, tapi setelah lulus temen temen bisa manfaat kan ijasahnya untuk ketempat lain silahikan jadi kita tuh engga, engga harus di kita, jadi ijazahnya tuh boleh digunakan untuk melamar di tempat lain, ijasah pens itu, tapi kita juga ngasih jalan untuk di rekrut untuk jadi pjb grup, lewat pjbs atau mkp ini. Mkp ini adalah anak ibaratnya anak perusahaan pjb juga, anak perusahaan pjbs, pjb punya anak perusahaan namanya pjbs, pjbs punya anak perusahaan namanya mkp. Nah dari mkp ini pun juga bisa melakukan rekrutmen untuk menyerap anak anak ini, kenapa bisa beda ada pjbs dan mkp itu tergantung dari kapasitas dari unitnya tersebut, misalnya unit unit di atas 10 ribu megawaat itu di rekrut sama pjbs, kalau di bawah 10 ribu mwgawaat mkp, jadi mkp unit kecil. Mkp tuh di ropa, ropa tuh di ntt. Dan sejauh ini temen temen kerja di kurindo, kurindo itu anak perusahaan indonesia power, indonesia power itu saudaraan sama pjb, jadi dulu tuh indonesia power tuh namnya pjb juga, trus berubah nama menjadi indonesia power, itu satu anak perusahaan pln juga, pernah juga di rekrut sama petro kimia gresik.

Pewawancara: Trus data rekrut ya mas?

Bapak Puri Handoko: Ini perjalannan nya, dulu perjalannya AK1 dulu perekrutannya masih surabaya gresik, AK2 berkembanglah ke malang paiton, AK3 luar jawa sumatra jawa sulawesi tidore ropa, AK4 nambah lagi rekrutannya, AK5 ada di kalimantan, ini perjalannnya, dan ini wilayah penerimaannya AK1 AK2 AK3 AK4 AK5 jumlah pendaftarnya ada jumlah mahasuiswanya ada yang lulus berapa yang terserap berapa, gitu.

Pewawancara: Yang mengatur dan mengontrol ini nih divisi mana aja sih mas?

Bapak Puri Handoko: Hanya di bidang csr, jadi tuh bidang saya gambarin …… Yang mengolah kantor pusat, direksi nanti turun ada kepala kabid sekarang itu stakeholder manajamen, dia itu membawahi manager salah satunya nya adalah manager csr dan komunikasi korporasi dan akademi komunitas pjb dikelolah sama ini. Dia ini membawahi ada 4 staf. Kita hanya mengelolah di bidang csr aja,

Pewawancara: Ada sangkutpaut dengan media ga sih mas?

Bapak Puri Handoko: Publikasikan? Jadi itu, AK ini eeeeeee kita sih memang untuk publikasinya itu, lewat internal ada, internal itu media info pjb mas, media eksternal, tapi kita publikasi nya kita ikut award juga mas salah satunya, kita ee AK ini pernah dapat award di international tahun 2017, wordnya tingkat ASIA, nama awardnya itu Area Responsibility enterprice award, salah satu pblikasinya itu ikutan award, jadi dulu itu pernah dapat award indonesia csr award, sama yang paling besar itu international, nah itu cara publikasi kita.

Pewawancara: Anggarannya, yang ngelolah?

Bapak Puri Handoko: Anggaran csr, ya anggarannya itu emang dari csr dari semua biaya perkulihaan di pens kita bayarin biaya kehidupan kita bayarin, kita yang mengatur.

Pewawancara: Segi evaluasi? Mengukurnya bagaimana mas?

