BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kurangnya kesadaran sebuah perusahaan akan tanggung jawab sosialnya membuat perusahaan itu dipandang negatif bahkan bisa menimbulkan konflik di mana perusahaan berdiri. Oleh karna itu dengan adanya prestasi, perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan citra positif dari masyarakat. Maka perlu bagi perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat agar apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat berjalan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Banyak yang mengatakan Program CSR yang efektif dilakukan hanya menguntungkan bagi perusahaan, tidak ada berkaitan untuk pengembangan masyarakat. Padahal ciri program CSR yang baik salah satunya menghasilkan manfaat yang berkelanjutan, hanya akan berkelanjutan apabila peningkatan kopetensi dan pemberdayaan masyarakat dilakukan secara terus menerus dan dengan didukung sarana prasarana yang dibutuhkan (Sri Urip, 2014 : 40).

Ada perusahaan yang ingin mendapatkan izin untuk eksploitasi di sebuah daerah tetapi tidak memikirkan masyarakat sekitar sehingga membuat perusahaaan mendapat pandangan buruk dari masyarakat. Padahal program CSR sangat penting bagi perusahaan bahkan telah menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk melaksanakannya. Kini perusahaan telah menyadari bahwa masa depan sangat terkait dengan masyarakat, pemerintah, dan lingkungan luas tempat dimana perusahaan melakukan exploitasinya. Oleh karna itu citra suatu perusahaan sangat ditentukan, dengan adanya respon positif dari masyarakat yang menerima program tersebut akan mempermudah bagi sebuah perusahaan untuk melakukan pendekatan pada masyarakat melalui program CSR (*corporate social responsibility*).

Tanggung jawab perusahaan atau yang sering disebut *Corporate Social Resposibility* dalam bahasa inggrisnya, adalah metode yang mendasar tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, melainkan juga bermanfaat bagi lingkungan luas (Sri Urip, 2014: 3)

> *"pencerahan kepentingan diri" yaitu ketika sebuah organisasi dalam mengejar sebuah keberhasilannya sekaligus membantu masyarakat luas membantu menciptakan banyak peluang baru yang tidak hanya mendorong keberhasilan jangka panjang perusahaan, tetapi juga membawa manfaat bagi lingkungan yang lebih luas* (Sri Urip, 2014: 3).

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mundukung pembangunan berkelanjutan selain itu juga sebagai bentuk keterlibatan perusahaan dalam keberlangsungan kehidupan masyarakat disekitarnya, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan masyarakat. CSR sangat berdampat positif bagi masyarakat, terutama pada masyarakat yang berada di sekitar perusahaan penambangan batu bara tersebut, selain masyarakat sekitar yang mendukung, pemuda-pemuda desa juga memberi respon positif serta membutuhkan dukungan pemerintah daerah. Ada banyak kegiatan CSR yang dapat dilakukan perusahaan, diantaranya yaitu pendidikan, kesehatan, perbaikan pendapatan (*income generating*), dan lingkungan. Dengan program pembangunan, sumbangan dana dan pendidikan yang telah di lakukan oleh perusahaan ini merupakan sebagai kegiatan perusahaan dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Selain itu dengan adanya eksploitasi oleh perusahaan ini dapat memberi manfaat bagi pendapatan daerah dan masyarakat sekitar.

Mencari keuntungan memang penting untuk menjaga kelangsungan sebuah perusahaan, tetapi selain itu perusahaan juga tidak boleh lepas dari tangung jawab untuk menyejahterakan masyarakat terutama masyarakat sekitar tempat perusahaan bereksploitasi. Seperti pada perusahaan PT.Indo Tambangraya Megah, Tbk dan PT. Bara Prima Pratama. Pada perusahaan PT. Indo Tamabangraya Megah, Tbk yang berdiri lebih dari 20 tahun dan selama ini telah membangun usahanya berlandaskan nilai norma dan etika. Kegiatan perusahaan mencakup penambangan batu bara, pengolahan, dan logistik. Perusahaan memproduksi batu bara berkisar antara 5.300 kkal/kg hingga 7300 kkal/kg. Produksi pada tahun 2007 adalah 17,7 juta ton (Sri Urip, 2014: 206).

Seluruh program CSR dapat di kategorikan sebagai kegiatan untuk menciptakan kesejahteraan dan membentuk masyarakat yang mampu memliki penghasilan berkelanjutan, bahkan kelak ketika kegiatan operasi penambangan selesai. Perusahaan ini telah melaksanakan kegiatan CSR dengan baik, dengan menjalankan program CSR memasok air bersih di daerah tempat perusahaan bereksploitasi karena pada daerah tersebut tidak memiliki sumber air bersih. Selain itu, perusahaan juga melaksanakan kegiatan CSR dibidang pendidikan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dengan menyediakan guru yang cakap,

menawarkan beasiswa, dan meningkatkan fasillitas sekolah. Melihat sekarang masih banyak masyarakat kita yang masih serba kekurangan, dengan adanya program CSR ini dapat sedikit membantu ekonomi masyarakat sekitar (Sri Urip, 2014:206-207).

> *Corporate Social Responsibility (CSR) adalah penting, karena mempengaruhi semua aspek perusahaan tentang mengolah hubungan untuk menghasilkan keuntungan (uang) dan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat* (Totok Mardikanto, 2014: 128).

Adapun peran CSR yaitu membangun citra positif, meningkatkan citra perusahaan, dan upaya atau bentuk tanggung jawab sosial perusahaan untuk masyarakat. Menurut Sri Urip, Apabila perusahaan memahami fungsi utama dari kegiatan CSR, maka perusahaan akan menyadari bahwa CSR bukan hanya sekedar tanggung jawab sosial perusahaan saja tetapi kegiatan CSR juga dapat membentuk citra positif di mata masyarakat terutama para stakeholder perusahaan dan sebaliknya dampak CSR juga dirasakan oleh kedua belah pihak.

Sama halnya dengan PT. Bara Prima Pratama ini telah melakukan beberapa program CSR untuk masyarakat Batu Ampar yaitu, seperti pembangunan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di desa Batu Ampar, pembangunan ruang tambahan untuk madrasah diniyah awaliyah (MDA), pembangunan mushola di desa Batu Ampar, bantuan dana untuk sekolah serta bantuan buku magrib mengaji. PT. Bara Prima Pratama ini sudah melaksanakan program CSR dalam rangka sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.

Masyarakat adalah orang yang sangat berperan penting bagi perusahaan untuk melaksanakan tujuannya dalam melaksanakan kegiatan perusahaan tersebut, tanpa masyarakat program CSR perusahaan tidak dapat dilakukan. Selain itu masyarakat juga sangat berperan penting sebagai orang yang merasakan dampak program CSR.

> *Mead berargumen bahwa interaksi mengambil tempat di dalam sebuah struktur sosial yang dinamis-budaya, masyarakat, dan sebagainya. Mead mendefinisikan masyarakat (society) sebagai jejaringan hubungan sosial yang diciptakan dan di respons oleh manusia* (Richard West dan Lynn H Turner: 2008, 107).

