

Yohana Ayu Astari, Nanang Krisdinanto, Yuli Nugraheni:
Blind Eyes, Deaf Ears: Phenomenological Study on the Meaning of Local Figures of CSR of Semen Rembang
Mata Buta Telinga Tuli: Kajian Fenomenologi tentang Pemaknaan Tokoh Lokal terhadap CSR Semen Rembang

**Blind Eyes, Deaf Ears:
Phenomenological Study on the Meaning of Local Figures of CSR
of Semen Rembang**

**Mata Buta Telinga Tuli:
Kajian Fenomenologi tentang Pemaknaan Tokoh Lokal terhadap
CSR Semen Rembang**

Yohana Ayu Astari¹, Nanang Krisdinanto², Yuli Nugraheni³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jln Dinoyo 42-44
Surabaya

Email: yohanaayu.ast@gmail.com,

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jln Dinoyo 42-44
Surabaya*

Email: nangkris@ukwms.ac.id

³Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jln Dinoyo 42-44
Surabaya

Email: yulinugraheni@ukwms.ac.id

Masuk tanggal : 29-05-2021, revisi tanggal : 05-09-2021, diterima untuk diterbitkan tanggal : 28-11-2021

Abstract

This research focuses on the problems surrounding mining conflicts and the synergistic CSR (corporate social responsibility) program owned by PT Semen Gresik at the Rembang Factory in Timbrangan Village, Kab. Rembang, which includes areas directly adjacent to the location of the factory or source of raw materials (Ring 1). The purpose of this study is to describe the experiences and meanings of local leaders (informal leaders, who are divided into pro and contra groups) regarding the CSR program that carries the narrative of welfare. This study uses a qualitative approach and a phenomenological method, in which the researcher allows community leaders who are the research subjects to actively construct meaning through their intersubjective experiences related to the Synergy CSR program. Data collection was carried out through in-depth interviews to obtain the essence of the phenomenon that was observed and told from a first-person perspective. This study found that CSR Synergy is interpreted by local leaders (informal leaders) as a program that tends to formulate the needs of the target community with the perspective of their own interests, tends to be compiled and implemented based on an assessment of citizens' needs. Research subjects also interpret CSR as a program that make targeted societies increasingly dependent on, not empowering, and merely fulfilling statutory obligations as a formality or to create a public image since the company is responsible for exploiting the natural resources. The welfare narrative brought by the CSR program was interpreted by the research subjects as a strategy to trick the public to cover up the impact of environmental damage. In the end, this meaning has the implication of the emergence of apathy, which is reflected in the local imagery of a short-sighted ear (blind ear, deaf eye).

Keywords: CSR, meaning, phenomenology PT Semen Gresik Pabrik Rembang

Abstrak

Riset ini berfokus pada problematika di seputar konflik pertambangan dan program CSR (*corporate social responsibility*) Bersinergi milik PT Semen Gresik Pabrik Rembang di Desa Timbrangan, Kab. Rembang, yang termasuk wilayah yang berbatasan langsung dengan lokasi pabrik atau sumber bahan baku (*Ring 1*). Tujuan penelitian ini adalah menguraikan pengalaman dan pemaknaan para tokoh lokal (*informal leader*, yang terbelah menjadi kelompok pro dan kontra) terhadap program CSR yang membawa narasi kesejahteraan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi, di mana peneliti membiarkan tokoh masyarakat yang menjadi subjek penelitian secara aktif mengkonstruksi makna melalui pengalaman intersubjektifnya terkait program CSR Bersinergi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk memperoleh esensi fenomena yang diamati dan diceritakan dari sudut pandang orang pertama. Penelitian ini menemukan, bahwa CSR Bersinergi dimaknai para tokoh lokal (*informal leader*) sebagai program yang cenderung merumuskan kebutuhan masyarakat sasaran dengan kacamata kepentingan sendiri, cenderung disusun dan dilaksanakan tidak berdasar assesment terhadap kebutuhan warga, Subjek penelitian juga memaknai CSR ini sebagai program yang membuat masyarakat sasaran semakin tergantung, tidak bersifat memberdayakan, dan sekadar formalitas untuk memenuhi kewajiban undang-undang atau untuk menciptakan citra publik sebagai perusahaan yang bertanggung jawab atas eksploitasi sumber daya alam. Narasi kesejahteraan yang dibawa program CSR ini dimaknai oleh para subjek penelitian sebagai siasat mengelabui masyarakat untuk menutupi dampak kerusakan lingkungan. Pada akhirnya, pemaknaan tersebut berimplikasi pada munculnya sikap apatis yang tecermin pada perumpaan lokal mata picek kuping kopok (mata buta telinga tuli).

Kata kunci: CSR, fenomenologi, pemaknaan, PT Semen Gresik Pabrik Rembang

Pendahuluan

Kajian ini berfokus pada problematika atau konflik pemaknaan terhadap program *corporate social responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh PT Semen Gresik Pabrik Rembang di desa sekitar wilayah pertambangan di Kabupaten Rembang. Akar dari problematika ini sendiri bertitik-tolak dari apa yang disebut oleh Auty (1993) sebagai mitos kesejahteraan melalui pertambangan. Auty menulis, pengerukan alam secara besar-besaran menimbulkan dampak negatif berupa kemiskinan. Masyarakat yang mendapat kesejahteraan melalui pertanian dianggap sebagai masyarakat yang berada di bawah garis kemiskinan. Seharusnya, merujuk Auty, pertambangan tidaklah diwacanakan sebagai tulang punggung ekonomi, namun menjadi bonus percepatan pertumbuhan ekonomi dan perubahan struktural yang sehat.

Seperti juga terjadi di negara-negara lain, konflik antara sektor pertambangan dan sektor pertanian juga terjadi di Indonesia. Di satu sisi, dunia industri memudahkan proses pembangunan dan mendukung pemerintah dalam mencapai tujuan dari setiap program pembangunan yang diwacanakan. Namun di sisi lain, mengutip Prajarto (2012), aktivitas industri juga bisa dilihat sebagai tindakan eksploitasi terhadap sumber daya alam, pencemaran lingkungan, membahayakan keselamatan dan keamanan masyarakat, tidak peka pada persoalan

sosial di sekitar dan bahkan yang diakibatkan oleh kehadirannya, dan tidak serta-merta menjejahterakan rakyat serta mengatasi kemiskinan.

Problematika di sekitar mitos pertambangan dan dunia industri itu pula yang terjadi di seputar pembangunan pabrik semen di kawasan Pegunungan Kendeng, Jawa Tengah. Sejak peletakan baru pertama yang dilakukan oleh Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo (2014), konflik berupa penolakan warga sekitar (berupa rangkaian aksi demonstrasi) sudah mengemuka dan mendapat pemberitaan meluas di media massa. Secara keseluruhan, merujuk data PT Semen Gresik Pabrik Rembang, wilayah di sekitar pertambangan dibagi menjadi tiga, yaitu a) Ring 1 yang meliputi desa di sekitar pabrik yang terdampak langsung oleh operasi pabrik, desa sekitar atau desa dekat penambangan (Desa Timbrangan, Tegaldowo, Pasucen, Kajar, Kadiwono dan Ngampel); b) Ring 2 yang meliputi desa di sekitar pabrik yang tidak terkena dampak langsung, desa yang terkena atau dilewati fasilitas, peralatan pabrik, desa yang terkena rencana atau program perluasan daerah penambangan (Desa Suntri, Dowan, Bulu, dan Mantingan); dan c) Ring 3 yang meliputi desa yang tidak terkena dampak langsung dan tidak terkena rencana perluasan pabrik, tapi merupakan jalur transportasi untuk keperluan perusahaan.

Meski mendapat penolakan, BUMN tersebut terus melakukan kegiatan penambangan dan pembangunan pabrik. Sebagai respon terhadap kondisi yang dalam konteks *public relation* bisa disebut sebagai krisis ini, PT Semen Gresik Pabrik Rembang meluncurkan program CSR yang diberi nama Bersinergi (singkatan dari Bersama Semen Gresik Cerdaskan Negeri) yang ditujukan kepada desa-desa di sekitar wilayah pertambangan. Dalam konteks *public relation*, merujuk Fink dalam Butterick (2014), krisis terjadi ketika intensitas peristiwa mengalami peningkatan, menjadi perhatian media atau pemerintah, berpengaruh pada kesempatan bisnis, mengurangi nilai citra publik yang positif dan memberi pengaruh buruk terhadap laba-rugi sebuah bisnis (*business's bottom line*).

Dari pemahaman di atas dapat ditarik benang merah adanya keterkaitan antara krisis dan CSR. Rahman (Rahman, 2009) menulis, CSR dapat mencegah krisis bila dilakukan secara *sustainable* dan untuk menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan komunitas. Merujuk Sukandarrumidi (Sukandarrumidi., 2012), dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan harus diantisipasi dengan cara mitigasi sosial, yaitu membuat program *corporate social responsibility* hingga ke tingkat kemandirian rakyat.