Bapak Puri Handoko: Ngukurnya ini nih kita makai ini nih namanya itu sustainable, namanya SROI itu untuk mengukur dampak program Akademi Komunitas, itu bermanfaat engga untuk perusahaan, itu namnya SROI sosial ryteme on invesment, jadi itu ee ketika di atasa satu ibaratnya kita ada point 2,6 itu berarti menggambarkan, pemasukan sosial ryteme yang signifikan dari investasi yang dilakukan, jadi manfaatnya selain untuk keluarganya manfaatnya buat kita juga, kita ngukurny makai ini, SROI kalau di keungan pernah denger, jadi cara ukurannya seperti ini mas, dari siswa AKPJB eee ini dalam juta rupiah kalau ga salah, cara ngitungnya misal kalau ada program ini berbanding kalau ga ada program ini, jadi ini paling gampang ini, dampak. Eee ini… jadi ketika dia… Investasi dari AK1 - AK3 itu investasi sampe 16 M. ntar ntar ntar……. jadi intinya manfaatnya di AK sampe 64, ukurannya AK lebih mendapat kerja, ibaratnya income yang dia dapat. Trus dari keluarga siswa, dapat sissa uangnya kitta ambil rata rata peranak. Pokoknya ngukur evaluasinya dari SROI dan manfaat yang lebih banyak di AK.

Pewawancara: pertama kali ini AK perispannya apa aja? Persiapan untuk mendirikan AK riset mungkin?

Bapak Puri Handoko: Dan itu gara gara uud nomer 12, ngasih jalan untuk program akademi untuk perusahaan, PJB buat proposal ke dinas pendidikan untuk pendidikan yang di balut dengan program CSR, di evaluasi sama kemendikbud dan di setujui.

Pewawancara: Kalau hubungan mahasiswa dengan PJB bagaimana tuh?

Bapak Puri Handoko: Jadi tu, supaya biar ada engagementnya juga tuh kita tu sengaja dulu kita tu pembagian uang saku tuh kita datang ke kampus, setiap bulan k kampus, di situ cara interaksinya di situ.

Narasumber : Bapak Mul (Ass. Officer CSR)

Tanggal/Waktu : 04 Mei 2018/10:40 WIB

Isi Wawancara

Bapak Mul: dulu awalnya ada akademi komunitas tuh, jadi membikin pelatian OM kita dulu hanya merekrut Paiton dan Gresik, hanya membekali untuk siap kerja, jadi kita latih selama 6 bulan di setiap unit mereka kita kasih uang saku, dari situ juga banyak direkrut termasuk MKP anak PJB, banyak di rekrut di sana, bikin proposal dan diajukan, kemudian

di check untuk dikti uji kelayakanm si bengkel sama unit, layak untuk praktek ga, itudi tahun 2012.

Pewawancara: setelah tahap di check oleh dikti pak?

Bapak Mul: Setelah croschek dan di setujui, mitranya pens. Ga sampai satu tahun pengajuan tersebut di setujui. Dan kita kerjasama dengan PJBS, yang ada di Juanda. Wilayah kerja cakupan perekrutan awalnya hanya Surabaya Gresik, lalu Paiton, dan kemudian ke luar jawa.

Pewawancara: dan tahap rekrut AK sendiri bagaimana pak?

Bapak Mul: AK yang bagi PJB juga jadi prioritas, yang kemudian hanya melewati tes psikotes. Yang tidak terserap banyak juga, ada yang kuliah lagi, ga boleh lagi sama orang tuanya. Dan AK ada yang tidak lulus, AK1 AK2 AK3 ada yang tidak lulus.

Pewawancara: tidak lulus?

Bapak Mul: iya mas, ada yang ga di lanjutin karena DO dan karena ya… harus bantu orang tua, ya ogah-ogahan..

Narasumber : Yusuf Hendra Irawan (Alumni Akademi Komunitas PJB)

Tanggal/Waktu : 06 Mei 2018/07:21 WIB

Isi Wawancara

Pewawancara: Sejak kapan mas Yusuf masuk di Akademi Komunitas?

Yusuf Hendra Irawan: saya berangkat ke Surabaya pada tanggal 21 Agustus 2014 menuju ke gedung PJB untuk sosialisasi tentang kegiatan AK dan berkumpul dengan sesama peserta AK dari seluruh Indonesia, selanjutnya di pindahkan ke penginapan PAUDNI yang berada di Surabaya untuk menginap selama 2 hari. Di sela 2 hari peserta di wajibkan mencari kost atau kontrakan yang akan di gunakan untuk masa kuliah. Mrncari kost di sekitar kampus PENS – ITS, Setelah mendapatkan kost peserta di wajibkan pindah untuk kegiatan OSPEK.

