

STRATEGI KOMUNIKASI PT. PLN (PERSERO) UID S2JB DALAM PROGRAM CSR DENGAN MITRA BINAAN RUMAH MADU HUTAN JAMBI

COMMUNICATION STRATEGY OF PT. PLN (PERSERO) UID S2JB IN CSR PROGRAM WITH FOSTER PARTNERS RUMAH MADU HUTAN JAMBI

Oleh : Mawadah Dias Nita, Ulfah Hidayati, S.I.Kom., M.I.Kom.
Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Yogyakarta
Mawadahdias.2018@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (PLN UID S2JB) dalam program *corporate social responsibility* (CSR) dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi dan mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling, sehingga informan yang di dapatkan adalah asisten manajer dan analyst tanggung jawab social perusahaan PT UID S2JB. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentas, dengan Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber serta Teknik analisis data menggunakan model Miles and Hubberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi komunikasi PLN UIB 2JB dalam program CSR yang dilakukan dengan mitra binaan terdiri dari tahapan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Tahap penelitian meliputi 1) menentukan komunikator, 2) menentukan target sasaran, 3) memilih saluran komunikasi, media dan pesan, 4) menentukan tujuan, 5) merancang *roadmap*. Tahap pelaksanaan meliputi pelaksanaan kegiatan dan pelaksanaan komunikasi. Tahap pengukuran meliputi evaluasi internal dan eksternal. Tahap pelaporan meliputi pelaporan pertanggungjawaban yang dilakukan 2-3 bulan sekali dan pelaporan kualitatif yang dilakukan 1 tahun sekali. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor pendukung pada program ini adalah target sasaran (local hero) dan komunikator yang tepat dan berkompeten. Sedangkan faktor penghambat pada program ini adalah pandemi covid-19, sulitnya menyederhanakan bahasa perusahaan, kebingungan saat melakukan pelaporan dan faktor penghambat skala besar lain seperti isu geopolitik, persaingan pasar internasional dan ketidakpercayaan masyarakat global terhadap produk Asia.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, CSR, PLN UID S2JB, Rumah Madu Hutan Jambi.

Abstract

This research aims to determine the communication strategy of PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi and Bengkulu (PLN UID S2JB) in the corporate social responsibility (CSR) program with fostered partners Rumah Madu Hutan Jambi and knowing the supporting factors and inhibiting factors for the implementation of the CSR program with foster partners Rumah Madu Hutan Jambi. This study used descriptive qualitative method. The informants in this study were determined using a purposive sampling method, so that the informants obtained were assistant managers and corporate social responsibility analysts at PLN UID S2JB. Methods of data collection using interviews and documents, with data validity techniques using source triangulation and data analysis techniques using the Miles and Hubberman models. The results of this study indicate that the PLN UIB 2JB communication strategy in the CSR program carried out with foster partners Rumah Madu Hutan Jambi consists of the stages of research, planning, implementation, measurement, and reporting. The research phase includes 1) determining communicators, 2) determining targets, 3) selecting communication channels, media, and messages, 4) determining objectives, 5) compiling a roadmap. The implementation phase includes the implementation of activities and the implementation of communication. The measurement stages include internal and external evaluations. The reporting stages include accountability reporting which is done every 2-3 months and qualitative reporting which is done once a year. The results of the study also show that the supporting

factors in this program are the targets (local hero) as well as appropriate and competent communicators. While the inhibiting factors in this program are the covid-19 pandemic, the difficulty of being dominated by corporate language, confusion when reporting and other large-scale inhibiting factors such as geopolitical issues, international market competition and global public distrust of Asian products.

Keywords : *Communication Strategy, CSR, PLN UID S2JB, Rumah Madu Hutan Jambi*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan suatu aspek penting dalam dunia bisnis. Rosenblatt (dalam Poerwanto & Sukirno, 2016:56) mendeskripsikan bahwa dalam aktivitas bisnis, komunikasi merupakan proses pertukaran sebuah ide, pendapat, informasi, instruksi yang disajikan secara personal maupun impersonal melalui symbol guna mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, komunikasi diperlukan guna mendukung terwujudnya tujuan dari perusahaan sehingga, perusahaan memerlukan strategi komunikasi yang terprogram dan terencana dengan baik.

