

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Berfokus pada fenomena yang terjadi, penelitian ini didasari problematika dalam implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Fenomena nyata tercermin jelas, pada persoalan massal yang terjadi antara perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terletak di Kecamatan Kembang Janggut, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur dengan masyarakat lokal Long Beleh Modang berkaitan dengan penerima program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dalam bentuk pembagian *PLASMA (Pemberdayaan Lahan Swadaya Masyarakat)*. Kesepakatan hitam diatas putih tersebut, telah terjalin sejak 2008 yang berisikan dua hal menjanjikan yakni menggunakan lahan masyarakat lokal untuk membangun kebun kelapa sawit, seluas dua hektar per Kepala Keluarga (KK), serta bersedia menyisihkan sebagian dari kebun sawit untuk digunakan oleh masyarakat lokal (Di et al., 2017, p. 6).

Keterampilan komunikasi sebagai modal bagi praktisi komunikasi di perusahaan atau yang lebih akrab di sebut praktisi *public relations*. Jika dikaji dari kacamata praktisi *public relations (PR)*, aspek dari *public relations* diperuntukkan dengan menata filosofi perusahaan dan membawa filosofi itu ke dalam praktik, sehingga apa yang dikatakan oleh suatu korporasi tidak berbeda dengan tindakannya (Lattimore et al., 2010, p. 15). Nyatanya dalam praktik, implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan masyarakat lokal sekitar masih

diselimuti kabut misteri, wanprestasi dalam janji-janji dan komitmen yang disampaikan secara lisan maupun tertulis oleh pihak perusahaan, banyak yang belum di realisasikan. Sebagian masyarakat berspekulasi bahwa komitmen *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada program *community development* hanya terjadi beberapa kali dalam beberapa tahun pendirian. Singkatnya, *community development* PT REA Kaltim Plantations tidak berjalan dengan maksimal setiap tahunnya.

Mirisnya, akibat tidak adanya komitmen berkesinambungan dari pihak PT REA Kaltim Plantations untuk berperilaku etis dalam memberikan kontribusi, muncul polemik yang menyebabkan sebagian masyarakat menganggap bahwa, perusahaan tidak membayar kompensasi atas lahan masyarakat yang digusur untuk dikelola mejadi *plasma* (pemberdayaan lahan swadaya masyarakat). *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada tataran ini dapat diartikan hanya sekedar “*do good*” dan “*to look good*”, berbuat baik agar terlihat baik (Suharto, 2020, p. 122). Tidak berhenti sampai disitu, akibatnya pertentangan mulai dilayangkan, maskyarakat melakukan penutupan akses jalan umum yang dilintas oleh transportasi perusahaan selama 30 hari, dan memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap operasional perusahaan.

Pentingnya *Corporate Social Responsibility (CSR)*, perlu dilandasi oleh kesadaran perusahaan terhadap fakta tentang adanya jurang yang semakin dalam antara kemakmuran dan kemelaratan. Aliansi gabungan suara rakyat tiga kecamatan (Kecamatan Kembang Janggut, Tabang, Kenohan), delapan kepala desa menuntut kontribusi dari keberadaan perusahaan terhadap pembangunan ekonomi

dan kesejahteraan masyarakat disekitar areal perkebunan. Dijelaskan sebagai “Perusahaan yang tidak berpihak pada kepentingan masyarakat sekitar perusahaan dan tidak beritikad baik”. Meminjam pemikiran Mardikanto (2018, p. 148), perusahaan harus benar-benar menyadari klasifikasi masyarakat setempat, agar dapat mengarahkan usahanya secara lurus kedepan ke arah prioritas dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Lagi-lagi, tuntutan ini berakibat, semua elemen masyarakat dan Pemerintahan Desa di tiga kecamatan tersebut akan melakukan aksi pemblokiran sarana jalan Desa maupun perusahaan yang dilintasi oleh transportasi perusahaan.

Memenuhi kontrak sosial terhadap masyarakat lokal, perusahaan dihadapkan pada beberapa tanggung jawab sosial secara simultan. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang terlalu umum dan kurang fokus biasanya dikembangkan berdasarkan *template*, karena tidak melakukan inovasi dan cenderung “*copy paste*” yang seharusnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilakukan berdasarkan *needs assesment* (Solihin, 2015, p. 56). Menarik untuk ditinjau lebih dalam, berdasarkan uraian fenomena di atas yang menjadi fokus utama penelitian ini adalah Desa Pulau Pinang, sebagai desa terdekat dan terdampak secara langsung dari proses hingga produksi. Tampaknya paradigma implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan belum menyentuh semua lapisan desa dan masyarakat. Sejak tahun 2017, komitmen pemberian air bersih bagi masyarakat Desa Pulau Pinang, hingga saat ini tidak direalisasikan. Semestinya perusahaan bisa memprioritaskan kegiatan untuk desa-desa yang bersifat membutuhkan (*needs*), dibanding mementingkan keinginan

(wants) (Mardikanto, 2018, p. 155). Alhasil, masyarakat Desa Pulau Pinang melayangkan ancaman aksi konflik massal (demo).