Pewawancara: Mengapa mas Yusuf ingin masuk di Akademi Komunitas PJB

Yusuf Hendra Irawan: Berhubung rumah saya di sekitar PLTU, pengennya kan bisa bekerja di situ mas.

Pewawancara: selama pendidikan tahun 2014 hingga 2015 ya mas? Itu D1 kan ya? Lalu apakah setelah lulus sesuai denganharapan mas Yusuf?

Yusuf Hendra Irawan: Iya mas D1. Setelah lulus kan dilakukan rekrutmen pegawai PJBS. Dan nasib berkata lain peserta sekitar 50an yang dari jawa keterima hanya 20 peserta, dan saya termasuk yang tidak keterima, yang dari Tuban 10 peserta yang keterima hanya 3 peserta, sekrang ditempatkan di PLTU Kendari. 06 mei

Pewawancara: oh seperti itu mas, lalu soal manfaat, apa saja yang mas dapatkan selama mas mengeyam pendidikan di AK PJB?

Yusuf Hendra Irawan: Mendapatkan ilmu tentang pembangkit dan mendapatkan teman baru dari beberapa penjuru Indonesia.

Pewawancara: kalau untuk fasilitas, apa saja mas yang diberikan oleh PJB selama mengeyam pendidikan di AK PJB?

Yusuf Hendra Irawan: Di kasih uang saku untuk satu bulan 1 juta seratus, di kasih seragam dan sepatu dan perlengkapan lainnya yang digunakan untuk magang di pembangkit, sepeda gowes yang digunakan untuk sehari-hari.

Pewawancara: berarti selama di AK mas tidak mengeluarkan biaya untuk sekolah ya? Gratis mas?

Yusuf Hendra Irawan: gratis mas.

Pewawancara: lalu bagaimana tanggapan orang tua atau keluarga mas selama mengikuti pendidikan di AK PJB?

Yusuf Hendra Irawan: Ya di dukung mas, orang tua support support saja

Pewawancara: okay mas, saya minta pesan dan kesan, serta saran dan kritik untuk AK PJB?

Yusuf Hendra Irawan: Pesan: AK PJB di mohon adakan setiap tahunnya. Kesan: AK PJB sangat berperan dalam perkembangan di dunia pembangkitan dalam menciptakan tenaga kerja yang kompeten. Saran: lebih diperbanyak peserta, dan diperbanyak dari daerah daerah lain yang ada pembangkitnya agar lebih maju. Kritik: proses rekrutmen harusnya yang tidak keterima bisa di masukann ke anak perusahaan PJB yaitu MKP (Mitra Karya Prima).

Narasumber : Agam Patria (Alumni Akademi Komunitas PJB)

Tanggal/Waktu : 07 Mei 2018/10:35 WIB

Isi Wawancara

Pewawancara: sejak kapan mas Agam masuk AK PJB?

Agam Patria: setelah lulus SMA tahun 2014.

Pewawancara: mengapa mas Agam masuk dan mengeyam pendidikan di AK PJB?

Agam Patria: waktu dulu aku niat ngelamar kerja di PJB tapi nyampe sana di tolak soalnya ijazah trakhir harus D3. Akhirnya pihak SDM ngasih solusi gimana kalau gabung di AK PJB wilyah Gresik, posisi saya wilayah Surabaya.

Pewawancara: dan setelah itu bagaimana mas melakukan pendaftaran hingga akhirnya masuk di AK PJB mas?

Agam Patria: iya udah ikut serangkaian tesnya, lupa aku apa aja.

Pewawancara: oh okay mas.. selam menempuh pendidikan di AK PJB mas Agam mendapatkan manfaat apa saja mas?

Agam Patria: banyak si ya, pertama yang mulanya listrik itu dari PLN ternyata pengolahannya cukup lama, dapat temen temen dari seluruh nusantara juga.

Pewawancara: kalau manfaat bagi pekerjaan mas sendiri bagaimana?

Agam Patria: untuk kerjaan aku diterima di PLTU Indramayu tapi ga aku ambil, aku lanjut kuliah S1 07 mei

Pewawancara: lanjut kuliah ya mas... kalau untuk fasilitas, bagaimana fasilitas yang diberikan selama proses pembelajaran?