Strategi komunikasi merupakan serangkaian perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2016:32). Pada pelaksanaannya, perusahaan mengimplementasikan strategi komunikasi pada berbagai jenis program ataupun kegiatan, salah satunya adalah program tanggungjawab social lingkungan (TJSL) atau yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility (CSR)*. Menurut ISO 26000 *Social Responsibility* (Saswito, 2020:34) kegiatan CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya pada masyarakat dan lingkungan, untuk itu pada pelaksanaannya kegiatan CSR haruslah etis, transparan serta memberikan kontribusi pada pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) seperti kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan ekspektasi pemangku kepentingan; menaati peraturan dan perundangan yang berlaku serta konsisten dengan norma perilaku internasional; dan terintegrasi dalam organisasi dan diimplementasikan pada seluruh aktivitas perusahaan.

Kegiatan CSR sendiri merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, terutama bagi perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Hal ini sebagaimana diatur dalam pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan pasal 15 Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal.

Selain itu, khusus untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), peraturan mengenai kewajiban untuk menjalankan kegiatan juga diatur dalam Peraturan Menteri BUMN PER-05/MBU/04/2021 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Pada pelaksanaannya ada banyak sekali perusahaan di Indonesia yang telah menjalankan kegiatan CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Namun, terdapat pula beberapa kasus di mana perusahaan menjalankan kegiatan CSR yang tidak tepat sasaran atau tidak sesuai dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Contohnya, dikutip dari cnnbcindonesia.com (19/12) pada 2019 lalu, Kementerian BUMN menerima laporan adanya dugaan penyelewengan dana CSR di PT Garuda Indonesia. Di mana dana yang seharusnya digunakan untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) untuk masyarakat atau komunitas yang membutuhkan digunakan untuk membiayai program internal karyawannya yaitu pemilihan ketua Ikatan Keluarga Awak Kabin Garuda Indonesia (IKAGI). Hal tersebut tidak hanya membuat dana kegiatan CSR Garuda menjadi tidak tepat sasaran, tetapi juga tidak menimbulkan manfaat jangka panjang untuk perusahaan dan tidak sesuai dengan semangat tujuan dari dilaksanakan kegiatan CSR itu sendiri yaitu pembangunan berkelanjutan.

Tidak hanya itu, menurut Rachman, Effendi dan Wicaksana (2011:18) tidak sedikit pula perusahaan yang masih memiliki pemahaman bahwa kegiatan CSR hanyalah sebatas sumbangan dan mengimplementasikan kegiatan CSR dengan menggunakan metode *charity*. Metode ini merupakan metode di mana perusahaan hanya sekedar menghabiskan anggaran tanpa memperhatikan kebutuhan nyata jangka panjang masyarakat. Metode ini kemudian mendapatkan banyak kritikan dari berbagai pihak karena dinilai hanya menjadi candu bagi masyarakat dan membuat masyarakat tergantung serta tidak berdaya (Rachman, Effendi dan Wicaksana, 2011:19).

Perusahaan Listrik Negara atau PT PLN merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang aktif melaksanakan kegiatan CSR berupa Program PLN peduli di berbagai wilayah di Indonesia. Kegiatan CSR yang dilakukan PT PLN bukan hanya sekadar pemenuhan kewajiban perusahaan namun sebagai bentuk komitmen PLN untuk turut serta berperan dalam mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development goals (SDGs)*. (Laporan Keberlanjutan PLN 2017:23). Selain mendukung tercapainya SDGs, dalam pelaksanaannya kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT PLN dirancang dan direalisasikan dengan menitikberatkan pada berkembangnya taraf kehidupan dan kemandirian ekonomi masyarakat sekitar sesuai dengan rencana pengembangan usaha PLN di seluruh wilayah di Indonesia. Kegiatan CSR ini menjadi kegiatan yang penting yang dilakukan perusahaan dan menjadi bagian kegiatan strategis perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Meskipun dalam Laporan Keberlanjutan PLN ditahun 2017 dijelaskan bahwa pada pelaksanaannya kegiatan CSR PLN telah selaras dengan tujuan pembangunan dalam SDGs, dalam praktiknya tidak semua unit kerja PLN melaksanakan kegiatan CSR yang sesuai dengan pembangunan berkelanjutan. Terdapat pula unit kerja yang hingga 2018 lalu masih menerapkan kegiatan CSR yang hanya bersifat donasi (*charity*) yaitu Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu atau yang disebut juga dengan PLN UID S2JB.