Dalam konteks itulah PT Semen Gresik Pabrik Rembang merilis program CSR dengan nama Bersinergi. Nama ini merupakan akronim dari kalimat "Bersama Semen Gresik, Cerdaskan Negeri." Secara ringkas, program CSR ini merupakan program induk yang memiliki 5 pilar utama, yaitu SG Cerdas, SG Sehat, SG Lestari, SG Mandiri, dan SG Peduli. SG Cerdas berfokus pada peningkatan pengetahuan masyarakat; SG Sehat merujuk pada upaya korporasi meningkatkan kesehatan masyarakat melalui pelayanan serta sarana dan prasarana kesehatan; SG Lestari berfokus pada pelestarian lingkungan melalui penanaman pohon, pengelolaan lahan sebelum ditambang, revitalisasi lahan pasca tambang, pengelolaan limbah serta polusi. Sedangkan SG Mandiri berfokus pada program pemberdayaan masyarakat, dan SG Peduli lebih bersifat karitatif melalui pemberian bantuan kepada

masyarakat miskin atau sedang ditimpa bencana, dan berkontribusi terhadap kegiatan sosial masyarakat.

Dalam pelaksanaan program CSR ini, merujuk sejumlah riset atau berita di media massa, terlihat bahwa wacana kesejahteraan tampak dominan terlihat melalui narasi-narasi tentang perluasan lapangan pekerjaan, memberikan penghidupan, dan penyokong perekonomian warga sekitar tambang. Program CSR dan narasi-narasi tersebut diluncurkan PT Semen Gresik Pabrik Rembang untuk mengubah opini warga dan meredam konflik atau krisis yang terjadi. Mengutip Hinson dan Ndhlovu (Hinson & Ndhlovu, 2011), CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan *stakeholders* sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan serta ekonomi. Namun dalam konteks program CSR Bersinergi dari PT Semen Gresik Pabrik Rembang, merujuk laporan berbagai media massa nasional, muncul berbagai masalah yang terkait dengan opini dan penerimaan warga terhadap program tersebut. Di satu sisi, muncul opini di kalangan warga terdampak bahwa berbagai program CSR tersebut dibuat bukan untuk menjawab permasalahan atau pemberdayaan warga. Program CSR tersebut dilihat sebagai cara PT Semen Gresik Pabrik Rembang untuk memenuhi aturan yang mewajibkan perusahaan membuat program pemberdayaan masyarakat. Namun di sisi lain, juga muncul opini di kalangan warga yang melihat program CSR tersebut bermanfaat.

Media *tempo.co* (Tim Invertigasi Tempo, 2015) misalnya, pernah menurunkan laporan adanya penolakan dari warga Desa Timbrangan (Ring 1), baik terhadap pembangunan pabrik semen maupun program CSR-nya. Berdasar wawancara dengan Kepala Desa Timbrangan, Nyono, *tempo.co* melaporkan adanya tawaran dana hibah Rp 1 miliar terhadap sang kepala desa agar beralih mendukung berdirinya pabrik semen. Kepada *tempo.co*, Nyono mengatakan: “Saya ya menolak. Saya tidak mau kaya sendiri sementara penduduk di sini bakal kesusahan.”

Salah satu program CSR dari PT Semen Gresik Pabrik Rembang yang menuai kontroversi adalah pembangunan Embung Tegaldowo. Pembangunan embung ini bertujuan untuk mengatasi masalah kekeringan di wilayah Ring 1 pabrik semen pada tahun 2017, sehingga petani di wilayah itu tetap dapat bercocok tanam pada musim kemarau. (Laeis, 2017). Namun pada Januari 2018, seperti dilaporkan media *Radar Kudus*, puluhan warga Tegaldowo beramai-ramai menguras embung tersebut karena ada dua warganya yang tenggelam. Kasus warga tenggelam di Embung Tegaldowo itu bukan yang pertama kalinya terjadi. Sebelumnya sudah ada seorang siswa SMP yang tenggelam di Embung Tegaldowo pada Oktober 2017. Warga juga merasa narasi tentang pemenuhan kebutuhan air untuk pertanian di musim kemarau juga tidak relevan. Di sisi lain, media online *detik.com* pernah menurunkan laporan terkait manfaat program CSR Bersinergi melalui wawancara dengan Kepala Desa Pasucen (Salamun) dan mantan Kepala Desa Kajar (Sumindar). Dalam berita *detik.com* tersebut, Salamun bercerita bahwa PT Semen Gresik Pabrik Rembang menyerap banyak tenaga kerja dari desanya. Sedangkan Sumindar, mantan Kepala Desa Kajar mengaku sumber air bersih di desanya sudah terpenuhi berkat adanya pemipaan yang dilakukan PT Semen Gresik Pabrik Rembang. (Yunita, 2017).

Problematika di seputar opini warga terhadap program CSR Bersinergi itulah yang menjadi fokus penelitian ini. Dengan kata lain, penelitian ini ingin menguraikan pengalaman dan pemaknaan subjektif para tokoh lokal terhadap program CSR Bersinergi, berikut problematika di lapangan yang menjadi konteksnya. Secara teoritik, program CSR (yang terkait dengan *community development*) harus memperhatikan aspek pengetahuan lokal, budaya lokal, sumber daya lokal, keterampilan lokal, serta menghargai proses lokal (Wibowo, *et.al.*, 2013). Selain itu, program CSR juga harus sesuai kebutuhan warga yang menjadi target sasaran program. Namun, dalam kasus CSR Bersinergi, terlihat muncul beragam opini atau pemaknaan dari warga (terutama di Ring 1). Dalam hal ini, kepentingan dan aspek budaya lokal menjadi pokok pemikiran utama yang melatar belakangi pemaknaan warga tersebut.

Penerapannya CSR di berbagai wilayah memang dipengaruhi oleh faktor sosial budaya, keadaan setempat, politik dan ekonomi. Kearifan lokal menjadi dasar dalam program CSR, artinya perusahaan perlu memahami kebutuhan masyarakat dari perspektif masyarakat setempat sehingga komunikasi yang dilakukan dua arah, bukan hanya perusahaan membuat program yang mereka asumsikan cocok dengan budaya masyarakat target program. (Rosilawati & Mulawarman, 2019). Program CSR juga perlu memperhatikan ciri masyarakat tradisional yang, mengutip Atang (Atang, 2018), menempatkan tokoh lokal sebagai tempat bersandar. Tokoh masyarakat, tokoh adat, dan tokoh agama ini disebut dengan *informal leader*. Masyarakat memasrahkan diri secara tulus di bawah bimbingan tokoh kharismatik yang bertindak bukan sebagai penguasa melainkan sebagai sumber nasihat dan bimbingan.

Pada titik ini pula penelitian ini menjadi penting. Sejumlah riset sebelumnya yang terkait konflik pertambangan (baik yang terjadi PT Semen Gresik Pabrik Rembang atau di lokasi lain), lebih berfokus pada strategi *public relation* yang dilakukan perusahaan untuk membentuk opini publik/warga; strategi CSR untuk meredam konflik yang terjadi di lokasi; atau mengkaji persoalan-persoalan sosiologis terkait konflik tersebut seperti dilakukan (Achda, 2006), Darmastuti, *et.al.* (Darmastuti *et al.*, 2016), Hidayatullah *et.al.* (2016), Hinson & Ndhlovu (Hinson & Ndhlovu, 2011), Lestariningsih dan Wariyatun (2015), Meglian *et.al.* (2016), Purnama (Purnama, 2017), Radjagukguk (Rajagukguk, 2016), dan Rosilawati & Krisna (Rosilawati & Mulawarman, 2019). Penelitian ini penting karena memusatkan fokus pada respon pemaknaan dari warga yang menjadi sasaran program CSR (dari PT Semen Gresik Pabrik Rembang), sekaligus mengisi celah fokus kajian yang belum disentuh riset-riset sebelumnya. Penelitian ini juga menjadi signifikan karena juga memperhatikan aspek budaya lokal dalam mengkaji program CSR yang selama ini lebih sering dilihat hanya melalui perspektif komunikasi. Dengan memperhatikan problematika tersebut di atas, riset ini memusatkan perhatian pada upaya warga terdampak memaknai program CSR Bersinergi yang diluncurkan PT Semen Gresik Pabrik Rembang untuk meredam konflik di lapangan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif yang menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumen, yang kemudian dianalisis secara induktif. (“Qualitative Research Methods for the Social Sciences,” 2017) Analisis ini menghasilkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks *setting* tertentu. Penelitian dilakukan di Desa Timbrangan (wilayah Ring 1). Selain menjadi wilayah sasaran utama program CSR Bersinergi (karena posisi geografisnya yang berbatasan langsung dengan pabrik), desa ini dipilih karena dihuni dua tokoh lokal yang memelopori gerakan penolakan maupun dukungan terhadap pabrik semen.