Manusia sebagai individu memiliki rasa, pandangan, pemikiran, dan keinginan yang berbeda-beda. Apalagi masyarakat, tentunya mereka mempunyai

suatu keinginan bersama untuk kemajuan mereka bersama, dengan itu maka timbulah sebuah persepsi. Persepsi adalah sebagai pandangan seseorang terhadap sesuatu yang berada di sekitarnya atau lingkungannya. Persepsi timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat inderanya. Stimulus tersebut akan diseleksi, diorganisir dan diinterprestasikan oleh setiap orang dengan caranya masing-masing (Rakhmat, Jalaluddin :2005, 51-56).

> *Adapun persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) masalalu mereka berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa* (Deddy Mulyana: 2002, 176).

Dengan melihat perkembangan program CSR perusahaan, masyarakat masih perlu banyak pemahaman mengenai program CSR untuk menghindarkan kesalahpahaman maksud dan tujuan perusahaan menjalankan program ini kepada masyarakat karena ini merupakan tanggung jawab sebuah perusahaan kepada masyarakat yang harus dipenuhi.

Dengan melihat perusahaan pada saat ini, masih banyak perusahaan yang kurang tepat melaksanakan kegiatan program CSR kepada masyarakat sehingga masih banyak masyarakat kita yang kekurangan dan dampak dari program CSR pun tidak dapat berpengaruh banyak pada masyarakat sehingga perlu adanya pemahaman perusahaan mengenai CSR. Oleh karena itu pentingnya sebuah perusahaan melaksanakan program CSR dengan semestinya, agar perusahaan tidak sekedar memahami tanggung jawabnya terhadap masyarakat saja tapi juga memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar sehingga perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya kesalahpahaman antara masyarakat dengan perusahaan, serta masyarakat tidak sekedar menerima apa yang dilakukan perusahaan tetapi masyarakat juga paham bahwa adanya tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya.

Peneliti ingin melihat persepsi masyarakat terhadap program CSR yang dilakukan PT Bara Prima Pratama kemudian sejauh mana program CSR perusahaan tambang batu bara di Batu Ampar ini berjalan dan apakah berkelanjutan atau tidak.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi masyarakat Desa Batu Ampar terhadap Program CSR yang dilakukan PT.Bara Prima Pratama?
2. Bagaimana persepsi mayarakat Desa Batu Ampar terhadap PT. Bara Prima Pratama?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di telah diterapkan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan persepsi masyarakat Desa Batu Ampar terhadap program CSR yang dilakukan PT. Bara Prima Pratama.
2. Mendeskripsikan persepsi masyarakat Desa Batu Ampar terhadap PT Bara Prima Pratama.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis :

a. Bagi pengembangan akademis, dapat menjadi tempat pengembangan dan memperbanyak pengetahuan tentang ilmu CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan *public relations* (humas) perusahaan.
b. Bagi mahasiswa, dapat menjadi wadah kompetensi terapan atas keilmuannya dan dapat menjadi bahan referensi penelitian-penelitian selanjutnya yang akan dilakukan oleh mahasiswa lain khususnya tentang *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

2. Manfaat praktis

a. Hasil penelitian ini dapat menjadi tolak ukur dan bahan evaluasi serta perencanaan bagi PT. Bara Prima Pratama dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah di lakukan.
b. Hasil penelitian ini juga bisa digunakan sebagai landasan perencanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bara Prima Pratama kedepannya.
c. Bagi masyarakat desa Batu Ampar penelitian ini dapat memberikan pengertian yang baik dan tepat tentang kerjasama yang saling

menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar yang terdampak oleh program CSR perusahaan.

E. Tinjauan pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang CSR pernah dilakukan sebelumnya oleh mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, Dendy Jaya Putra (2013:112) dengan judul penelitian "Persepsi Masyarakat terhadap Program Corporate Sosial Responsibility Sebagai Bentuk Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan Pada PT. Pertamina (persero) Refeneri Unit IV Cilacap". Menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif dengan Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana persepsi masyarakat sekitar atas partisipasi/peranan masyarakat terhadap perancangan program Corporate Sosial Responsibility Sebagai Bentuk Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan Pada PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV Cilacap dan bagaimanakah persepsi masyarakat sekitar atas kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV cilacap.

Hasil dari penelitian terdahulu menyebutkan bahwa tingkat partisipasi dalam program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap periode tahun 2012 berada pada kategori aktif dan tingkat kepuasaan masyarakat terhadap program CSR berada pada kategori puas. Tingkat partisipasi masyarakat pada tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi, tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi, tahap menikmati hasil berada pada kategori aktif sedangkan pada tahap evaluasi berada pada kategori cukup aktif. Di sini terdapat 7 faktor atas program CSR yang dinilai kinerjanya sudah baik, yaitu: pelaksanaan program CSR (sistematika program CSR); penggunaan metode/alat bantu pada program CSR; daya simpati dan sikap; bahasa penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); pencapaian tujuan dan harapan; kesempatan berpendapat; dan faktor kepuasan masyarakat. Adapun 7 faktor yang dinilai kinerjanya harus diperbaiki, yaitu penguasaan materi program CSR; ketepatan waktu penerimaan program CSR; perencanaan program CSR

(Sistematika program CSR); *monitoring* program CSR (Sistematika program CSR); evaluasi program CSR (Sistematika program CSR); komunikasi penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); dan faktor pemberian motivasi pada program CSR.

Dari penelitian ini memiliki persamaan meneliti Persepsi masyarakat terhadap program CSR PT. Bara Prima Pratama yang diteliti. Perbedaan pada penelitian ini adalah pada perusahaannya yaitu PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV Cilacap. (Skripsi Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

Penelitian sebelumnya yang selanjutnya menjadi referensi bagi peneliti adalah penelitian mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Sumatra Utara yang bernama Rinda Natalia Nababan (2009:71) dengam judul penelitian " Persepsi Masyarakat Terhadap Manfaat Program Pengembangan Masyarakat (CSR) PT. DAIRI PRIMA MINERAL dalam Bidang Pendidikan (Studi Deskriptif Kec. Silima Pungga-pungga Parongil, Kab. Dairi)" dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Rumusan masalah pada penelitian ini melihat bagaimana Persepsi Masyarakat terhadap manfaat program pengembangan masyarakat (CSR) PT. DAIRI PRIMA MINERAL dalam bidang pendidikan (Studi Deskriptif Kec. Silima Pungga-pungga Parongil, Kab. Dairi).

Hasil penelitian terdahulu mengatakan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap para Tokoh Pendidikan, Tokoh Masyarakat maupun Manajer Hubungan Masyarakat PT. DAIRI PRIMA MINERAL dapat diketahui dan disimpulkan bahwa program pengembangan masyarakat oleh PT. DAIRI PRIMA MINERAL adalah satu tanggung jawab sosial Perusahaan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat Parongil. Kerjasama, interaksi, tolong menolong adalah bagian terpenting dalam tanggung jawab sosial Perusahaan karena membangun masyarakat lingkar tambang yang mandiri adalah merupakan visi utama PT. DAIRI PRIMA MINERAL.