PT. PLN (Persero) UID S2JB atau yang selanjutnya disebut PLN UID S2JB merupakan kantor unit induk distribusi yang menaungi wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu. Dalam struktur organisasi perusahaan, unit induk merupakan unit yang berperan sebagai panjangan tangan kantor pusat PLN dan berfungsi untuk menunjang bisnis kelistrikan di wilayah. Pada pelaksanaannya, kegiatan CSR di wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu dirancang, dilaksanakan dan dikomunikasikan oleh PLN UID S2JB. Sayangnya, menurut wawancara singkat dengan staf analisis TJSL PLN UID S2JB diketahui bahwa hingga tahun 2018, kegiatan CSR yang dijalankan oleh PLN UID S2JB hanya kegiatan yang bersifat donasi atau *charity* seperti memberikan sumbangan untuk pot bunga sekolah, merenovasi masjid atau memberikan bantuan berupa alat tulis ke sekolah-sekolah.

Hal ini kemudian membuat kegiatan CSR di PLN UID S2JB menjadi tidak berjalan dengan baik. Selain tidak berorientasi pada pembangunan berkelanjutan, kegiatan CSR yang dilakukan oleh PLN UID S2JB tidak mencerminkan tujuan dari direncananya kegiatan CSR sebagai upaya PLN dalam mendukung tercapainya SDGs. Oleh karena itu tahun pada 2019, PLN UID S2JB untuk memulai berbenah untuk memperbaiki program CSR perusahaan yang awalnya hanya bersifat donasi (*charity*) menjadi program yang berkelanjutan sehingga dapat memberikan manfaat serta dampak positif jangka panjang untuk masyarakat dan perusahaan.

Perubahan tersebut dimulai dari Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PLN dalam pemberdayaan masyarakat melalui UMK Rumah Madu Hutan Jambi yang dimulai pada akhir 2019. Meskipun sempat mengalami hambatan, dalam pelaksanaannya program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi ini kemudian dapat berhasil membantu mitra binaan untuk berkembang baik dalam segi pendapatan, produksi maupun perluasan jaringan pemasaran. Ditahun 2021 mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi bahkan dapat mengeksport produk madu hutan Jambi hingga ke pasar internasional yaitu Singapura dan Malaysia.

Dari penjelasan di atas maka diketahui bahwa dalam praktiknya tidak semua perusahaan menjalankan kegiatan CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Pada pelaksanaannya kegiatan CSR PLN di wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu yang dikelola oleh PLN UID S2JB hingga tahun 2018 masih bersifat *charity* sehingga membuat kegiatan CSR di unit wilayah ini tidak berjalan dengan dan tidak mencerminkan upaya PLN untuk mendukung tercapainya tujuan pembangunan. Tidak hanya itu, kegiatan CSR yang hanya bersifat *charity* juga berpotensi untuk menimbulkan ketergantungan masyarakat pada perusahaan.