Metode yang digunakan adalah Fenomenologi dengan mengikuti pikiran Husserl, yang dirasa mampu memfasilitasi peneliti untuk memahami, menginvestigasi atau mengurai berbagai pemahaman atau pemaknaan warga Desa Timbrangan terhadap program CSR Bersinergi. Secara metodologis, Fenomenologi dalam pikiran Husserl ingin menggali dua dimensi, yaitu apa yang dialami subjek (orang yang diteliti) dan bagaimana subjek tersebut memaknainya. Hal pertama merupakan pengalaman faktual si subjek dan bersifat objektif), sedangkan hal kedua merupakan penilaian, evaluasi, opini, atau pemaknaan si subjek terhadap apa yang dialaminya, dan hal ini bersifat subjektif. Untuk itu, di lapangan peneliti menjalankan apa yang disebut Husserl sebagai presuposisi, yaitu menghindari semua konstruksi atau asumsi yang dipasang sebelumnya (terkait program CSR Bersinergi) dan sekaligus mengarahkan pengalaman dan semua penjelasan tidak boleh dipaksakan sebelum pengalaman menjelaskannya sendiri dari dan dalam pengalaman itu sendiri. (Moran, 2000) Metode ini mempermudah peneliti untuk memperoleh esensi fenomena yang diamati karena diceritakan dari sudut pandang orang pertama (orang yang mengalaminya secara langsung). (Kuswarno, 2009).

Subjek dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan hal-hal berikut: 1) ikut mengalami peristiwa-peristiwa yang terkait tema riset; 2) mampu menceritakan kembali peristiwa yang mereka alami; 3) bersedia menjadi subjek riset. (Creswell, 2007) Para subjek yang akan digali pengalaman dan pemaknaannya terhadap program CSR Bersinergi adalah para tokoh lokal di Desa Timbrangan, yang secara aktif terlibat dalam pengalaman dan membentuk makna terhadap program CSR ini dengan mengacu pada nilai-nilai kepercayaan Jawa yang dianutnya. Merujuk Wibowo, et.al. (Wibowo et al., 2013), tokoh lokal/masyarakat di desa adalah orang-orang yang berpengaruh dan diakui sebagai pemimpin dalam kelompok khusus maupun desa, serta tidak selalu menduduki jabatan di desanya. Tokoh masyarakat yang dipilih memiliki keragaman latar belakang pendidikan, pekerjaan, status ekonomi sosial (SES), serta posisi terhadap program CSR Bersinergi (baik yang pro maupun kontra). Faktor posisi pro-kontra ini menjadi penting karena hal tersebut menjadi konteks untuk menganalisis data pengalaman serta pemaknaan mereka. Pada titik tertentu, pengalaman dan pemaknaan para tokoh lokal ini terhadap program CSR Bersinergi bisa mencerminkan pengalaman serta pemaknaan warga desa setempat yang menjadikannya panutan. Berikut identitas para tokoh lokal yang menjadi subjek penelitian ini.

Tabel 1. Daftar Subjek Penelitian

NAMA	PEKERJAAN	KETERANGAN
Achmad Akhid (Mbah Akhid)	Tokoh Agama Desa Timbrangan	Tokoh Laskar Brotoseno (kelompok pendukung pabrik semen.
Triningsih	Pendiri Kelompok Bermain dan TK Pertiwi Desa Timbrangan	Tokoh Laskar Brotoseno.
Rustamaji	Petani	Tokoh Kelompok Petani Kendeng, koordinator pendemo menolak pabrik semen.
Winarsri	Guru Kelompok Bermain dan TK Pertiwi	Tidak termasuk anggota Laskar Brotoseno maupun Kelompok Petani Kendeng
Juwaendah	Guru Kelompok Bermain dan TK Pertiwi	Tidak termasuk anggota Laskar Brotoseno maupun Kelompok Petani Kendeng

Penggalian data dilakukan melalui wawancara mendalam dan semi terstruktur terhadap para subjek. Tujuan wawancara mendalam dalam penelitian fenomenologi bukanlah untuk mendapat jawaban, mengetes hipotesis, atau melakukan evaluasi, melainkan untuk memahami pengalaman yang dialami manusia dan makna yang mereka sematkan pada pengalaman tersebut. (Seidman, 2006) Untuk itu, peneliti melakukan penelitian langsung di lapangan selama seminggu pada bulan Oktober-November 2019. Di luar para tokoh lokal tersebut, peneliti juga mewawancarai perencana dan pelaksana program CSR Bersinergi untuk menggali data deskriptif terkait program tersebut.

Hasil Penemuan dan Diskusi

Hasil atau temuan penelitian ini disajikan ke dalam tiga bagian terpisah. Bagian pertama berfokus pada uraian terkait peta konflik yang terjadi di wilayah Ring 1, terutama terkait munculnya dua kelompok yang bertentangan dalam menyikapi pabrik semen yaitu Laskar Brotoseno dan Petani Kendeng. Bagian kedua dan ketiga berisi uraian tentang pengalaman para subjek penelitian (tokoh lokal yang menjadi *informan leader*, baik yang pro maupun kontra terhadap program CSR ini)) dalam berhubungan dengan program CSR Bersinergi, dan kemudian bagaimana mereka memaknai program CSR tersebut. Pengalaman serta pemaknaan tersebut tidak hanya mencerminkan latar belakang (termasuk posisi masing-masing terkait keberadaan pabrik semen) para subjek penelitian, tetapi juga terkait dengan program-program CSR Bersinergi yang cenderung mengabaikan kebutuhan warga dan aspek-aspek kehidupan lokal.

Peta Konflik: Laskar Brotoseno vs Petani Kendeng

Desa Timbrangan dihuni sekitar 572 KK (kepala keluarga), dengan jumlah penduduk sekitar 1.500 orang. Desa ini terletak di puncak bukit kapur yang menjadi tambang batu kapur (bahan baku pembuatan Semen Gresik). Jarak antara desa dengan tambang batu kapur bisa ditempuh dengan berjalan kaki selama 10 menit melalui jalan setapak. Mata pencaharian sebagian besar warga desa adalah pertanian dan peternakan. Karakter utama pertaniannya masih mewakili corak petani Jawa yang memiliki tiga dimensi, yaitu sawah/ladang, ternak dan tanaman kayu sebagai tiga hal utama yang saling mendukung. Dengan corak pertanian semacam ini, ketergantungan terhadap air tampak jelas untuk mendukung kegiatan pertanian dan peternakan. Berdasar cerita warga Timbrangan, sawah dan ladang mereka merupakan sawah tadah hujan. Mereka hanya menanam pada saat memasuki musim hujan. Setelah panen padi, sawah ganti ditanami jagung. Beberapa warga bercerita sering gagal panen jika menanam padi dua kali di lahan yang sama karena curah hujan yang tidak menentu. Desa ini bersebelahan dengan Desa Pasucen, jalannya beraspal namun beberapa titiknya sudah berlubang. Tidak ada gapura penyambutan dengan logo Semen Gresik seperti tampak di desa-desa Ring 1 lainnya. Hanya gapura bambu berwarna merah putih yang menjadi penanda telah memasuki wilayah Desa Timbrangan. Tidak ada akses kendaraan umum menuju ke Desa Timbrangan.

Menurut penuturan Mbah Akhid, nama Desa Timbrangan ini dalam bahasa Jawa memiliki arti pembanding (*timbangan*) dalam upaya meniadakan pertentangan (keseimbangan dan kesetaraan). Awalnya bernama Desa Timbangan, namun seiring perjalanan waktu, warga desa mengubah nama Timbangan menjadi Timbrangan agar lebih mudah diucapkan. Timbangan ini merupakan komunikasi kebudayaan tentang persoalan hubungan manusia dengan sesamanya dan hubungan manusia dengan alamnya. Dalam konteks pembangunan ekonomi, timbangan ini merujuk pada pemerataan kesejahteraan. Sedangkan secara ekologis, timbangan ini dimaknai sebagai keseimbangan antara kelestarian lingkungan alam.

Desa Timbrangan ini dipimpin kepala desa. Jabatan kades diperoleh melalui pemungutan suara di delapan wilayah Rukun Tetangga. Lima tahun sejak berdirinya pabrik semen PT Semen Gresik Pabrik Rembang di tahun 2014, Desa Timbrangan dipimpin oleh Nyono yang pada saat kampanye berjanji memihak warga yang menolak pemberian pabrik semen. Berkat janji itu, dia terpilih menjadi lurah Desa Timbrangan. Efeknya, program CSR PT Semen Gresik Pabrik Rembang kesulitan memasuki Desa Timbrangan. Semua bantuan CSR untuk desa yang melalui lurah selalu ditolak oleh Nyono hingga tahun 2019 saat penelitian ini dilakukan. Berdasar data dokumen dari CSR PT Semen Gresik, Desa Timbrangan ini menjadi satu-satunya desa di Ring 1 yang belum mendapat dana BUMDes dari program CSR Bersinergi.