Penelitian ini memiliki persamaan mengenai persepsi masyarakat terhadap CSR perusahaan industri yang diteliti. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian terdahulu meneliti bagaimana Persepsi Masyarakat

terhadap manfaat program pengembangan masyarakat (CSR) PT. DAIRI PRIMA MINERAL dalam bidang pendidikan (Studi Deskriptif Kec. Silima Pungga-pungga Parongil, Kab. Dairi). Sedangkan peneliti ini melihat Bagaimana persepsi masyarakat Desa Batu Ampar terhadap Program CSR yang dilakukan PT.Bara Batu Ampar Prima. (Skripsi mahasiswa sosiologi, Universitas Sumatra Utara, 2009)

Ada Penelitian yang diteliti oleh Staff Pengajar UIN Sunan Kalijaga dan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang bernama Fatma Dian Pratiwi, dengan judul penelitian "Kontradiksi Bumi Papuan: Tinjauan Kritis Program CSR PT.Freeport Indonesia di Papua". Dengan rumusan masalah mengapa masih ada begitu banyak kontroversi seputar keberadaan PT.Freeport Indonesia yang membuat program CSR tersebut menjadi seperti tidak relevan. Melihat begitu banyak dana yang telah dianggarkan dan kucurkan oleh PT. Freeport Indonesia melalui program CSRnya, sekilas telah terpampang program CSR yang sangat sempurna tetapi masih banyak konroversi seputar keberadaan PT.Freeport Indonesia saat ini.

Hasil penelitian terdahulu mengatakan CSR dalam kasus PT Freeport Indonesia, masih jauh dari sempurna dalam hal pelaksanaannya. Ibaratnya hanya sebagian sedikit balas budi untuk kekayaan yang sudah berpindah tangan dari Indonesia ke Amerika Serikat, negeri asal perusahaan ini selama 24 tahun. Masih 32 tahun ke depan PT. Freeport bebas beroperasi hingga kelak mereka meninggalkan bumi Papua dengan sebuah bekas kedudukan raksasa tambang emas yang mungkin sedah habis tak bersisa lagi. Meninggalkan pemerintah Indonesia dengan pekerjaan rumah mengembalikan tanah papua yang sudah terkonta minasi dan penuh dengan zat berbahaya bagi lingkungan.

Persamaan penelitian ini adalah pada program CSR perusaahaan yang diteliti. Perbedaan penelitian ini penelitian terdahulu melihat penyebab banyaknya kontroversi yang terjadi seputar keberadaan PT.Freeport Indonesia yang membuat program CSR tersebut menjadi seperti tidak relevan di mata masyarakat. Sedangkan penelitian ini membahas bagaimana persepsi masyarakat Batu Ampar terhadap program CSR yang dilakukan PT. Bara Prima Pratama (Jurnal komunikasi, vol. 3, no 2, April 2009).

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh mahasiswa Ilmu Kesejateraan Sosial Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga yang bernama Muhammad Ufik Nurhadi (2014:105) dengan judul "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) PT. Pertamina DPPU Adi Sutjipto di Dusun Nayan Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta. Penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan rumusan masalah bagaimana proses pemberdayaan masyarakat oleh PT. Pertamina DPPU Adi Sutjipto melalui program CSR berpengaruh terhadap kesejateraan masyarakat penerima manfaat di Dusun Nayan.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat Nayan melalui program CSR PT. Pertamina DPPU Adi Sutjipto yang diwujudkan dengan budidaya ikan air tawar melalui 3 tahap. Pertama, *Enable Seting* pada tahap program CSR dimulai dengan koordinasi yang dilakukan bersama masyarakat nayan dalam menentukan usaha menentukan pemberdayaan melalui budidaya ikan air tawar. Kedua, *Empoering Local Community*, pada tahap ini pelaksanaan program CSR diwujudkan dengan menyelenggarakan pelatihan-pelatihan dan sosialisasi tentang cara budidaya ikan air tawar dengan baik dan benar. Ketiga, *Socio Political* pada tahap ini program CSR diwujudkan dengan didirikannya Unit Pengolahan Ikan (UPI) dan Koperasi Pengolahan Mino Mudi Lestari. Dampak dari pelaksanaan program adalah meningkatnya produktivitas panen ikan oleh pembudidaya ikan masyarakat nayan sehingga kesejahteraan masyarakat terpenuhi.

Persamaan penelitian terdahulu ini yaitu pada program CSR perusahaan. Perbedaannya penelitiaan terdahulu meneliti pada pemberdayaan masyarakat melalui program CSR PT. Pertamina DPPU Adi Suutjipto di Dusun Nayan Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta sedangkan penelitian ini membahas bagaimana persepsi masyarakat Batu Ampar terhadap program CSR yang dilakukan PT. Bara Prima Pratama (Skripsi mahasiswa Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).

Penelitian terdahulu yang terakhir yaitu Penelitian Dosen Komunikasi Universitas Islam Indonesia (UII) yang bernama Masduki dengan judul "Mengkritisi Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di perusahaan Migas Sumbagsel". Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Hasil penelitian terdahulu yang terakhir ini adalah diperlukannya upaya penguatan yang terencana terhadap divisi CD sebagai institusi yang berperan serta dengan institusi lain dalam manajemen konflik di perusahaan Migas, diperlukan penguatan yang kompetensi program CD melelui pelatihan pemahaman menejemen konflik bagi staf CD. Komitmen untuk pengembangan CSR harus ditunjukan perusahaan Migas dengan mengalokasikan dana lebih memadai serta pengadaan personil yang berkompeten.

Persamaan penelitian terdahulu yang terakhir ini adalah pada program tanggung jawab sosial (CSR) di perusahaan. Perbedaannya penelitian terdahulu mengkritisi program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di perusahaan Migas Sumbagsel. Sedangkan penelitian ini mendeskripsikan bagaimana persepsi masyarakat desa Batu Ampar terhadap program CSR yang dilakukan PT Bara Batu Ampar Prima (Jurnal komunikasi, vol. 3, no 2, April 2009).

F. Kerangka Teori

1. Persepsi

Menurut Dedy Mulyana (2011:179), pada awal abad ke-19 para ilmuwan menduga bahwa apa yang di tangkap panca-indra kita sebagai sesuatu yang nyata dan akurat. Pakar-pakar psikologi menyebutkan bahwa mata merupakan kamera dan retina adalah filmnya yang mereka rekam pada pola cahaya yang jatuh di atasnya. Banyak para ilmuwan modern menantang bahwa asumsi itu; kebanyakan percaya bahwa apa yang kita amati sangat dipengaruhi oleh sebagian citra retina mata dan terutama oleh kondisi pikiran orang yang mengamatinya. Oleh karena itu, kita biasanya memiliki suatu kesan yang berbeda mengenai hal lingkungan disekeliling kita yaitu seperti: benda, situasi atau keadaan, seseorang atau pun peristiwa yang ada terjadi di sekeliling kita, meskipun kita memiliki suatu informasi yang sama mengenai hal tersebut.

> *Persepsi merupakan suatu proses di mana individu memilih, menginterprestasikan, dan mengorganisasikan apa yang dibayangkan tentang dunia disekelilingnya. Jadi setiap individu mempersepsi dengan memandang dunia berkaitan dengan apa yang dia butuhkan, apa yang dia nilai dan apakah sesuai dengan keyakinan dan kebudayaannya (Liliweri 2011:153).*

Ada beragam faktor pembentuk persepsi salah satunya adalah masa lalu individu. Pengalaman masa lalu rupanya telah membekas dan membentuknya dalam memandang seseorang, sesuatu atau memandang suatu peristiwa dengan cara tertentu. Oleh karena itu setiap individu dapat melihat suatu objek yang sama namun dengan cara yang berbeda, sehingga masing-masing individu mempunyai berbagai persepsi pada satu objek.