Sehingga penelitian mengenai strategi komunikasi PLN UID S2JB dalam melaksanakan program CSR dengan mitra binaan yaitu UMK Rumah Madu Hutan Jambi menarik untuk diteliti. Program CSR dengan mitra binaan ini dipilih karena merupakan tonggak awal perubahan kegiatan CSR di PLN UID S2JB yang sebelumnya hanya bersifat *charity* menjadi program yang berkelanjutan. Selain itu, program ini kemudian pula membawa mitra binaannya untuk berkembang baik dalam segi produksi, pendapatan, jaringan pemasaran hingga berhasil

mengekspor produk Madu Hutan Jambi ke pasar internasional yaitu Singapura dan Malaysia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana strategi komunikasi PLN UID S2JB dalam mengimplementasikan program CSR dengan mitra binaan UMK Rumah Madu Hutan Jambi. Serta menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat yang dialami oleh PLN UID S2JB saat melaksanakan program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan upaya untuk menyajikan data sosial guna memahami fenomena yang dialami oleh objek penelitian. Sedangkan, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan permasalahan dan fokus penelitian ini. (Moeloeng, 2015:5). Selaras dengan tujuannya, penelitian ini dilakukan dengan menggambarkan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai tahapan-tahapan perencanaan, implementasi hingga evaluasi PT PLM UIN S2JB dalam melaksanakan program CSR dengan mitra binaannya yakni, Rumah Madu Hutan Jambi yang akhirnya tidak hanya berhasil memfasilitasi untuk berkembang namun, juga membantu untuk menghadapi masalah nyata yang dihadapi.

Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Palembang, Sumatera Selatan, tepatnya pada Sub Divisi, Sub Bidang Komunikasi & TJSL PT PLN (Persero) UID S2JB, Divisi manajer bagian keuangan dan umum serta Divisi Supervisor Administrasi Umum. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama rentan waktu 4 bulan yakni, Agustus – November 2022

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan 2 sumber data, yakni sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer meliputi hasil wawancara yang diperoleh langsung melalui wawancara pada informan-informan yang telah ditentukan pada penelitian ini. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan melalui arsip-arsip dokumentasi resmi yang dimiliki oleh PT. PLN(Persero) UID S2JB dan dokumentasi lain terkait isu-isu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penentuan informan, peneliti menggunakan Teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan Teknik

penarikan sampel penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. *Key informan* pada penelitian ini merupakan orang-orang yang terlibat secara langsung dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program CSR PLN dengan Mitra Binaan Rumah Madu Hutan Jambi sehingga informan di atas dapat dianggap sebagai orang yang memiliki pengetahuan mengenai informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Sedangkan Informan pendukung pada penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam program CSR dengan mitra binaan, Namun bukan bagian dari PLN UID S2JB.

Sehingga di dapatkan 5 narasumber, terdiri dari 2 *Key Informan* dan 3 Informan pendukung yang akan diwawancarai dalam penelitian yaitu :

1. Iwan Arisetyadhi, Asisten Manajer TJSL PLN UID S2JB (Key informan)
2. Yanet Rustam, *Analyst* TJSL PLN UID S2JB (Key Informan)
3. Agung Yudha, Manajer Operasional dan Program Rumah BUMN Jambi dan Kepayang (Informan Pendukung)
4. Revilino, *Chief Station* Rumah BUMN Jambi. (Informan Pendukung)
5. Candra Lela, *Owner* Rumah Madu Hutan Jambi. (Informan Pendukung)

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Metode Penumpulan Data

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara secara langsung. Soehartono (2006:2) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dalam prosesnya peneliti mengajukan pertanyaan secara langsung kepada respondennya, jawaban-jawaban dari responden kemudian dicatat atau direkam dengan menggunakan alat perekam (Moleong, 2014:186). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam atau in-depth interview dengan jenis wawancara semi terstruktur, di mana pada peneliti akan menyiapkan pedoman wawancara yang berfokus tentang bagaimana strategi komunikasi PT. PLN (Persero) UID S2JB dalam program CSR dengan mitra binaannya tetapi peneliti juga dapat mengembangkan pertanyaan dan memutuskan sendiri mana isu yang dimunculkan. Selain itu, wawancara semi terstruktur juga memungkinkan adanya revisi pertanyaan apabila muncul ide terbaru saat melakukan wawancara. Adapun hasil wawancara yang diperoleh kemudian di kemas dalam bentuk transkrip dan disusun dalam bentuk catatan lapangan.