Desa Timbrangan tidak memiliki riwayat atau cerita terkait budaya Suku Samin. Latar belakang budaya di Desa Timbrangan lebih banyak dipengaruhi budaya Islam karena keberadaan tokoh kiai dari Purwo yang belum diketahui nama aslinya, dan terlihat dari banyaknya warga desa yang memilih menyekolahkan anaknya ke pesantren atau sekolah berbasis Islam. Berbeda dengan budaya Suku Samin yang menghargai alam, beberapa warga Desa Timbrangan bekerja sebagai

blandong kayu atau penebang kayu ilegal. *Blandong* kayu itu pula yang ikut menyuarakan penolakan terhadap pabrik semen. Pekerjaan sehari-hari mereka menebang kayu secara ilegal di Hutan Mantingan, dan tidak adanya prosedur *reboisasi* telah membuat beberapa lahan Hutan Mantingan terlihat gundul.

Secara umum berdasar penelusuran peneliti, peta konflik warga terdampak terkait keberadaan pabrik semen bisa dikaitkan dengan munculnya dua kelompok yang saling bertentangan. Kelompok pertama, Laskar Brotoseno, yang beranggotakan sebagian warga Ring 1 di Desa Timbrangan Tegaldowo, Kajar, Kadiwono, dan Pasucen) yang mendukung pendirian pabrik semen. Nama Brotoseno diambil dari tokoh pewayangan (ksatria anggota Pandawa) yang digambarkan memiliki karakter peduli terhadap rakyatnya dan rela berkorban untuk kebenaran. Laskar Brotoseno dipimpin Mbah Akhid (48, salah satu subjek penelitian). Pria kelahiran Timbrangan ini merupakan kiai atau tokoh agama di Desa Timbrangan dan juga lulusan MAN (Madrasah Aliyah Negeri) Rembang. Sehari-hari dia mengurus musala di samping rumahnya yang didapat dari dana CSR PT Semen Gresik Pabrik Rembang. Di dalam Laskar Brotoseno juga terdapat sosok perempuan Triningsih (41, yang juga menjadi subjek penelitian). Lulusan Universitas Ronggolawe Tuban ini sehari-hari menjadi kepala TK Pertiwi Desa Timbrangan. Berbeda dengan perempuan desa lainnya, Bu Tri ini (nama panggilan) sering olahraga lari pagi keliling desa sampai ke tambang Semen Gresik. Dia juga selalu hadir di setiap aksi yang dilakukan Laskar Brotoseno.

Kelompok kedua menyebut dirinya Petani Kendeng, konsisten menolak berdirinya pabrik semen hingga saat ini. Pemimpinnya, Joko Priyanto, hingga saat ini masih melakukan berbagai gerakan penolakan terhadap pabrik semen. Koordinator lapangannya adalah Rustamaji (32, subjek penelitian) yang dikenal dengan sebutan Pak Dhe Bongo. Pria asli Desa Timbrangan ini memiliki latar pendidikan SLTP dan tidak ada riwayat pernah mengikuti ajaran *sikep* atau Samin. Saat ini Rustamaji bekerja sebagai supir truk air milik PT Semen Gresik Pabrik Rembang yang menyiram tanaman di pinggir jalan sekitar pabrik. Rustamaji juga mendapat bantuan renovasi musala dari dana CSR PT Semen Gresik Pabrik Rembang. Namun bantuan tersebut tidak lantas menjadikannya berbalik mendukung pabrik semen. Hingga saat ini tidak ada pengakuan Rustamaji yang menyatakan mendukung pabrik semen.

Antara Pemberdayaan Masyarakat dan Euforia Berderma

Secara konseptual, pelaksanaan CSR di berbagai wilayah dipengaruhi oleh faktor sosial budaya, keadaan setempat, politik dan ekonomi. Kearifan lokal menjadi dasar dalam program CSR, artinya perusahaan perlu memahami kebutuhan masyarakat dari perspektif masyarakat setempat sehingga komunikasi yang dilakukan dua arah, bukan hanya perusahaan membuat program yang mereka asumsikan cocok dengan budaya masyarakat target program (Rosilawati & Mulawarman, 2019). Inilah problematika yang sering menghinggapi CSR sebuah perusahaan, termasuk CSR Bersinergi dari PT Semen Gresik: melihat problem masyarakat dari kacamata kepentingan sendiri. Ternyata warga juga tidak siap. Inilah yang seringkali gagal diperhitungkan CSR karena menyangkut kondisi atau budaya masyarakat yang tidak berusaha dipahami.

Pengalaman Winarsri dan Juwaendah menjadi ilustrasi problematika ini. Keduanya pernah memiliki pengalaman mengikuti pelatihan tata boga yang diadakan Semen Gresik. Sembari mengingat kembali tahun berapa pelatihan tersebut diadakan, Juwaendah menceritakan hadiah kulkas kecil dari Semen Gresik yang didapatkan sewaktu pelatihan. Namun masalahnya, kulkas tersebut tak lantas difungsikan menjadi sarana penunjang untuk membuka usaha pembuatan kue jajanan seperti yang diajarkan. Kulkas tersebut malah dijual dan hasilnya dibagi rata ke anggota kelompok pelatihan. Pada pelatihan tata boga itu, mereka diajari membuat berbagai macam kue dan didiktekan resep-resepnya. Menurut Juwaendah, resep-resep itu bila ditulis dengan lengkap bisa menghasilkan kue yang enak. Namun karena tidak memiliki kecepatan menulis yang cukup, Juwaendah tak mampu mencatat semua resep dengan lengkap. Hasilnya, setelah dipraktikkan kembali di rumah tidak sama seperti pada waktu pelatihan.

Pelatihan-pelatihan dari Semen Gresik memang jarang diikuti Juwaendah dan Winarsri. Alasannya, mereka sibuk mengajar di TK Pertiwi Timbrangan. Mereka mengaku tak sampai hati meninggalkan murid-muridnya untuk mengikuti pelatihan dari PT Semen Gresik Pabrik Rembang yang dianggap tidak mampu membuka lapangan kerja baru. Setelah memiliki mengikuti pelatihan tata boga, misalnya, muncul persoalan bagi Winarsri; mau diapakan kue-kue itu? Pelatihan tersebut semestinya mendatangkan tujuan ekonomi, tapi Semen Gresik tidak memberi pelajaran cara berbisnis, membangun jaringan, dan tidak memfasilitasi jaringan pemasaran. Jadi dia merasa, apa gunanya membuat kue?

“Nggih ada yang langsung buat kue tapi kok terus nggak dijual. Kalau butuh-butuh tok. Kalau ada acara-acara apa gitu baru buat. Nggak dijual ke pasar, kan tujuannya bisa mandiri, menambah ekonomi keluarga.” (Winarsri, 30/10/2019)

Di sini sudah muncul problem. Pelatihan yang merupakan bagian dari Program CSR SG Mandiri ini bisa dilihat sebagai implementasi strategi *community empowering* yang memiliki tujuan untuk mendorong kemandirian pada masyarakat. Merujuk Hadi (Hadi, 2011), pembuatan program CSR harus melewati beberapa tahapan dimulai dari menetapkan visi dan misi perusahaan, lalu menetapkan tujuan serta target program CSR. Tahap selanjutnya, *public relation officer* harus merancang struktur organisasi dan program CSR. Program CSR harus berbasis sumberdaya lokal, pemberdayaan masyarakat, program berkelanjutan, didahului dengan *need assessment*, berhubungan dengan *core business* perusahaan serta fokus pada bidang prioritas.

Melihat pengalaman Juwaendah dan Winarsri, beberapa tahapan program CSR tampak dilewati. Target CSR adalah membentuk kemandirian dengan cara menciptakan peluang ekonomi baru atau lapangan kerja baru. Namun dalam kasus pelatihan tata boga tersebut, peserta pelatihan ternyata adalah perempuan-perempuan yang sudah bekerja dan bisa dikatakan mandiri secara finansial. Juwaendah bahkan melihat pelatihan tata boga tersebut tidak memiliki makna apa apa, tidak membuahkan hasil berarti bagi dirinya dan masyarakat. Dia melihatnya sebatas pengalaman pernah membuat makanan saja. Pabrik semen merasa menjalankan pelatihan tersebut dibuat untuk menghasilkan lapangan kerja baru, namun Juwaendah sendiri tidak melihat pelatihan tersebut sebagai awal membuka

usaha baru di desanya. Kalau pun akhirnya berniat berdagang kue, dia tidak berani berjualan di Pasar Tegaldowo karena khawatir kalah berkompetisi dengan penjual kue lainnya.