Menurut Mulyana (2007: 180), persepsi adalah inti dari komunikasi sedangkan penafsiran (interpretasi) juga adalah inti persepsi, yang identik hampir sama dengan penyandian –balik (*decoding*) dalam suatu proses komunikasi itu sendiri. Adapun persepsi itu disebut dengan inti komunikasi karena jika suatu persepsi yang di miliki seseorang tidak akurat atau dengan kata lain tidak benar, maka tidak mungkin seseorang dapat berkomunikasi dengan efektif.

Ada beberapa definisi menurut para ahli dalam buku Mulyana (2007:180) salah satunya menurut *Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken*, persepsi yaitu sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran di sekeliling dan lingkungan kita. Maka dari itu sebabnya kita sebenarnya tidak mengetahui dunia di sekeliling kita sesederhana yang kita kira. Alih-alih, kita mengkontruksi suatu "gambar" mengenai dunia tersebut melalui suatu proses aktif dan kreatif yang kita sebut persepsi. Mulyana (2011:179), presepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut akan mempengaruhi perilaku kita. Selain itu menurut Julia T. Wood (2012:26),

> *Persepsi (perception) adalah proses aktif menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan orang, objek peristiwa, situasi, dan aktivitas. Persepsi terdiri dari tiga proses: menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan. Ketiga proses ini tumpang-tindih dan terus-menerus, sehingga mereka bercampur dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, jadi yang satu mempegaruhi dua yang lainnya.*

Jalaludin Rakhmat (2008:51), persepsi merupakan suatu pengalaman tentang objek, perstiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan

suatu informasi dan menafsirkan sebuah pesan. Persepsi juga sama seperti sensasi, yang ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional.

Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat indra kita yaitu indra peraba, indra penglihatan, indra penciuman, indra pengecap, dan indra pendengaran. Sensasi merupakan pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecap (Dedy Mulyana, 2011:181). Tahap terpenting dalam persepsi menurut Mulyana (2011:182) adalah pandangan terhadap suatu informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih alat indra kita. Jadi, suatu pengetahuan yang kita peroleh melalui suatu persepsi bukanlah pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya tapi melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Atensi tidak terelakan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apa pun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti persepsi membutuhkan suatu objek untuk dapat dipersepsikan oleh orang lain ataupun diri sendiri.

Persepsi terdiri dari tiga aktivitas menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam Dedy Mulyana (2011:181) yaitu: seleksi, organisasi, dan interprestasi. Adapun yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi. Atensi adalah suatu tahap di mana kita memperhatikan suatu informasi yang telah ada sebelum kita menginterprestasikanya. Sedangkan sensasi merupakan proses pengiriman pesan ke otak melalui panca indra sebagai reseptor yang menghubungkan otak dengan lingkungan sekitar. Selain itu, ada pula organisasi yang melekat pada interprestasi sebagai tahap terakhir dan dapat di definisikan yaitu proses penafsiran informasi atau pemberian makna kepada infarmasi yang telah ditangkap dan diperhatikan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu a*ttention* (perhatian) adalah proses dimana mental ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Jalaluddin Rakhmat, 2007:52). Perhatian terjadi bila kita mengonsentrasikan diri pada salah satu alat indra dan mengesampingkan masukan melalui alat indra yang lain. Ada dua faktor yang mempengaruhi perhatian yaitu, faktor internal dan eksternal (Mulyana, 2007: 197).

Faktor yang pertama adalah faktor internal mempengaruhi perhatian yaitu faktor sosial budaya (gender, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, status sosial, agama, pengalaman masa lalu, ras, dan sebagainya); faktor psikologis (kemarahan, kesedihan, kesenangan, pengharapan, motivasi, keinginan, kemauan,

dan sebagainya); faktor biologis (haus, lapar, kenyang, ngantuk dan sebagainya) dan faktor fisiologis (gemuk, kurus, sakit, cacat tubuh, sakit, sehat, lelah, pendek, tinggi, dan sebagainya). Semakin besar perbedaan persepsi masing-masing individu maka semakin besar pula perbedaan aspek-aspek diatas antar individu (2007:197).

Faktor yang kedua yaitu faktor eksternal yang juga dapat mempengaruhi perhatian seseorang terhadap suatu objek yakni atribut-atribut yang dipersepsi seperti suatu gerakan, intensitas, kontras, dan petualangan objek yang dipersepsikan. Sebenarnya suatu objek yang bergerak terlihat lebih menarik dari pada objek yang diam. David Krech dan Richard S. Crutchfield dalam Jalaluddin Rakhmat (2007:51) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor fungsional dan faktor struktural.

Faktor fungsional (2007:55) berasal dari kebutuhan, pengalaman di masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang sering kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Sesungguhnya yang menentukan persepsi bukan pada jenis atau pada bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu. Sedangkan faktor struktural (2007:58) itu berasal semata-mata dari sifat yang ditimbulkan pada sistim saraf individu. Apabila kita ingin mempersepsikan sesuatu, kita mempersepsikannya secara keseluruhan.

> Deddy Mulyana, (2002:167).*Persepsi adalah proses interal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.*

Selain faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, ada juga jenis-jenis persepsi Liliweri (2011:160-161) yaitu persepsi diri, persepsi lingkungan, persepsi yang dipelajari, persepsi fisik, dan persepsi budaya. Persepsi diri individu merupakan cara seseorang menerima diri sendiri. Persepsi diri berbasis pada apa yang dikagumi dan sejauh mana persepsi tersebut bernilai baginya. Persepsi lingkungan dibentuk berdasarkan konteks di mana informasi di terima. Lingkungan di sekeliling kita juga dapat membentuk penyaringan mental pada persepsi manusia terhadap informasi. Persepsi yang dipelajari merupakan persepsi yang terbentuk karena individu mempelajari lingkungan sekitar.persepsi yang di pelajari berbentuk ide, gagasan, pikiran, dan keyakinan yang dipelajari dari orang lain. Persepsi fisik terbentuk berdasarkan pada dunia yang serba terukur. Secara fisik individu melihat dan mendegar sesuatu lalu di ikuti bagaimana individu memproses apa yang dilihat itu

dalam pikiran dan akal. Persepsi budaya mempunyai skala yang sangat luas, persepsi budaya juga sangat bervariasi dari satu desa ke desa lain, dari satu kota ke kota lain, dan dari satu bangsa ke bangsa lain.