Permasalahan komunikasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT REA Kaltim Plantations mengenai program air bersih di Desa Pulau Pinang dan program *plasma*, disebabkan karena adanya hambatan komunikasi yang berujung menimbulkan *misscommunication* berkepanjangan antara PT REA Kaltim Plantations dengan masyarakat lokal yang berujung, ancaman pemblokiran jalan. PT REA Kaltim Plantations melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai alat komunikasi perusahaan untuk membangun citra di masyarakat lokal, namun pada kenyataannya *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak diterima dengan baik oleh masyarakat, hal ini disebabkan adanya hambatan komunikasi perusahaan yang tidak menyesuaikan *background* masyarakat sehingga menimbulkan *overlapping*. Padahal seharusnya PT REA Kaltim Plantations menyadari bahwa kebutuhan tiap Desa itu berbeda-beda. Pernyataan ini dukung adanya hasil diskusi pada 14 Juli 2021 dengan salah satu tokoh masyarakat yang mengikuti program *plasma* dan PPMD. Beliau mengatakan bahwa:

“REA ini lebih sering kasih bantuan donasi hari raya saja daripada merespon apa yang kami butuhkan mbak, padahal yang desa butuhkan perbaikan jalan Desa, air bersih, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Tapi nyatanya hampir semua desa di Kecamatan ini cuma dapat donasi yang nominalnya beli beras satu karung aja gak cukup mbak dari REA” (N, 15 Juli 2021).

Menjadi menarik untuk ditinjau dari sudut pandang komunikasi, problematika implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada program *plasma* dan *community development* (infrastruktur) mengenai pelaksanaan air bersih di Desa Pulau Pinang, merupakan konseptualisasi proses komunikasi dua arah yang melibatkan peran yang lebih luas dan komprehensif dalam praktik *Public Relations* (PR). Ketika komunikasi dua arah dilakukan, maka para praktisi *Public Relations* (PR) berharap usaha komunikasi akan menghasilkan pemerolehan pengetahuan, pemahaman, dan efek kognitif yang dapat menjadi fondasi citra jangka panjang suatu perusahaan (Lattimore et al., 2010, p. 435). Oleh karena itu, ketika prinsip komunikasi dua arah antara PT REA Kaltim Plantations dengan masyarakat lokal tidak berlangsung dengan sikap saling memahami sudut pandang kelompok, proses ini tidak akan berujung pada adanya negosiasi, kompromi, dan hasil yang memuaskan untuk semua pihak melainkan akan menimbulkan efek konatif (*perubahan perilaku*) dalam bentuk ancaman, pemblokiran jalan, dan konflik massal (demo) bahkan krisis.

Berdasarkan pengamatan terhadap berbagai rentetan kasus yang unik dan khas tersebut, akibat dari adanya problematika yang muncul hal ini sangat berpengaruh terhadap citra PT REA Kaltim Plantations. jika di kaji dalam konteks *Public Realtions* (PR) secara mendalam, bahwasannya aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh “*persepsi*” dan “*sikap*” terhadap implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Faktor komunikasi menjadi tolak ukur keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Problematika implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT REA Kaltim

Plantations di masyarakat lokal dipengaruhi oleh kegagalan komunikasi yang menyebabkan citra atau reputasi PT REA Kaltim Plantations di masyarakat lokal menjadi buruk dan menimbulkan dampak negatif. Komunikasi dua arah, dilakukan secara reguler dengan suatu kelompok untuk menjadi suatu perekat yang dapat membawa kredibilitas dan harapan yang positif (Lattimore et al., 2010, p. 435). Ketika komunikasi dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berjalan dengan baik dan maksimal maka, akan menimbulkan polemik yang dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan dimata publik.