“Ndak ada yang jualan. Cuma dipakai pengalaman tok. Ee, jajan ini aku pernah mbikin yo. Cuma itu. Ndak ada yang jualan blas.” (Juwaendah, 29/10/2019)

Kegiatan CSR berupa pelatihan ini memang ditargetkan untuk masyarakat di Ring 1 yang terbelah menjadi dua kubu (menolak dan setuju pabrik semen). Bukan hal mudah bagi warga penolak pabrik semen (kelompok Petani Kendeng) untuk menerima atau mengikuti program CSR ini. Mereka telanjur melihat PT Semen Gresik Pabrik Rembang sebagai perusak “ibu bumi,” walaupun jumlah warga yang benar-benar tidak mau menerima program CSR ini berkurang setiap tahun.

“Sebenarnya ya masih kontra, tapi sudah tidak seperti dulu saat masih panas-panasnya. Sekarang sudah santai, hanya posisinya tetap kontra. Sekarang yang dijaga ini hidup dengan tetangga. Masak bertetangga selalu musuhan, kan nggak enak. Sekarang posisinya masih kontra, tapi kalau ada program CSR ya biasa. Tidak seperti dulu, lihat-lihatan lalu adu argumen.” (Rustamaji, 1/11/2019)

Kekhawatiran rusaknya “ibu bumi” dari kelompok Petani Kendeng ini yang berusaha diatasi dengan program pemberdayaan yang terkait cocok tanam. Selama bertahun-tahun, warga Timbrangan bergantung pada lahan pertanian dengan menanam padi dan jagung. Sayangnya, saat kemarau panjang tanah di sana menjadi gersang, atau dalam bahasa Jawa dikenal dengan istilah *nela* (retak atau pecah). Selain itu, kurangnya sumber air untuk pertanian mengakibatkan lahan warga terbengkalai saat musim kemarau panjang. Sekilas, problem tersebut tampak diperhatikan PT Semen Gresik. Pada tahun 2017, berdasar penuturan Akhid, datanglah satu kendaraan membawa kiriman bibit pepaya Kalina. Bibit-bibit itu berasal dari program CSR SG Mandiri. Seluruh warga diberi bibit secara cuma-cuma. Atas inisiatif Akhid, budidaya pepaya Kalina mulai disosialisasikan. Budidaya pepaya Kalina ini merupakan aplikasi program Petani Tangguh yang berinduk pada pilar CSR SG Mandiri. CSR SG Mandiri ini merupakan implementasi dari strategi *community empowering* yang memiliki tujuan untuk mendorong kemandirian pada masyarakat (Hadi, 2011). Saat program itu berlangsung, Rustamaji yang masih gencar-gencarnya menolak pabrik semen mengaku tidak tertarik.

“Kan Mbah Akhid itu punya program saat saya masih kontra. Jadi Laskar Brotoseno itu punya kegiatan, tiap tahun sekali menanam apa, lalu punya kegiatan pelatihan apa. Sebenarnya sudah pas, hanya dulu saya tidak ikut karena berbeda aliran. Dia pro semen, saya kontra semen.” (Rustamaji, 1/11/2019)

Mengutip Sukandarrumidi (Sukandarrumidi., 2012), dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan harus diatasi dengan cara mitigasi sosial, yaitu program *corporate social responsibility* hingga ke tingkat kemandirian rakyat. Dalam konteks ini, budidaya pepaya Kalina itu dilakukan di dua tempat, yaitu tanah *bengkak* Modinan (tanah milik desa yang diberikan cuma-cuma kepada petinggi desa untuk dikelola) dan di tanah pribadi milik Mbah Akhid. Pihak CSR memberi pelatihan budidaya, lalu Mbah Akhid menyediakan lahannya untuk digarap

kelompoknya. Penanaman tersebut merupakan inisiatif Mbah Akhid dan kelompoknya sebagai kelanjutan dari pelatihan budidaya pepaya Kalina yang dibiayai dana CSR PT Semen Gresik. Harapannya, kelompok tani ini bisa mandiri. Namun yang terjadi kemudian bukanlah kemandirian, melainkan kebangkrutan. Akhirnya, pohon-pohon pepaya Kalina tersebut mati.

“Itu ditinggal saat sedang produktif-produktifnya kok! Yang pepaya Kalina itu, belum bisa mengelola sesuatu yang berkelompok, belum bisa. Keinginannya masih senang sendiri-sendiri. Harapannya dulu, pepaya Kalina ini dikelompokkan.” (Akhid, 1/11/2019)

Hal ini bisa dilihat sebagai cerminan program CSR yang dibuat dengan mengabaikan perspektif masyarakat setempat. Mengubah kebiasaan maupun pola pertanian memang bukan hal mudah. Jika tidak dibangun melalui hubungan jangka panjang dan memperhatikan *needs, desires, interest, dan wants* yang muncul dalam masyarakat sudah pasti kemandirian yang dicita-citakan oleh program CSR ini hanya menjadi angan-angan. (Rahman, 2009) Warga Timbrangan sudah bertahun-tahun terbiasa menanam padi dan jagung. Menanam padi dan jagung merupakan bagian dari kebiasaan lokal turun-temurun. Ketika diajak mengubah kebiasaan tersebut tanpa komunikasi yang memadai, yang terjadi adalah semacam *shock culture*. Secara fisik, warga menerima dan melaksanakan bantuan program tersebut, namun dijalankan tanpa kesinambungan. Apalagi, warga juga tidak paham ke mana pepaya Kalina tersebut dipasarkan, karena pihak CSR PT Semen Gresik Pabrik Rembang tidak memberikan pembimbingan.

Latar belakang pendidikan warga yang rendah dan masih awam dalam bidang pemasaran produk seharusnya menjadi bahan pertimbangan bagi PT Semen Gresik Pabrik Rembang dalam membuat program pelatihan. Program pelatihan tidak hanya berhenti pada proses produksi, namun berlanjut hingga pemasaran produk. Alih-alih memberdayakan masyarakat, program CSR ini justru dimaknai oleh warga sebagai program yang disusun hanya untuk menghabiskan anggaran. Bagaimana tidak menghabiskan anggaran? Masyarakat yang kebanyakan berlatar pendidikan rendah diberi pelatihan hanya sekali dan tidak ada pembimbingan berkelanjutan. Sebuah ironi di mana pemberdayaan masyarakat mengabaikan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat dan hanya melihatnya melalui kacamata pabrik semen sendiri.

“Ya, tidak paham saya. Mungkin kendala itu masih ada kaitannya dengan manajemen, keluar masuknya uang, atau pembukuan yang menyita waktu. Perlu ada tenaga khusus. Modalnya juga besar. Sebenarnya perawatan pepayanya mudah.” (Akhid, 31/10/2019)

Meski beragam, namun pelatihan CSR SG memiliki pola sama, yaitu hanya diberikan dalam jangka pendek tanpa ada pembimbingan sampai masyarakat benar-benar mandiri. Hubungan jangka panjang yang semestinya dibangun oleh pihak CSR tidak terjadi di Desa Timbrangan. Yang menarik, baik tokoh lokal dari kelompok yang menerima pabrik semen (Laskar Brotoseno) maupun yang menolak (Petani Kendeng) hingga tokoh lokal yang cenderung “netral” sama-sama memiliki pemaknaan yang sama terhadap program CSR ini. Program CSR ini dilihat hanya sebatas euforia berderma untuk dilombakan dan ditampilkan di media massa agar perusahaan terlihat memenuhi kewajiban. Beberapa program CSR seperti pelatihan

memasak (SG Cerdas) dan budidaya pepaya Kalina (SG Mandiri) dimaknai oleh para tokoh lokal (subjek penelitian) bukan sebagai pemberdayaan masyarakat, namun sebagai formalitas untuk menghabiskan anggaran CSR. Program ini disusun dan dilaksanakan tidak berdasar assesment terhadap kebutuhan warga, tetapi berdasar cara pandang pabrik semen sendiri.

Program ‘Charity’ yang Tidak Membuat Mandiri

Problematika serupa, berdasar wawancara dan observasi peneliti, juga muncul dalam berbagai bentuk program SG Peduli yang berupa pembangunan embung, pembagian sembako, bedah rumah, serta pipanisasi. Seperti digambarkan di bagian sebelumnya, Desa Timbrangan terletak di tengah hutan, jauh dari hiruk-pikuk perkotaan, dan sebagian besar masyarakatnya menjadi petani. Rumah warga masih beralaskan tanah, mereka menggunakan cangkul untuk menggarap sawah, dan berurusan dengan rentenir karena gagal panen sudah menjadi hal rutin.