Selain jenis persepsi ada juga hambatan yang terjadi dalam proses pembentukan persepsi (Liliweri, 2011:161). Bersasarkan teori *implicit personality* hambatan persepsi bersumber dari kecenderungan seseorang untuk mengembangkan yang terpisah jadi seseorang ingin tampil berbeda sehingga dia mempersepsikan sesuatu dengan berbeda pula. *Self-fulfilling prophecy* ini, individu mempersepsikan sesuatu karena dipengaruhi oleh faktor yang tidak dia duga sebelumnya, akibatnya individu tidak dapat meramal persepsinya sehingga dia bertindak tidak sesuai dengan kebiasaannya. *Primacy-recency,* hambatan persepsi ini terjadi karena individu terlalu terbuai dengan kesan pertama tentang obyek yang dia persepsikan. Hambatan yang selanjutnya *consistency*, persepsi ini terjadi karena individu terlalu mengharapkan segala sesuatu bersifat konsisten, namun yang dia hadapi situasi konsisten pikiran dan perilaku.

Menurut Mulyana (2011:191-213), persepsi memiliki berbagai jenis. Jenis persepsi yang pertama adalah persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi seseorang terhadap sesuatu, objek atau kejadian dan reaksi mereka tergantung pada pengalaman masa lalu individu dan melalui pembelajaran yang telah diajarkan. Kedua, persepsi bersifat selektif pada dasarnya setiap saat melalui indra pada diri seseorang dirangsang dengan berjuta rangsangan indrawi jika seseorang membiarkan semuanya rangsangan tersebut seseorang bisa gila maka dari itu seseorang dituntut untuk memperhatikan hal yang menarik baginya. Ketiga adalah persepsi bersifat dugaan karena pada dasarnya data yang diperoleh melalui pengindraan tidak pernah lengkap, maka sering kita melakukan dugaan atau langsung melakukan penyimpulan. Persepsi keempat adalah bersifat evaluatif karna perasaan seseorang sering mempengaruhi persepsinya padahal itu bukanlah suatu yang objektif. Seseorang melakukan suatu interprestasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan berdasarkan subjektifnya sendiri karna itulah persepsi disebut bersifat evaluatif. Terakhir, persepsi bersifat kontekstual yaitu setiap peristiwa komunikasi seseorang selalu dituntut untuk mengorganisasikan rangsangan menjadi suatu persepsi meskipun sesungguhnya banyak informasi yang kita perlukan untuk melakukan persepsi terhadap orang lain namun paling tidak ada yang perlu kita ketahui yaitu

tujuan orang tersebut, kondisi internalnya (psikologis), dan kesamaan kita dengan orang tersebut.

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Totok (2014:157) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar. Di mana perusahaan memiliki kewajiban untuk melaksanakannya, faktanya hampir tidak semua perusahaan yang menjalankan program ini dengan baik dan benar. Perusahaan sering mengangap bahwa kegiatan CSR ini sebagai suatu pemborosan karena anggaran perusahaan banyak terserap oleh kegiatan CSR ini yang tidak mendatangkan keuntungan.

Sedangkan menurut lembaga World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) tahun 2003 dalam buku Mardikanto:

> *Corporate Sosial Responsibility adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, berkerja dengan kariawan, keluarga mereka masyarakat setempat, dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup mereka(Mardikanto 2014:95).*

Sehingga CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan dengan sukarela dan berkelanjutan. Tetapi selain itu perlu juga bagi perusahaan untuk memperbarui setiap kegiatan yang telah mereka lakukan. Dengan adanya UU No. 40 tahun 2007 Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) menurut Mardikanto (2014:201-213) menjadikan setiap perusahaan mau tidak mau harus mematuhi hukum ini, sehingga hal ini yang membuat sebuah perusahaan memiliki kewajiban yang standar dan harus dipenuhi. Dengan adanya Undang-Undang ini akan membuat korporasi ataupun industri wajib untuk melaksanakannya. Tetapi peraturan ini bukan untuk membebankan perusahaan malah mempermudah jalannya bisnis yang di rencanakan perusahaan dengan bertanggung jawab pada *profit*, *people*, dan *planet* (Nunung, 2012: 123).

Tidak hanya sebatas itu saja perusahaan tidak bisa hanya menggandalkan undang-undang tersebut melaikan maksud dari *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) itu sendiri yang semestinya dijalankan oleh

sebuah perusahaan. Seperti menurut Bambang Rudito (2013:98-99) usaha meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat di definisikan dengan tingkat ekonomi dan pendapatan tidak dapat berjalan seiring dengan keadaan sumber daya lingkungan yang semakin parah, akibatnya masyarakat tidak mampu untuk hidup secara berkelanjutan dalam usaha untuk meningkatkan ekonomi serta memelihara lingkungan sekaligus. Maka perlu bagi perusahaan untuk memperhatikan lingkungan agar program CSR yang dilakukan dapat berjalan dengan semestinya.

Dalam pertemuan di Rio de Janeiro (Bambang 2013:99-100) bahwa adanya pembangunan yang berkelanjutan mencakup berkelanjutan baik secara ekonomi maupun lingkungan disini maksudnya berbagai kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh percepatan pembangunan ekonomi, sehingga percepatan peningkatan ekonomi banyak lingkungan alam yang dikorbankan. Untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat hal ini dapat menjadi patokan bagi perusahaandalam melaksanakan tanggungjawab sosialnya (*Corporate Sosial Responsibility).*

Pembangunan yang berkelanjutan disini artinya memenuhi kebutuhan saat ini dan mengusahaan pemenuhan kebutuhan bagi generasi yang selanjutnya ini mengisyaratkan adanya suatu alih teknologi bagi hubungan antara generasi yang artinya memberikan kesempatan generasi selanjutnya memenuhi kebutuhannya dalam bentuk alih teknologi. Keberlanjutan dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh korporasi yang mempunyai kebudayaan perusahaan sebagai tanggungjawab perusahaan (*Corporate Sosial Responsibility).* Corporate Sosial Responsibility dapat dipahami secara komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi secara bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Sankat, Clement K, 2002).

Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan suatu masyarakat lokal tentunya akan bersifat kontekstual. Ini bemula pada pemahaman yang berbeda dari masing-masing individu masyarakatdengan model budaya dan khasnya. Dimana definisi tentang kemiskinan akan berbeda antara penafsirang masyarakat dari kehidupan industri dengan masyarakat kehidupan bertani, berladang pindah dan seterusnya, maka ukurang bersifat

kontekstual ini pun akan mengalami perbedaan pada ukurang kesejahteraannya. Sehingga bagi korporat dari kalangan industri akan kesulitan dalam melaksanakan pengembangan masyarakat sebagai perwujudan CSR-nya.

Selain itu adapun pengertian CSR secara global yang perlu diketahui oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan kegiatang CSR yaitu:

> *Dalam konteks global, CSR mulai digunakan tahun 1970-an dan semakin popular setelah kehadiran buku Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business (1998), karya Jhon Elkington yang membanggakan tiga komponen penting sustainable development, yakni aconomic growth, environmental protection, and social equity, yang digagas oleh The World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam 3 focus: 3P, yaitu singkatan dari profit, planet dan people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit), tetapi juga memiliki kepedilian terhadap kelestarian lingkungan (planet), dan kesejahteraan masyarakat (people)* (Totok, 2014 : 85).