Menyadari bahwa setiap tindakan perusahaan dapat memberikan dampak sosial kepada para pemangku kepentingan, melalui konsep “*seat belt*” PT REA Kaltim Plantations melakukan pemetaan pembagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi desa-desa sekitar (Solihin, 2015, p. 111). Menurut pengakuan Nobert, selaku *Officer Smallholder & Community Development*, terdapat tiga kecamatan, dengan sembilan belas desa yang wajib menerima hak mereka dari perusahaan, diantaranya Kecamatan Tabang (Desa Ritan Baru, Desa Tukung Ritan, Desa Muara Ritan, Desa Buluq Sen, Desa Umaq Dian, Desa Muara Pedohon, Desa Long Lalang, dan Desa Gunung Sari), Kecamatan Kembang Janggut (Desa Kembang Janggut, Desa Long Bleh Modang, Desa Long Bleh Haloq, Desa Muai, Desa Kelekat, Desa Hambau, Desa Bukit Layang, Desa Pulau Pinang, dan Desa Perdana), dan Kecamatan Kenohan (Desa Tuana Tuha, dan Desa Lamin Telihan). Secara letak geografis, desa-desa di Kecamatan Kembang Janggut tersebut merupakan wilayah yang terdampak secara langsung dan berada di sekitar perusahaan mulai dari proses produksi hingga produksi buah kelapa sawit, serta

wajib menerima 20% dari lahan hak guna usaha (HGU) yang dikelola oleh pihak perusahaan. Sedangkan, Kecamatan Tabang dan Kenohan, merupakan wilayah yang tidak terdampak secara langsung namun termasuk desa akses jalur keluar masuk transportasi perusahaan.

Demi menanggapi ekspektasi masyarakat terhadap peran perusahaan. Dalam konteks implementasi program CSR, menurut Dozier & Broom, (1995) peran praktisi *public relations* antara lain sebagai *problem solving process fasilitator*, yang dapat meredam dan membantu pemimpin organisasi dalam mengambil tindakan dan mengeksekusi keputusan dalam mengatasi persoalan krisis yang tengah dihadapi oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan korporasi harus merumuskan berbagai program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan diperkirakan baik dilakukan oleh perusahaan (Solihin, 2015, p. 37). *Corporate Social Responsibility (CSR)* dikemas ke dalam tiga fokus : 3P, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). PT REA Kaltim Plantions menerapkan 3P (*profit*, *planet*, dan *people*), dengan memfokuskan keuntungan ekonomi dibidang perkebunan kelapa sawit, dan pengelolaan minyak kelapa sawit (*profit*), melestarikan lingkungan dengan menjaga hutan lindung melalui program REA Konservasi (*planet*), menciptakan program ekonomi jangka panjang bagi masyarakat sekitar, dengan meluncurkan pengembangan masyarakat (*community development*) program

*PLASMA (Pemberdayaan Lahan Swadaya Masyarakat), PPMD (Pemberdayaan Lahan Swadaya Masyarakat), dan SWADAYA (people).*

Mengidentifikasi dari sisi program bertajuk *community development*, sebagai bentuk inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial, dan wujud komitmen dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*, maka PT REA Kaltim Plantations meluncurkan enam bidang kegiatan, diantaranya bidang pengembangan kapasitas dan pendidikan, bidang kesehatan dan lingkungan, bidang seni budaya, sosial, kepemudaan dan olahraga, bidang pengembangan ekonomi kerakyatan, donasi perayaan hari besar nasional dan keagamaan, serta dalam bidang infrastruktur (Syukri, *Manager Smallholder and Community Development*). Selain itu, guna menjalankan perputaran roda bisnis, PT REA Kaltim Plantations bermitra dengan masyarakat desa melalui program *PLASMA (Pemberdayaan Lahan Swadaya Masyarakat), PPMD (Pemberdayaan Lahan Swadaya Masyarakat), dan SWADAYA*, untuk membangun ekonomi berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan masyarakat yang baik.

**Gambar I.1**  
**Lahan PT REA Kaltim Plantations**



**Sumber : Olahan Peneliti**

Menurut Simon dan Fredrik dalam (Natakoesoemah, 2020, p. 249) perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai suatu konteks kerja strategis yang berperan aktif dan penting bagi perusahaan agar menciptakan relasi jangka panjang (*giving back*) kepada masyarakat sekitar. Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilakukan sebagai bukti fenomena *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini memberikan gambaran tentang problematika implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan yang diulas dalam kajian *public relations*. Oleh karena itu, program *Corporate Social Responsibility (CSR)* difokuskan pada kepentingan dan kebutuhan masyarakat lokal yang untuk mencapai tujuan program. Dikutip dari Simon, H dan Fredrik, L (2009) menurut Choirulah dan Darwin, kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diupayakan guna memperoleh penerimaan, legitimasi, profit, pertumbuhan yang berkelanjutan dengan masyarakat lokal (Natakoesoemah, 2020, p. 254).