“Kalau itu gadu (menanam padi dua kali berturut-turut) pasti gagal. Kalau musim hujan, sawah ditanami padi. Setelah panen lalu ditanami padi lagi, itu namanya gadu.” (Juwaendah, 30/10 2019)

“Menanam padi kedua kali pasti gagal. Ya kadang nggak, tapi tahun ini gagal. Kurang hujan. Bulan puasa ini sebenarnya diprediksi masih hujan. Tapi ternyata sudah nggak hujan, jadinya gagal panen semua. Rugi. (Winarsri, 30/10/ 2019)

Kegagalan panen ini coba ditanggulangi oleh PT Semen Gresik Pabrik Rembang dengan membangun embung di Desa Tegaldowo yang bernaung di bawah program SG Peduli. Merujuk riset Hidayatullah *et. Al.* (Hidayatullah, Umar, Hartati, S.R., Thriwaty, 2016), embung tersebut dibuat untuk memenuhi kebutuhan air pada pertanian warga. Embung itu berjarak kurang lebih 6 km dari Desa Timbrangan. Namun ternyata warga juga merasa tidak mendapat manfaat dari embung tersebut.



Gambar 1: Embung Dowo (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Program CSR seperti pembangunan embung ini seharusnya bisa menjadi program yang dapat mengubah persepsi masyarakat mengenai pabrik semen yang dulunya ditentang oleh kelompok Petani Kendeng seperti pernah dituturkan Bernays dalam Wesfix (Wesfix, 2018). Namun embung itu malah dimaknai

sebagian subjek penelitian sebagai “momok” yang menakutkan karena telah menenggelamkan beberapa warga.

“Embung Tegaldowo? Halah, malah dibenci orang-orang. Soalnya makan korban. Seharusnya bisa dipakai senang-senang, rekreasi atau foto-foto. Nggak berani, jadi menyeramkan, angker.” (Juwaendah, 29/10/2019)

Senada dengan Juwaendah, Winarsri menceritakan kekecewaannya pada program Embung Tegaldowo. Menurut pengalamannya, pembangunan embung itu kurang aman karena penggunaan membran sebagai alas embung. Membran itu berfungsi menampung hujan yang turun saat musim penghujan, sehingga pada musim kemarau air masih tetap ada di dalam embung. Membran itu membuat kondisi embung menjadi licin, sehingga orang yang tercebur akan sulit naik ke permukaan. Alih-alih dianggap sebagai solusi problem pertanian, embung ini malahan dilihat sebagai masalah baru.

Namun Akhid (pemimpin Laskar Brotoseno) memiliki pemahaman yang berbeda. Menurut dia, embung tersebut telah memenuhi berbagai aspek teknis standardisasi keamanan. Selain itu, embung telah diserahkan kepada pihak desa, dan pihak pemerintah desa yang seharusnya bertanggung jawab atas peristiwa apapun terkait embung. Meski warga Timbrangan tidak merasakan manfaatnya, namun Akhid melihat program embung ini mampu mengatasi persoalan pertanian.

Di sini muncul kesan pihak CSR PT Semen Gresik Pabrik Rembang “cuci tangan” atas pembangunan embung yang dipublikasikan melalui berbagai media massa ini dan melimpahkan persoalan kepada pihak desa. Hubungan jangka panjang yang seharusnya tecermin dari perawatan embung hingga persoalan keamanan terlihat diabaikan oleh pihak CSR SG. Hal ini bertolak belakang dengan gagasan Rahman (Rahman, 2009) yang menyebutkan bahwa CSR sebetulnya dapat mencegah krisis bila dilakukan secara *sustainable* dan dalam rangka menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan masyarakat yang menjadi target program.

Akhid kemudian menunjuk program bantuan pipanisasi yang juga dilihatnya sebagai solusi keterbatasan air yang sudah terjadi selama bertahun-tahun di Timbrangan. Selama ini, warga bergantung pada sumber mata air alami di desanya dan di Sendang Brubulan.

“Ya, pakai sumur besar bersama-sama, sumur desa. Sumur kotak besar di dekat masjid. Pagi sebelum subuh, sudah berangkat nimba air. Sore nimba lagi. Bolak-balik lima kali ngisi genuk. Kalau kemarau, sumur tidak boleh ditempati nyuci. Kalau mau nyuci ambil air di bawah. Jangan sampai bau sabun sumurnya, karena digunakan untuk minum.” (Triningsih, 24/10/2019)

Program pipanisasi dari PT Semen Gresik Pabrik Rembang ini muncul melalui proposal yang diajukan Akhid berdasarkan permintaan dari Abdul Manan, Kepala Bidang Komunikasi dan CSR SG yang lama. Walaupun tidak dapat menjangkau seluruh desa, program ini menjadi *stimulus* bagi warga desa lainnya untuk melakukan pengeboran mencari sumber-sumber mata air.



Gambar 2: Pipanisasi Air (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Prajarto (Prajarto, 2012) menjelaskan, aktivitas industri cenderung dipandang sebagai tindakan eksploitasi terhadap sumber daya alam, pencemaran lingkungan, membahayakan keselamatan dan keamanan masyarakat, kurang peka pada persoalan sosial di sekitar dan kehadirannya tidak menyejahterakan masyarakat maupun mengatasi kemiskinan. Sementara di sisi lain, program-program CSR ini cenderung dimaknai oleh subjek penelitian sebagai formalitas tanggung jawab atas dampak eksploitasi yang telah ditimbulkan oleh pabrik Semen Gresik. Mbah Akhid pun memberikan penegasan bahwa program CSR ini sebenarnya untuk menyeimbangkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Hal-hal semacam ini juga terjadi pada program Bedah Rumah yang diberikan kepada warga dengan status ekonomi rendah. Asisten rumah tangga Triningsih yang biasa dipanggil Mbak Cicik, menolak keras bantuan dari program CSR karena tidak mau dianggap miskin. Ketika majikannya menawarkan program bedah rumah, Mbak Cicik menolak. Bagi Mbak Cicik, ternyata omongan tetangga tentang seringnya ia mendapat bantuan amat menyakitkan. Dia lebih memilih bekerja keras bersama suaminya untuk membiayai kehidupan sehari-hari dan anaknya yang masih duduk di bangku SD.

“Nggak mau, mending pakai uang sendiri, keringatku sendiri. Nggak bisa sekarang, nanti kan bisa. Mikirnya saya gitu. Aku nggak suka rumahku dibedah, terus kelihatan gambarnya pabrik semen. Berarti saya kayak orang miskin banget gitu lho. Aku mikirnya gini, aku masih bisa kerja, tenagaku masih kuat, lebih baik diberikan ke yang lebih butuh.” (Mbak Cicik, 31/10/2019)



Gambar 3: Bedah Rumah di Timbrangan (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Ternyata, beragam realisasi program SG Peduli (bantuan sembako, bedah rumah, atau santunan lain) tidak dianggap sebagai program yang mampu menjadi solusi atas problematika warga Desa Timbrangan. Beragam program itu bahkan dilihat menimbulkan polemik baru. Rustamaji menceritakan pengalamannya terkait proses pembuatan bangunan bedah rumah yang sama sekali tidak melibatkan warga. Dengan latar belakangnya sebagai pekerja serabutan, dia berharap warga juga diajak gotong royong membangun proyek tersebut sebagai simbol solidaritas dan kerukunan.

“Bedah rumah itu bagus, hanya saja yang memegang proyek ini tidak mengajak anak buah atau teman-temannya bekerja. Ada bedah rumah di RT sana, warga diajak ayo kerja. Diawas-awasi, jadi transparan. Seandainya dananya Rp 50 juta, dia motong berapa persen nggak apa-apa. Tapi kalau hanya Rp 50 juta lalu dicairkan 30 juta, 20 jutanya diambil. Kayak gitu aku nggak suka. Sebenarnya kalau ada kegiatan semen bedah rumah, santunan yatim piatu, bagi-bagi sembako itu hebat.” (Rustamaji, 1/11/2019)

Rustamaji juga menyinggung kurang tepatnya penyaluran bantuan. Dia mengaku pernah marah tatkala ada pembagian sembako yang dilakukan asal-asalan, dan diserahkan kepada pamong desa tanpa pendampingan maupun pengecekan. Akibatnya, program kini dianggapnya tidak berguna karena diterima oleh warga yang mampu secara finansial.

“Sebenarnya kalau diberikan ke orang yang benar-benar tidak mampu tidak masalah. Seperti di sini, oleh pamong desa bedah rumah ternyata diberikan ke orang yang disukai saja atau saudaranya. Kan nggak pas. Sebenarnya bantuan yang masuk sini seperti raskin, bedah rumah, kalau sesuai dengan plotnya saya tidak masalah. Saya ini jadi marah-marah itu kenapa ya? Bantuan untuk warga itu tidak tepat pada tempatnya. Sekalinya tepat tidak diberikan semua.” (Rustamaji, 1/11/2019)

Dalam pemahaman Akhid, program CSR SG Peduli ini menimbulkan problematika tersendiri ketika masyarakat menjadi tergantung terhadap bantuan-bantuan langsung. Daripada dihabiskan untuk bantuan langsung, dana tersebut lebih baik dialihkan untuk pembangunan sarana-prasarana yang lebih bermanfaat bagi masyarakat mengingat minimnya sarana prasarana di Desa Timbrangan.