Pada saat ini tidak sedikit PR (humas) perusahaan yang menjalankan program CSR, sering kali sebuah perusahaan hanya memberi uang kepada masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat. Padahal hal tersebut tidak banyak berpengaruh pada perusahaan, tetapi jika tanggung jawab itu dijalankan semestinya maka CSR ini akan sangat berpengaruh pada berkelanjutan untuk tercapainya suatu tujuan. Sudah sangat jelas bahwa tanggung jawab yang lebih luas tentang CSR tidak hanya pada keuntungan ekonomi, kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat juga perlu untuk diperhatikan.

Ada beberapa pendapat bila kita singgung tentang dunia bisnis dan hubungannya dengan CSR, terdapat banyak pendapat antara lain yang disampaikan oleh Jaya Suprana (2008) yakni bisnis merupakan aktivitas yang mengambil keuntungan dari interaksi sosial, karena itu harus di kembalikan kepada masyarakat sebagai tanggung jawab sosial, jika tidak, maka akan terjadi proses Kualatisme. Suhardjanto (2011) dalam buku Totok (2014:85) mengatakan dalam bahasa yang lebih sederhana lagi dan mengena langsung tentang bisnis dan CSR “Siapa berani berbuat harus berani bertanggung jawab”.

Selain itu ada juga definisi CSR menurut penulis yang lain yaitu,

> *Bowem (1953) mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Karena itu, menurut Walton, konsep baru tanggung jawab sosial mengakui keintiman hubungan antara perusahaan dan masyarakat dan menyadari bahwa hubungan tersebut harus selalu diingat oleh menejer puncak korporasi dan kelompok-kelompok yang terkait dengan upaya mengejar tujuan masing-masing* (Totok, 2014:86-87).

Undang-undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, sudah sangat jelas untuk diketahui oleh seluruh perusahaan dalam melakukan bisnis. Tidak ada alasan lagi bagi perusahaan untuk tidak melakukan tanggung jawab sosial karena bagaimana pun setiap perusahaan sangat bertanggung jawab atas lingkungan dan masyarakat sekitar. Tidak sampai disini saja selain perusahaan wajib untuk melakukannya perlu bagi perusahaan untuk menperbarui ke yang lebih baik lagi agar setiap kegiaatan CSR yang terlaksana dapat mensejahterakan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Perusahaan yang baik lebih memperhatikan masyarakatnya. Dalam hal ini seorang PR perusahaan harus memberikan bentuk tanggung jawabnya kepada masyarakat sekitar, dengan bentuk tanggung jawab itu masyarakat dengan sendirinya akan memberikan kepercayaan kepada perusahaan serta bisa jadi masyarakat akan berpihak kepada perusahaan. Dalam artian "Apa yang diberikan perusahaan bukan karena perusahaan itu ingin memberi hanya untuk medapatkan nama, agar semua yang mereka rencanakan mudah untuk di laksanakan dan ya karna mereka punya uang". Tapi perusahaan tersebut menyadari bahwa betapa pentingnya CSR bagi mereka, dan perlu juga bagi perusahaan melihat sejauh mana program CSR yang merekalakukan berjalan apakah sudah baik atau perlu diperbaiki lagi.

Menurut Jones (2003) dalam buku Totok (2014:95), CSR atau yang biasa disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk kelompok pelanggannya dalam masyarakat selain pemegam saham dan melebihi dari yang di tetepkan oleh hukum dan kontrak kesatuannya. CSR adalah tentang bagaimana sebuah perusahaan mengelola proses bisnis untuk dapat menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat menurut Baker (2003) dalam buku Totok (2014:95).

Secara umum Corporate Sosial Responsibility merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial dan dapat menikmati serta memanfaat kan lingkungan hidup termasuk perubahan yang ada sekaligus memelihara. Selain itu *Comunity Development* atau kegiatan pembangunan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas hidup yang lebih baik lagi dibandingkan dari pada kegiatan pembangunan yang sebelumnya (Budimanta, 2002) dalam buku Bambang (2013: 142)

Pada awalnya memang CSR hanya bersifat Philantropy demi keberlanjutan korporasi, ternyata semakin dipahami oleh kalangan bisnis sebagai bentuk investasi sosial atau bahkan perkembangan terakhir merupakan kegiatan yang berpihak pada kaum miskin atau harus memiliki aksi nyata untuk memerangi kemiskinan. Karena itu tidak berlebihan kalau CSR hanya dipahami sebagai praktik pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan seiring berkembangnya pemikiran tentang CSR itu Budi Untung (2014: 2-3) telah mencoba meramunya sejak CSR sebagai upaya keberlanjutan korperasi, pemberdayaan masyarakat, dan penanggulangan kemiskinan. Dimana CSR itu merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya sebagai kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan cara tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan ini juga harus memperhatikan dan menghormati budaya masyarakat sekitar. Pelaksanaan CSR juga dapat berdampak pada kesinambungan perusahaan. Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hany berdasarkan faktor keuangan seperti halnya keuntungan atau deviden, melainkan juga harus berdasarkan pada konsekuensi sosial di lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang.

> *Dalam teori keadilan sosial, CSR berkontribusi terhadap korporasi berkelanjutan dengan memberikan argumen etis. Jika masyarakat pada umumnya percaya bahwa pembangunan berkelanjutan adalah tujuan yang berharga maka korporasi memiliki kewajiban etis untuk membantu memindahkan masyarakat kearah itu (Budi Untung 2014:39)*

Pendukung teori keadilan sosial ini berpendapat bahwa masyarakat yang adil adalah dimana kebutuhan semua anggota masyarakat diakui, bukan dengan mereka yang memiliki kekuasaan dan kekayaan masyarakat semata.

b. CSR dan Persepsi Masyarakat

Sebenarnya secara utuh konsep dari CSR merupakan panduan dari berbagai macam aktivitas perusahaan untuk mencapai keuntungan finansial perusahaan dalam jangka panjang dan berkelanjutan. Ini merupakan konsep yang sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Elkington (1998) dalam buku Nunung (2012:78) tentang "Triple Bottom Lines" yakni profit (keuntungan), planet (lingkungan), dan people (manusia). Suharto (2008) dalam Nunung (2012:78) menambahkan satu elemen baru pada konsep ini yaitu *Procedure* (prosedur). Pada konsep ini, maka CSR dipahami sebagai aktifitas untuk menyisihkan sebagian keuntungan (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*), dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional (Nunung, 2012: 78)

Corporate Social Responsibility atau yang sering di sebut CSR merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* sebuah perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat.

> *Chakraborty (2010) menyimpulkan bahwa, Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Dengan demikian perusahaan mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan mereka terhadap pelanggan, pemasok, memegang saham kariyawan, masyarakat dan pemangku kepentingan perusahaan lainnya, serta lingkungan* (Totok, 2014: 132-133).

Masyarakat adalah sekumpulan orang-orang yang hidup dalam satu kesatuan, dengan bermacam-macam sifat, adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa. Meskipun masyarakat diartikan sebagai orang yang berbeda-beda tetapi mempunyai rasa kebersamaan dan kesatuan yang tinggi. Ciri-ciri masyarakat adalah sebagai makhluk sosial, yang saling memerlukan satu sama lain, seseorang itu tidak dapat hidup sendiri di dunia ini, pasti membutuhkan seseorang untuk saling berinteraksi, menerima informasi, dan membutuhkan bantuan.