Selain wawancara dan, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi yakni dengan cara mengumpulkan dokumentasi berupa data-data arsip, laporan, catatan resmi, gambar atau video, baik yang berbentuk konvensional ataupun digital yang berhubungan dengan strategi komunikasi PT. PLN (Persero) UID S2JB dalam program CSR dengan mitra binaannya yaitu Rumah Madu Hutan Jambi.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengukur data yang akan dikumpulkan. pada penelitian ini instrument penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Selaras dengan Sugiyono (2016:306) bahwa peneliti kualitatif yaitu manusia yang bertugas menetapkan informan sebagai sumber data, mengumpulkan data di lapangan, menilai kualitas data, menganalisis, dan menafsirkan data serta melakukan pelaporan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pedoman wawancara sebagai alat bantu dan juga menggunakan voice recorder, kamera serta alat tulis untuk membantu proses wawancara berlangsung.

Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik Tirangulasi. Menurut Sugiyono (2015:241) triangulasi merupakan suatu metode pemeriksaan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai Teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. dalam penelitian ini Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi ataupun bahan bahan lain yang mendukung penelitian sehingga, mudah dipahami dan hasil dari temuan tersebut dapat di informasikan kepada orang lain. . Pada penelitian ini penarikan kesimpulan akan ditarik dari data yang telah direduksi dan disajikan sehingga diharapkan dapat memberi gambaran yang jelas mengenai bagaimana strategi komunikasi PT. PLN (Persero) UID S2JB dalam program CSR dengan mitra binaannya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) UID S2JB dalam

mengimplementasikan program CSR dengan Mitra Binaan Rumah Madu Hutan Jambi dan apa saja faktor pendukung dan penghambat program CSR tersebut.

a. Program CSR PLN UID S2JB dengan Mitra Binaan Rumah Madu Hutan Jambi

Kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) atau yang dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) di PLN UID S2JB merujuk pada Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara yang menjelaskan bahwa Program TJSL BUMN adalah kegiatan yang merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan dengan memberikan manfaat pada ekonomi, sosial, lingkungan serta hukum dan tata kelola dengan prinsip yang lebih terintegrasi, terarah, terukur dampaknya serta dapat dipertanggungjawabkan dan merupakan bagian dari pendekatan bisnis perusahaan. Selain merujuk pada peraturan menteri BUMN, kegiatan TJSL di PLN UID S2JB juga merujuk pada Peraturan Direksi PT. PLN (Persero) Nomor 0138.P/DIR/2019 tentang Pedoman CSR berbasis ISO 26000. Kebijakan ini kemudian mengharuskan PLN UID S2JB untuk merancang dan melaksanakan kegiatan CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan dan berpedoman pada ISO 26000 SR

Pada pelaksanaannya, sebelum menjadi kegiatan yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara dan Peraturan Direksi PT. PLN (Persero) Nomor 0138.P/DIR/2019 tentang Pedoman CSR berbasis ISO 26000, kegiatan CSR di PLN UID S2JB masih bersifat *charity* . Kegiatan CSR dengan metode ini kemudian membuat kegiatan CSR di PLN UID S2JB menjadi tidak berjalan.

Pada di tahun 2019 PLN UID S2JB kemudian melakukan *benchmark* untuk memperbaiki program CSR perusahaan yang awalnya hanya bersifat donasi (*charity*) menjadi program yang berkelanjutan sehingga dapat memberikan manfaat serta dampak positif jangka panjang baik untuk

masyarakat maupun perusahaan. Pada pelaksanaannya kegiatan CSR di PLN kemudian tidak serta merta 100% menjadi kegiatan CSR yang bersifat berkelanjutan.