“Bagi-bagi sembako itu sebenarnya bisa dialihkan ke hal yang lebih produktif, lebih mendidik. Kalau seperti itu, masyarakat jadi tergantung pada bagi-bagi beras, kan nggak baik. Alhamdulillah, sekarang bagi-bagi sarung sudah dikurangi. Lebih bagus dialihkan ke sarana prasarana seperti jalan, penanganan debu.” (Akhid, 29/10 2019)

Program *charity* ini dimaknai tokoh lokal sebagai program yang kurang mendidik atau pembodohan masyarakat. Bila dikalkulasikan, manfaat bantuan itu hanya dirasakan beberapa hari saja oleh penerima bantuan seperti pada konsep filantropi karitas atau *charity* yang justru menjadikan masyarakat malas untuk mendayagunakan dirinya menjadi lebih baik (ABIDIN, 2016). Masyarakat terlena pada bantuan-bantuan yang diberikan hingga menjadi terbiasa diberi bantuan. Hingga suatu saat nanti dituntut menjadi mandiri, masyarakat tidak mampu menuju ke tingkat kemandirian itu sendiri. Kemandirian yang dimaksud dalam hal ini adalah ketika sumber daya alam (batu kapur – semen) yang ditambang telah habis, dan masyarakat seharusnya telah mampu secara mandiri mengelola sumber daya alternatif untuk menjadi mata pencaharian utama. (Crowther, 2008).

Merujuk Crowther (Crowther, 2008), program CSR yang dilakukan sekarang harus berdampak terhadap langkah-langkah yang dapat diambil untuk masa depan dan diukur dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang memperoleh program CSR. Namun, faktanya, program *charity* ini hanya menjadi filantropi dan mengesampingkan prinsip *sustainability* yang menjadi prinsip dasar program CSR. Program-program yang bersifat *charity* ini tidak memiliki *sustainability* karena berhenti pada memberi bantuan ke masyarakat tanpa mempertimbangkan tujuan kemandirian masyarakat setelah mendapatkan bantuan.

“Bantuan yang sifatnya nyumbang itu saya tegur saja. Tapi ya jangan langsung hilang, tapi pelan-pelan diganti dengan pemberdayaan yang disertai pendampingan. Kenapa perlu pendampingan? Karena masyarakat kita kalau dilepas ya langsung gagal. Contohnya program budidaya pepaya Kalina. Itu kan gagal karena ndak ada pendampingan.” (Akhid, 31/10/2019)

Mengutip Kartikawangi (Kartikawangi, 2013), masyarakat harus dilihat sebagai bagian dari perusahaan, bukan sekedar pasar atau orang-orang yang membutuhkan bantuan dan dibantu melalui kegiatan sosial. Seharusnya, kegiatan CSR perusahaan sekelas PT Semen Gresik Pabrik Rembang bukan semata-mata mengucurkan dana melalui bantuan langsung, melainkan memberdayakan masyarakat dan membangun komunikasi timbal balik antara perusahaan dan masyarakat. Program yang bersifat derma ini dimaknai tokoh lokal (dari semua kelompok) sebagai sesuatu yang sia-sia, mencerminkan kepentingan sepihak perusahaan agar tampak peduli di depan publik, dan tidak menggambarkan tanggung jawab perusahaan atas eksploitasi alam yang telah dilakukan.

“Mestinya program seperti green belt itu yang diwujudkan. Pendampingan di masyarakat lingkungan pabrik, beasiswa pendidikan, perbaikan rumah yang nggak layak huni. Ya kayak gitu.” (Akhid, 29/10/2019)

Mata Picek, Kuping Kopok

Mata picek, kuping kopok (mata buta, telinga tuli). Kalimat ini tidak asing bagi masyarakat Jawa. Sebetulnya, istilah ini tidak murni berasal dari budaya Jawa, namun merupakan serapan dari budaya Islam. Dalam peribahasa Jawa, *mata picek kuping kopok* merupakan “ideologi” turun-temurun yang telah lama dipahami oleh sebagian besar masyarakat Jawa dan mengandung ajaran-ajaran kearifan masyarakat Jawa (Achmad, 2017). Sejumlah pernyataan dari tokoh masyarakat mengisyaratkan bahwa makna *mata picek, kuping kopok* telah merasuk ke dalam pola pikir masyarakat Timbrangan dalam merespon program CSR Bersinergi. Respon seperti ini ikut membuat citra PT Semen Gresik Pabrik Rembang di mata warga Timbrangan cenderung negatif; dilihat sebagai perusahaan perusak lingkungan dan mengancam kehidupan/kesejahteraan masyarakat sekitar. Program CSR Bersinergi, meminjam premis Sukoco (Sukoco, 2014), ternyata sulit untuk dikategorikan sebagai CSR yang mampu menginformasikan program, mengedukasi dan mempersuasi khalayak sasaran, memiliki program yang memahami harapan, keinginan serta kebutuhan *stakeholder*.

Sebagai ilustrasi, Wakil Presiden RI, KH Ma'ruf Amin, pernah menuai kontroversi karena menggunakan kaos bertuliskan kalimat ini. Istilah *mata picek* (mata buta) merujuk pada makna buta hati, tidak digunakannya hati nurani untuk melihat kebenaran. Sedangkan *kuping kopok* (telinga tuli) bermakna sebagai telinga yang tidak digunakan untuk mendengar kebenaran. Istilah ini sering digunakan sebagai perumpamaan ketika para elite politik menunjukkan sikap tidak peduli terhadap problematika masyarakat. Namun dalam konteks pemaknaan terhadap program CSR Bersinergi, kalimat tersebut sering diucapkan untuk menunjuk sikap apatis terhadap program-program CSR yang sedang berjalan di Desa Timbrangan.

“Positifnya apa ya? Tidak ada. Dapat apa-apa ya nggak. Nggak ada apa-apa. Dapat apa? Dapat bantuan.” (Winarsri, 30/10/2019)

Kutipan kalimat di atas diungkapkan Winarsri saat ditanyai dampak yang terjadi setelah adanya program-program CSR milik PT Semen Gresik. Kalimat ini menunjukkan sikap apatis terhadap program CSR yang berlangsung di Desa Timbrangan. Dalam konteks *public relation*, mengacu Effendy (2009), citra perusahaan yang positif merupakan dampak yang diharapkan oleh perusahaan ketika mengimplementasikan program-program CSR di wilayah yang menjadi target sasaran. Namun tokoh masyarakat yang menjadi subjek penelitian justru tidak memaknainya sebagai program yang positif atau bermanfaat bagi kemandirian dan kesejahteraan masyarakat.

Winarsri lalu mengucapkan kalimat “mata picek, kuping kopok” untuk menggambarkan sikapnya terhadap program CSR Bersinergi. Ungkapan tersebut mencerminkan adanya pergolakan batin karena sebenarnya Winarsri masih memendam ketakutan terkait kerusakan lingkungan yang mungkin akan ditimbulkan oleh adanya pabrik semen. Meski rasa takut itu terus menipis, namun

tidak sepenuhnya hilang. Rustamaji, subjek penelitian yang menjadi koordinator demo kelompok Petani Kendeng, juga menyebut kalimat itu.

“Dulu asalnya begini, kelompok kontra pabrik ditakut-takuti. Kami demo ini untuk menyelamatkan gunung, menyelamatkan hutan. Supaya sapi-sapi bisa makan, makanan tidak berkurang, air tidak berkurang. Yang penting ngaji kuping kopok mata picek. Kalau diomongin program CSR ya diam saja, pura-pura tidak tahu.” (Rustamaji, 1/11/2019)

Ilustrasi lainnya adalah program pembagian pohon yang berinduk pada pilar CSR SG Lestari. Alih-alih dirawat warga, pohon-pohon tersebut dibiarkan begitu saja usai ditanam.