Secara umum, pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama. Menurut Koentjaraningrat (2002:143-144), istilah masyarakat berasal dari bahasa Arab dengan kata *syaraka* yang artinya ikut serta (berpartisipasi). Sedangkan dalam bahasa Inggris, masyarakat disebut dengan *society* yang pengertiannya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Selain itu Menurut Selo Soemardjan, masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan.Masyarakat juga sangat berpengaruh bagi perusahaan saat ini, karena masyarakat adalah orang yang terkena dampak dari perusahan, menentukan sebuah perusahaan dapat mengambil sumber daya di suatu daerah harus mendapatkan izin selain dari pemerintah, juga izin dari masyarakat sekitar.

Masyarakat awam belum mengetahui banyak hal tentang perusahaan, tanggungjawab perusahaan, dan bagaimana sistem perusahaan itu sendiri berjalan. Dengan kekurangan masyarakat dalam ilmu pengetahuan yang lebih, kelemahan inilah yang terkadang membuat perusahaan memilih jalan yang lebih mudah tanpa merencanakan program sendiri untuk masyarakat sekitar. Tetapi memberikan dana dengan mengatakan itu sebagai tanggung jawab kami. Padahal itu tidak berpengaruh besar pada perusahaan itu sendiri.

Pada umumnya, masyarakat lebih percaya dengan melihat sebuah peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar. Mereka akan mengatakan atau dengan mudah menyetujui sebuah program atau pembangunan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengambil sumber daya alam yang ada di sekitar mereka. Apabila pihak perusahaan peka atau peduli dengan masyarakat, maka jika sisi positif perusahaan ditonjolkan di awal sebelum mereka memulai penggalian atau pelaksanaan bisnis mereka, masyarakat akan mudah menyetujui hal itu bahkan mungkin masyarakat membantu dalam hal tenaga kerja bila perusahaan membutuhkannya.

> *Tanaya (2004) menyatakan bahwa, esensi sosial merupakan wujud dari giving back dari perusahaan kepada komunitas atau masyarakat sekitar, yang dapat dilakukan untuk menghasilkan bisnis berdasarkan niat tulus guna memberiS kontribusi yang paling positif pada masyarakat sekitar (stakeholders). Selanjutnya bahwa tujuan CSR bukan hanya pembangunan komunitas semata. Inti tujuan CSR yaitu bagaimana pembangunan komunitas semakin eksis berada dalam masyarakat sebagai upaya untuk keseimbangan lingkungan dan alam* (Totok, 2014 :133).

Setiap masyarakat memiliki berbagai pandangan baik positif atau negatif, setiap apa yang mereka katakan berawal dari apa yang pereka alami dan rasakan. Tidak dapat dipungkiri setiap masyarakat akan mudah untuk berubah tergantung kesan apa yang mereka terima pada saat pertama kali melihat, mengetahui, dan mendengar suatu peristiwa. Selain itu masyarakat cenderung berkelompok apalagi pada saat mereka mendapatkan kesulitan, maka dari itu tidak mudah untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat bagi suatu perusahaan. Masalah ini sangat sensitif bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis mereka, maka dari itu perlu kegiatan CSR yang harus dilakukan perusahaan untuk merangkul masyarakat sekitar.

Bagi perusahaan nama baik atau citra perusahaan itu sangat penting dan harus dijaga salah satunya masyarakat, di mana masyarakat dapat menjadi kunci utama agar semua yang diinginkan perusahaan tercapai. Suatu daerah di mana kita memposisikan diri kita (perusahaan) itu seperti tinggal di sebuah desa yang memiliki banyak tetangga hanya saja rumah kita lebih besar dan luas. Tapi walaupun begitu kita harus menjaga untuk lebih rendah diri jangan sombong agar kita juga dapat dihargai oleh masyarakat. Dengan cara seperti inilah yang membuat kita dapat disegani masyarakat dan akhirnya masyarakat dengan senang hati menerima perusahaan kita berdiri. Tentu saja dengan menjaga lingkungan dan memperhatikan masyarakat.

> *Asih (2012) mengatakan, bahwa tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatian kepada tiga hal yaitu keuntungan (profit), masyarakat (people) dan lingkungan (planet)* (Totok, 2014: 133)

Sebuah perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang bernilai memadai disebabkan keuntungan yang merupakan sebuah titik pondasi bagi perusahaan tersebut untuk dapat berkembang dan dapat mempertahankan eksistensinya dengan perolehan keuntungan yang memadai, perusahaan dapat membagi deviden kepada pemegang saham, memberi imbalan kepada karyawan, serte menyisihkan sebagian keuntungan yang diperoleh, untuk pertumbuhan dan pengenbangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan banyak dampak yang di harapkan oleh masyarakat (Totok, 2014:133).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Adapun metode yang digunakan yaitu metode kualitatif, pengumpulan data mengunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah, dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Lexy, 2005:6).

Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian non hepotesis. Sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Hasil informasi dari penelitian ini dikumpulkan dan akan diolah dengan objektif juga tidak dipengaruhi oleh pendapat pihak lain. Jenis penelitian kualitatif ini memiliki asumsi seperti; peneliti kualitatif memberikan proses, bukan hasil ataupun produk penelitian, peneliti kualitatif ini tertarik pada makna bagaimana seseorang merasakan hidupnya, pengalamannya, dan struktur dunia mereka. Peneliti adalah instrumen utama untuk pengumpulan data dan juga analisis, penelitian kualitatif dalam hal ini yaitu melibatkan lapangan, secara fisik peneliti ini mendatangi orang-orang, lokasi atau institusi untuk mengamati atau merekam prilaku orang dalam latar belakang alamiahnya.

2. Lokasi

Penelitian ini berlokasi di PT. Bara Prima Pratama dan Desa Batu Ampar, yang berlokasi di Jln. Lintas Timur, Desa Batu Ampar, Kecamatan Kemuning, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau.

3. Waktu

Penelitian ini akan dilaksanakan selama enam bulan mulai dari bulan September sampai Februari 2016. Namun dalam proses wawancara dan observasinya memerlukan waktu 1 setengah bulan.

4. Narasumber

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan narasumber yaitu *key informan,* yaitu narasumber yang dianggap dapat memberikan informasi secara lisan

(Meolong, 2006:138). Metode pemilihan narasumber menggunakan *purposive sampling,* yaitu naraumber dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2005: 54).