Salah satu program CSR yang kemudian dikembangkan menjadi program CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan adalah program CSR PLN UID S2JB dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi. Program yang dimulai sejak akhir tahun 2019 ini merupakan pengimplentasian dari hasil *benchmark* pengelola TJSL di PLN UID S2JB di awal tahun 2019 yang ingin mengubah program CSR PLN UID S2JB yang sebelumnya hanya bersifat *charity* menjadi program CSR yang berkelanjutan sehingga dapat memberikan dampak atau manfaat jangka panjang bagi masyarakat atau komunitas di sekitar. Pada dasarnya mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi ini merupakan mitra yang mengikuti proses perubahan kegiatan CSR dari awal hingga akhir.

b. Strategi Komunikasi Program CSR PLN UID S2JB dengan Mitra Binaan Rumah Madu Hutan Jambi

Sebagai kegiatan strategis, PLN UID S2JB telah menjalankan strategi komunikasi PLN UID S2JB dalam program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan secara sistematis dan berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Pada pelaksanaannya, strategi komunikasi PLN UID S2JB dalam program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi telah sesuai dengan model strategi perencanaan komunikasi lima langkah yang disampaikan oleh Hafied Cangara (2017:76) yang meliputi penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai lima Langkah tersebut :

1) Penelitian

Cangara (2017:76) penelitian, merupakan tahapan yang dilakukan guna mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Pada pelaksanaannya, PT PLN UID S2JB telah melakukan penelitian dan sesuai dengan indikator penelitian yang ada. Pada Langkah ini PT PLN UID S2JB berhasil untuk menemukan permasalahan perusahaan yang dihadapi dengan melakukan beberapa hal yakni :

a) Pemetaan Masalah

PT PLN UID S2JB melakukan pemetaan masalah secara internal di tahun 2018. Meskipun tidak dijelaskan secara lebih rinci, dari pemetaan masalah tersebut kemudian ditemukan bahwa pada pelaksanaannya kegiatan CSR di PLN UID S2JB pada saat itu hanya bersifat *charity* sehingga tidak dapat memberikan dampak atau manfaat jangka panjang baik kepada masyarakat dan perusahaan serta membuat program CSR PLN UID S2JB tidak berjalan. Selain, tidak dapat membawa manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan perusahaan, metode *charity* juga dapat berpotensi untuk menjadi candu bagi masyarakat dan hanya menghabiskan anggaran perusahaan.

b) Benchmark

Pengelola program CSR PLN UID S2JB kemudian melakukan *benchmark* dengan Rumah BUMN yang dikelola oleh PLN UID Jawa Tengah dan Yogyakarta Menurut Goetsch dan Davis (Tjiptono dan Diana, 2003:232) *benchmarking* adalah sebuah proses membandingkan dan mengukur operasi atau proses internal organisasi terhadap mereka yang terbaik dalam kelasnya, baik dari dalam maupun dari luar institusi. Tindakan PLN UID S2JB untuk melakukan *benchmarking* ini kemudian menjadi penting, karena *benchmarking* ini tidak hanya dapat membantu PLN UID S2JB mengetahui bagaimana mengelola program CSR dengan baik namun juga turut membantu PLN UID S2JB dalam mengidentifikasi poin-poin apa saja yang dapat diterapkan dalam program CSR di PLN UID S2JB serta membantu pengelola CSR di PLN UID S2JB mengidentifikasi permasalahan yang perusahaan hadapi yaitu Rumah BUMN Jambi yang dibina oleh PLN UID S2JB yang berperan untuk membantu PLN UID S2JB dalam melaksanakan kegiatan CSR ternyata kekurangan sumber daya manusia. Selain itu, pengelola Rumah BUMN Jambi pada saat itu juga menjabat ternyata tidak memahami dengan

benar fungsi dan peran dari Rumah BUMN itu sendiri.

2) Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan tindakan yang diambil setelah hasil penelitian diperoleh. Tahap perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi. Dengan demikian, diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber komunikator, pesan, media, sasaran (segmen) dan efek yang diharapkan (Cangara, 2017:76). Pada pelaksanaannya perencanaan PT PLN UID S2JB dalam program CSR dengan Rumah Madu Hutan Jambi telah memenuhi indikator perencanaan yang sesuai dengan teori model perencanaan Cangara (2017:76) di mana PLN UID S2J telah mampu menentukan komunikator, menentukan target sasaran, memilih saluran komunikasi, media dan pesan serta menentukan tujuan yang diharapkan dari program CSR dengan Rumah Madu Hutan Jambi.