“Ya dikasih pohon, tapi kok kayaknya ada yang bermanfaat ada yang nggak. Tapi ya ditanam. Ada yang dibiarkan saja di rumah.” (Winarsri, 29/10/2019)

Istilah lokal *mata picek kuping kopok* itulah yang terjadi di konteks ini. Peribahasa ini sering digunakan ketika warga ingin menunjukkan ketidakpeduliannya terhadap suatu hal yang terjadi. Kesan tersebut timbul karena pengalaman masa lalu terkait adanya pro dan kontra terhadap pembangunan pabrik semen. Sebagian program CSR pabrik semen meninggalkan kesan hanya sekadar siasat perusahaan untuk meredam konflik tanpa memperhatikan prinsip utama CSR yang seharusnya menjadi sarana *community development*, walaupun sebagian program (terutama yang berupa pembangunan sarana dan prasarana) dinilai bermanfaat oleh sebagian tokoh masyarakat. Namun yang berbahaya dari sikap apatis ini adalah ketika program CSR ini sudah dimaknai sebagai cerminan ketidakpedulian perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan dianggap telah menutup mata pada permasalahan apa yang sebenarnya terjadi di Timbrangan.

Simpulan

Berdasar uraian temuan dan diskusi di atas bisa ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, program CSR Bersinergi dari PT Semen Gresik Pabrik Rembang (yang merupakan program induk yang memiliki 5 pilar utama, yaitu SG Cerdas, SG Sehat, SG Lestari, SG Mandiri, dan SG Peduli) ini dimaknai para tokoh lokal (*informal leader*) sebagai program CSR yang cenderung merumuskan kebutuhan masyarakat sasaran dengan kacamata kepentingan sendiri. Program-program yang dijalankan cenderung dianggap mengabaikan kondisi, kebutuhan, kebiasaan, budaya, atau perspektif masyarakat setempat. Dengan kata lain, program cenderung disusun dan dilaksanakan tidak berdasar *assesment* terhadap kebutuhan warga, tetapi berdasar cara pandang pabrik semen sendiri. Pemaknaan ini tidak hanya datang dari tokoh lokal yang berlatar belakang menolak keberadaan pabrik semen (kelompok Petani Kendeng), tetapi juga datang dari tokoh lokal yang menerima keberadaan pabrik semen (Laskar Brotoseno), dan tokoh lokal memosisikan diri di luar dua kelompok tersebut.

Kedua, program-program CSR Bersinergi juga cenderung dimaknai sebagai program karitas yang justru membuat masyarakat setempat semakin tergantung, dan tidak selaras dengan prinsip dasar CSR yang seharusnya bersifat memberdayakan serta membuat masyarakat sasaran menjadi mandiri. Lebih jauh,

program-program CSR Bersinergi dipahami sebagai formalitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban undang-undang, atau menciptakan citra publik sebagai perusahaan yang bertanggung jawab atas eksploitasi sumber daya alam. Narasi kesejahteraan yang dibawa program CSR ini dimaknai oleh para subjek penelitian sebagai siasat untuk mengelabui masyarakat untuk menutupi dampak kerusakan lingkungan. Pada titik tertentu, subjek penelitian melihat program-program tersebut hanya sebagai objek untuk diambil keuntungan secara materi dan jangka pendek. Ketiga, para subjek penelitian merespon program CSR tersebut dengan mengembangkan sikap apatis yang dalam istilah bahasa Jawa sering diungkapkan dengan kalimat “*mata picek kuping kopok.*”

Secara teoritik, penelitian ini menunjukkan keluasan kajian *public relation* (PR) atau *corporate social responsibility* (CSR) yang bisa diterapkan pada ranah-
ranah kajian yang beririsan dengan masyarakat lokal. Dengan menggunakan metode fenomenologi, penelitian ini mengurai problematika praktik CSR dari sudut pandang masyarakat yang menjadi sasaran program. Sudut pandang ini memungkinkan problematika praktik CSR diuraikan secara otentik dan *genuine* karena bersumber dari pengalaman dan pemaknaan individu yang menjadi sasaran program.

Daftar Pustaka

- ABIDIN, Z. (2016). Paradoks Dan Sinjutas (Sinergi-Keberlanjutan-Ketuntasan) Gerakan Filantropi Di Indonesia. *Share : Social Work Journal*, 6(2), 183. <https://doi.org/10.24198/share.v6i2.13201>
- Achda, B. T. (2006). The Sociological Context of Corporate Social Responsibility Development and Implementation in Indonesia. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13(5), 300–305. <https://doi.org/10.1002/csr.133>
- Achmad, S. . (2017). *Asal-Usul & Sejarah Orang Jawa*. Araska.
- Atang, A. (2018). *Gerakan Sosial dan Kebudayaan: Teori dan Strategi Perlawanan Masyarakat Adat Atas Serbuan Investasi Tambang*. Intrans Pubsihing.
- Auty, R. M. (1993). *Sustaining Development in Mineral Economies*. Routledge.
- Butterick, K. (2014). *Pengantar public relations: teori dan praktik / Keith Butterick*. RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 2nd*. Sage.
- Crowther, D. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing ApS.
- Darmastuti, R., Bajari, A., Martodirdjo, H. S., & Maryani, E. (2016). Gethok Tular, Pola Komunikasi Gerakan Sosial Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Samin di Sukolilo. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 104. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.103>
- Effendy, O. U. (2009). Human Relation and *Public relation*. In *Mandar Maju*.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Hidayatullah, Umar, Hartati, S.R., Thriwaty, A. (2016). Analisis Peta Konflik Pembangunan Pabrik PT. Semen Indonesia Di Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang. *Solidarity*, 5(1), 1–11.

Yohana Ayu Astari, Nanang Krisdinanto, Yuli Nugraheni:
Blind Eyes, Deaf Ears: Phenomenological Study on the Meaning of Local Figures of CSR of Semen Rembang
Mata Buta Telinga Tuli: Kajian Fenomenologi tentang Pemaknaan Tokoh Lokal terhadap CSR Semen Rembang

- Hinson, R. E., & Ndhlovu, T. P. (2011). Conceptualising corporate social responsibility (CSR) and corporate social investment (CSI): The South African context. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 332–346. <https://doi.org/10.1108/174711111111154491>
- Kartikawangi, D. (2013). *Tema Fantasi : Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan Multinasional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Widya Padjadjaran.
- Laeis, Z. (2017). *Embung Tegaldowo Rembang Bantu Atasi Kekeringan*. <https://jateng.antarane.ws.com/berita/175386/embung-tegaldowo-rembang-bantu-atasi-kekeringan>
- Lestariningsih, D., & Wariyatun. (2015). Nduweni Ibu Pertiwi (Keeping the Motherland): Women’s Agency to Resist Cement Plants in Tegaldowo and Timbrangan Villages, Rembang. *Asian Journal of Women’s Studies*, 21(2), 166–179. <https://doi.org/10.1080/12259276.2015.1062271>
- Meglian, M., Yuli, N., & Djudy, D. (2016). *Strategi Media Relations PT Semen Indonesia (Persero) Tbk Dalam Menjaga Citra Positif Pada Kasus Proyek Pembangunan Pabrik Semen di Rembang*. 5(1), 70–92.
- Moran, D. (2000). *Introduction to Phenomenology*. Routledge.
- Prajarto, Y. A. N. (2012). *CSR Indonesia: Sinergi pemerintah, perusahaan, dan publik*. Fisipol UGM.
- Purnama, F. Y. (2017). Semen vs Samin: the Impact of “Change.Org” Online Petition in Perspective of Laudato Si’. *Philippiniana Sacra*, 3(157), 803–814.
- Qualitative Research Methods for the Social Sciences. (2017). In *Teaching Sociology* (Vol. 18, Issue 4).
- Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. PT Buku Kita.
- Rajagukguk, S. B. T. (2016). Mengurai Perempuan dan Pembangunan (Studi Kasus Kartini Kendeng). *Gema Keadilan*, 3(1), 64–73. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/gk/article/view/3643/2030>
- Rosilawati, Y., & Mulawarman, K. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1215. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.426>
- Seidman, I. (2006). Review of Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences. In *Contemporary Psychology: A Journal of Reviews* (Vol. 37, Issue 7). Columbia University. <https://doi.org/10.1037/032390>
- Sukandarrumidi. (2012). *Corporate Social Responsibility*. Bajawa Press.
- Sukoco, I. (2014). Fungsi *Public relations* Dalam Menjalankan Aktivitas Corporate Social Responsibility. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 188–198. <https://doi.org/10.15294/jdm.v4i2.2762>
- Tim Invertigasi Tempo. (2015). *Ditawari Duit Rp 1 Miliar Kepala Desa Ini Menolak*. <https://nasional.tempo.co/read/701861/ditawari-duit-rp-1-miliar-kepala-desa-ini-menolak>
- Wesfix, T. (2018). *Public relations Itu “Dipraktikin.”* Grasindo.

- Wibowo, A., Zaini, R., Dwiningtyas, P., & Beki, W. U. (2013). *Pengembangan Masyarakat: Menelusuri Kearifan Lokal Masyarakat Samin di Pusaran Modernisasi Pertanian*. Universitas Sebelas Maret.
- Yunita, N. W. (2017). *Cerita Warga Sekitar Pabrik Semen Rembang Tentang Demo Pro Kontra*.