Agam Patria: fasilitas baik kok, sama proses pembelajarannya juga baik, kan semua rat arata dari PENS jadi ya sesuai sama apa yang mahasiswa PENS terima.

Pewawancara: dan selama jadi mahasiswa apa ada anggaran yang di keluarkan?

Agam Patria: ga ada sama sekali tambah kita dapat uang saku

Pewawancara: baiklah mas, lalu bagaimana tanggapan orang tua atau keluarga saat mengeyam pendidikan di AK PJB?

Agam Patria: feedbacknya bagus si, ngebantu perekonomian ortu juga buat sangu ga perlu keluar banyak banyak

Pewawancara: seperti itu, lalu saya minta mas memberikan pesan dan kesan, serta saran dan kritik untuk AK PJB?

Agam Patria: pesannya supaya lebih ditekankan lagi buat teman-teman yang baru lulus SMA yang ga mampu buat kuliah sama satu lagi agar setelah lulus udah ada yang nampung dari pihak PJB atau PJBS ataupun MKP, karena adik adik tingkat ku blum ada recruitmen kerja dari pihak PJB.

Narasumber : Yudhi Dwi Wana (Alumni Akademi Komunitas PJB)

Tanggal/Waktu : 08 Mei 2018/13:05 WIB

Isi Wawancara

Pewawancara: sejak kapan mas Yudhi masuk di Akademi Komunitas PJB?

Yudhi Dwi Wana: sejak lulus SMA tepatnya itu di tahun 2014

Pewawancara: mengapa masuk di AK PJB mas?

Yudhi Dwi Wana: awalnya Cuma daftar biasa saja disekolah, dan setelah ada pengumuman yang mau ikut seleksi disuruh ke salah satu Hotel untuk sosialisasi penjelasan AK PJB itu apa? Di hari berikutnya dilakukan berbagai macam tes mulai dari tertulis, wawancara, psikotes dll ini ga termasuk kesehatan. Nah yang lolos tes kesehatan. Setelah menjalani tes tes tersebut keluarlah hasil yang lolos mengikuti biasiswa AK PJB ada tujuh orang di daerah saya termasuk saya salah satunya. Trus kenapa pilih PJBnya, karena pertama suatu kebanggaan tersendiri bias dapat beasiswa yang tanpa sepeserpun mengeluarkan uang, saya berharap selepas lulus dari AK PJB bias bekerja di PJB ataupun anak perusahaan PJB sendiri.

Pewawancara: manfat apa yang mas dapatkan dari AK PJB?

Yudhi Dwi Wana: manfaat kuliah ya tentunya ilmu ya, mandiri karena jauh dari rumah, bertemu banyak teman dari berbagai daerah, karena AK PJB rekrutan seluruh Indonesia. Dan kalau setelah kuliah manfaatnya yang saya rasakan saya bias bekerja di PJBS anak perusahaan PJB.

Pewawancara: sudah bekerja di PJBS ya mas?

Yudhi Dwi Wana: iya mas, walaupun tidak ada perjanjian setelah kuliah dapat bekerja di PJB grup. Tapi PJB mengutamakan lulusan AK PJB ketika pembangkit membutuhkan, terutama yang berdomisi sekitar pembangkit.

Pewawancara: kalau untuk fasilitas yang diberikan selama kuliah di AK apa mas?

Yudhi Dwi Wana: kalau fasilitas selama kuliah uang saku setiap bulan dan sepeda peruntuk transportasi

Pewawancara: kalau orang tua mas, bagaimana tanggapannya tuh mas masuk di AK PJB?

Yudhi Dwi Wana: kalau orang tua udah pasti seneng lah saya dapat beasiswa dan bias kuliah gratis, orang tua saya mendukung penuh mas.

Pewawancara: hmm.. kalau untuk pesan dan kesan serta kritik atau saran untuk AK PJB?

Yudhi Dwi Wana: saya cuma mau pesan sekaligus kritik ke AK PJB agar meningkatkan jenjang perkulihaan ke D3 ataupun S1, agar ijazahnya lebih bermanfaat setelah lulus walaupun tidak diterima bekerja di PJB grup. Apalagi sekarang recruitment ke PJBS sering kelebihan kuota.