Narasumber yang dituju adalah Masyarakat Desa Batu Ampar yang berada di sekitar perusahaan tambang batu bara dan yang merasakan dampak program CSR tersebut. Penulis memilih narasumber dari beberapa tokoh masyarakat yang tergabung dalam forum komunikasi pengembangan dan pemberdayaan masyarakat seperti kepala desa batu ampar, humas desa, kemudian beberapa masyarakat desa batu ampar yang menerima program CSR PT Bara Prima Pratama antara lain beberapa guru SD dan TK yang menerima program CSR berupa beasiswa dan bantuan berupa dana untuk murid-murid yang berprestasi dan kurang mampu. Kemudian kepala PAUD desa Batu Ampar yang menjadi program CSR perusahaan dan program CSR yang di berikan kepada masyarakat Batu Ampar. Selain itu juga penambahan ruang kelas Madrasah Diniyah Awaliyah serta pembagian rutin buku magrib mengaji. Alasan kenapa peneliti memilih Masyarakat Desa Batu Ampar adalah masyarakat desa Batu Ampar juga merupakan desa yang telah mendapatkan program CSR dari PT. Bara Prima Pratama yaitu pembangunan PAUD, Mushola, pembagian buku magrib mengaji dan tambahan ruangan untuk MDA (madrasah diniyah awaliyah). Adapun masyarakat desa Batu Ampar yang terdampak antara lain:

1. PT Bara Prima Pratama
    a. Humas PT BPP : Bapak Wahyu dipilih menjadi narasumber karena beliau mengetahui secara keseluruhan program CSR di Desa Batu Ampar.
2. Forum komunikasi pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (FKPPM):
    a. Kepala Desa Batu Ampar : Bapak Mahroni menjadi salah satu narasumber yang dipilih karena tergabung didalam FKPPM selain itu bapak Mahroni juga terlibat dalam pelaksanaan program CSR di Desa Batu Ampar, beliau juga mengurus tanah yang dijual kepada perusahaan. Maka perlu penulis memilih bapak Mahroni sebagai narasumber pada penelitian ini.
    b. Ketua Adat : Bapak H. Sanusi adalah narasumber yang juga mengetahui program CSR PT BPP selain itu juga ada program

CSR berbentuk dana untuk pembuatan tenda makam, untuk kegiatan sosial penyelenggaraan pemakaman, perbaikan alat kesenian melayu dan lain-lain. Maka dari itu perlu penulis memilih ketua adat sebagai salah satu narasumber.

c. Pemuda Desa Batu Ampar : Tabrani juga menjadi narasumber peneliti karena ada beberapa program CSR berupa dana untuk kegiatan pemuda-pemudi seperti turnamen bola untuk laki-laki dan turnamen volly untuk perempuan. Maka perlu penulis memilih pemuda desa Batu Ampar menjadi narasumber.

3. Perangkat Desa Batu Ampar :
    a. Humas Desa Batu Ampar : Bapak Suryadi sebagai humas desa tentu bapak suryadi mengetahui CSR, selain itu beliau juga banyak mengetahui program CSR yang dilakukan perusahaan kepada Masyarakat. Sebelum adanya FKPPM ada perundingan antara PT kepada desa untuk perizinan dan pembicaraan kedepannya dan akhirnya dibentuklah FKPPM.
    b. Kepala Dusun Kubang Gajah : Bapak Ngatino menjadi salah satu narasumber penulis yang dipilih karena dusun Kubang Gajah menjadi satu diantara 6 dusun yang mendapatkan program CSR dari perusahaan.
4. Masyarakat biasa :
    a. Kepala sekolah SD 014 : Bapak Al-Hudri dipilih menjadi narasumber pad penelitian ini karena SD 014 merupakan salah satu penerima program CSR perusahaan berupa dana untuk murid-murid yang berprestasi dan yang kurang mampu.
    b. Guru : Bapak Supadi dipilih menjadi narasumber karena beliau mengetahui program CSR perusahaan di desa Batu Ampar selain itu disekolah tempat bapak supadi mengajar mendapatkan program CSR berupa dana selain untuk murid, ada beberapa guru juga yang mendapatkannya.
    c. Guru SD 004 : Ibu Farida menjadi narasumber penulis karena dimana tempat ibu Fraida mengajar mendapatkan program CSR berupa dana untuk siswa-siswi yang berprestasi dan kurang mampu.

d. Guru MI Ar-Rahmah : Ibu Nurhasanah dipilih menjadi narasumber karena ibu nurhasanah mengajar di salah satu sekolah yang ada di desa Batu Ampar tepatnya didusun Kubang Gajah dan program CSR PT lebih pada bidang pendidikan. Maka penulis memilih ibu Nurhasanah menjadi narasumber agar mendapat gambaran program CSR PT BPP dibidang pendidikan.
e. Pengelola PAUD Amanah : Ibu Arni Wati dipilih penulis menjadi narasumber penelitian ini karena Paud Amanah ini salah satu program CSR PT Bara Prima Pratama di bidang pendidikan yang dibangun dari awal oleh perusahaan.
f. Guru TK Lestari : Ibu Wiwik menjadi narasumber pada penelitian ini karena program CSR PT BPP juga ada untuk TK Lestari sehingga penulis memilih ibu Wiwik menjadi narasumbernya.

5. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara dan juga observasi/pengamatan pada masyarakat yang terdampak. Menanyai setiap detil pertanyaan demi pertanyaan kepada narasumber yang dapat memberikan informasi yang relevan dan juga mengamati setiap tingkah laku masyarakat terhadap program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Bara Prima Pratama yang dekat dari lokasi tambang dan yang mendapat program CSR dari PT. Bara Prima Pratama di luar desa Batu Ampar.

a. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Nabuko dan Achmadi, 2002:83).

Adapun model wawancara yang digunakan yaitu jenis wawancara semistruktur di mana dalam proses pelaksanaannya lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Yang mana memiliki tujuan untuk menemukan

permasalahan secara lebih terbuka, yang mana orang yang diwawancarai diminta pendapat, dan ide-idenya (Sugiyono, 2009:233).

Selain itu, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, dengan teknik probabilitas sampling yang digunakan yaitu *simple* random sampling. Random sampling adalah penarikan sampel secara acak, artinya dikatakan *simple* yaitu sederhana karena penganbilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam suatu populasi tersebut. Cara ini dilakukan bila angota populasinya homogen (Sugiyono, 2009: 82).

b. Observasi

Observasi Sugiyono (2011:227-228) dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Unsur-unsur yang tampak tersedut disebut data atau informasi yang harus diamati dan dicatat secara lengkap.

Menurut Nasution (1988) dalam Sugiyono (2011:226) menyatakan bahwa observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan berkerja hanya berdasarkan data, yaitu mengenai dunia pada kenyataannya (fakta) yang dapat di peroleh melalui observasi.

Model observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi terus terang dan tersamar. Model ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa si peneliti sedang melakukan penelitian. Maka mereka yang diteliti sudah mengetahui dari awal sampai akhir tentang aktifitas peneliti. Tapi ada suatu saat peneliti juga tidak harus terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang di cari adalah data yang dirahasiakan, apabila dilakukan dengan terus terang maka sipeneliti tidak akan diizinkan untuk melakukan observasi (Sugiyono, 2009: 228).

c. Dokumen

Menurut Sugiyono, dokumentasi merupakan catatan suatu peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berupa tulisan, gambar atau berbentuk karya-karya monumental dari seseorang. Adapun dokumen yang berbentuk tulisan misalnya

catatan harian, sejarah kehidupan (*life history*), cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Sedangkan dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Ada pula dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen dalam penelitian ini merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2009: 240).

6. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan sebagai penyerdehanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif, dalam hal ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu : (1) mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara; (2) pengelompokan data berdasarkan wawancara dan observasi dihubungkan dengan masalah pokok dan tujuan penelitian; (3) menganalisis Persepsi Masyarakat Desa Batu Ampar terhadap Program CSR yang dilakukan PT. Bara Prima Pratama , serta membuat kesimpulan (Sugiyono, 2009: 243-246).