Penelitian ini menjadi penting dan menarik untuk digali, karena berdasarkan hasil pengamatan peneliti, perlu ditinjau secara mendalam mengenai “*how*” dan “*why*” perusahaan memenuhi dan menjalankan komitmen terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Kotler dan Nancy, 2008,p.3). Sehingga dapat diidentifikasi problematika implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dari berbagai sudut pandang pemangku kepentingan. Fakta dilapangan, tidak sedikit dari masyarakat Desa yang belum merasakan dampak konkret dari implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Mendukung penelitian ini, yang menjadi fokus peneliti yakni tokoh masyarakat Desa Pulau Pinang.

Berdasarkan asas latar belakang tersebut, fokus penelitian ini akan ditinjau secara mendalam dari sisi *stakeholder* dan tokoh masyarakat afirmatif maupun oposisi Desa Pulau Pinang. Kajian ini difokuskan pada komunikasi *public relations*, mengenai problematika implementasi program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perbedaan sudut pandang, dan pemahaman akan menghasilkan dua kesimpulan yang berbeda. Maka, akan memberikan hasil yang berbeda ketika penelitian ini dikerucutkan dari sisi “mengapa” dan “bagaimana” problematika ini dapat terjadi dari berbagai sudut pandang. Guna menunjang penelitian ini, maka peneliti menggunakan metodologi kualitatif dengan metode studi kasus. Metodologi kualitatif digunakan oleh peneliti, karena dalam implementasinya, peneliti akan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memperdalam serta memperkaya data penelitian.

Adapun penelitian terdahulu mengenai problematika *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan metode serupa dilakukan oleh Rahmayanti (2011), Afifi (“Identifikasi Program *Corporate Social Responsibility* Di Pangkalan Brandan Terhadap Rencana Pendirian Pabrik Sodium Ligno Sulfanot,” 2015), Lestari (2009), Natakoesoemah (2020) Susilowati (2020), Rosilawati dan Krisna (2018), Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terlihat dari subjek penelitian. Subjek penelitian peneliti adalah masyarakat lokal Desa Pulau Pinang, dan melakukan penelitian langsung ke subjek penelitian untuk menelusuri secara jelas problematika yang terjadi di lapangan terkait pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian terdahulu dengan objek serupa juga dilakukan oleh Negoro (2014), Juwita (2017), (2008), perbedaan penelitian,

terletak pada objek penelitian yang diteliti yakni problematika implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang terjadi di masyarakat lokal. Selain itu, penelitian terdahulu dengan subjek serupa telah dilakukan oleh (Maroni et al., 2017) yang meneliti pengaruh program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Pulau Pinang, penelitian terdahulu meneliti mengenai pengaruh program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sedangkan peneliti mengenai problematika implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan metode studi kasus, yang akan dilakukan tidak hanya pada masyarakat satu desa saja melainkan juga dari sudut pandang masyarakat lokal lainnya, dan peneliti berfokus pada kajian ruang lingkup *public relations*.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diruaikan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian yakni :

Bagaimana problematika implementasi *Corporate Social Responsibility* PT REA Kaltim Plantations di masyarakat lokal ?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Secara Umum penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan, dan mengetahui secara keseluruhan mengenai problematika implementasi *Corporate Social Responsibility* di masyarakat lokal.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah pengetahuan yang praktis mengenai problematika implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di masyarakat lokal.
- Hasil penelitian dapat menjadi bahan kajian ilmiah mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)* di masyarakat lokal.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai suatu acuan dalam lingkup komunikasi mengenai problematika implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi masyarakat lokal dan penelitian selanjutnya melakukan penelitian dengan permasalahan serupa.

### **1.4.3 Manfaat Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan solusi yang berkaitan dengan masalah-masalah sosial, terutama mengenai permasalahan yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat lokal dalam implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

## **I.5 Batasan Penelitian**

Peneliti membatasi objek dan subjek penelitian ini agar lebih fokus pada problematika implementasi *corporate social responsibility* (CSR) PT Rea Kaltim di Masyarakat lokal Desa Pulau Pinang.

1. Objek penelitian adalah problematika implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT REA Kaltim Plantations
2. Subjek penelitian adalah masyarakat lokal Desa Pulau Pinang
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus
4. Jenis penelitian yang digunakan ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.