3) Pelaksanaan

Pada tahap ini PT PLN UID S2JB telah melaksanakan beberapa tahapan kegiatan yang sesuai dengan *roadmap* program yang telah dirancang sebelumnya. pelaksanaan program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi telah berjalan sesuai dengan *roadmap* program yang telah dirancang pada tahap perencanaan sebelumnya. Dalam pelaksanaannya, komunikasi CSR PLN UID S2JB merupakan komunikasi dua arah di mana PLN UID S2JB turut melibatkan dan mempertimbangkan saran dan ide dari mitra binaan dalam pengambilan keputusan. Dari hasil penelitian juga diketahui bahwa PLN UID S2JB telah mengkomunikasikan program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi melalui media cetak, media *online* dan media sosial. Namun sayangnya, PLN UID S2JB masih belum dapat memaksimalkan media sosial Twitter untuk mengkomunikasikan program CSR PLN UID S2JB dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi.

4) Pengukuran

Pengukuran dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada Implementasinya PT PLN UID S2JB telah

berhasil mengukur hasil akhir dari program CSR dengan mitra binaan melalui evaluasi internal dan evaluasi eksternal. Evaluasi internal dilakukan untuk mengukur *output* atau hasil yang didapatkan segera melalui penarikan kesimpulan dari hasil *monitoring* program yang dilakukan setiap 2-3 bulan sekali. Sedangkan evaluasi eksternal yang melibatkan akademisi dari Universitas Sriwijaya bertujuan untuk mengukur *outcome* (hasil yang tidak langsung terlihat dan *impact* (dampak jangka panjang) program.

5) Pelaporan

Pelaporan merupakan tindakan terakhir dari perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan (proyek) untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika dalam laporan tersebut diperoleh hasil yang positif dan berhasil maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya (*multi-years*). Tapi jika dalam laporan tersebut ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi dan memodifikasi program yang akan dilakukan (Cangara, 2017:77).

Pada pelaksanaannya dalam program CSR dengan mitra binaan PLN UID S2JB melakukan pelaporan realisasi dan kelengkapan setiap bulan, dan pelaporan kualitatif setiap 1 tahun sekali. Pelaporan tersebut didasarkan oleh evaluasi rutin yang dilakukan oleh PLN UID S2JB. Tidak hanya itu Rumah BUMN Jambi dan Rumah Madu Hutan Jambi juga diharuskan untuk melakukan pelaporan pertanggung jawaban secara rutin setiap 2-3 bulan sekali. Laporan-laporan inilah yang kemudian dijadikan bahan pertimbangan untuk bantuan selanjutnya atau program selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dari pelaporan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi berhasil untuk berkembang sehingga pelaporan dari program ini kemudian dapat dijadikan acuan atau pedoman PLN UID S2JB dalam merencanakan dan merancang program CS selanjutnya.

c. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Program CSR PLN UID S2JB dengan Mitra Binaan Rumah Madu Hutan Jambi

Pada pelaksanaan program CSR tentu terdapat faktor-faktor yang dapat mendukung dan menghambat jalannya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam hal ini PT PLN UID S2JB menemui kedua faktor tersebut. Adapun sebagai berikut :

1) Faktor Pendukung

a) Dukungan dari *Local Hero* yang berkompeten

Secara teknis, hambatan yang dialami pada program CSR dengan Rumah Madu Hutan Jambi tidaklah tidaklah terlalu banyak dan dapat terlampaui berkat adanya dua faktor. Pertama, ada dukungan, konsistensi dari *local hero* yang kompeten dalam bidangnya. Sebuah program tidak dapat berjalan apabila hanya dijalankan oleh satu pihak, untuk itu dalam hal ini PLN UID S2JB tentunya membutuhkan dukungan dari *local hero*. Dengan skill yang kuat dan pengalaman yang mahir di bidangnya yakni pengelolaan dan budidaya madu sehingga secara tidak langsung membuat hambatan-hambatan Teknik di lapangan dapat terlampaui.

b) Peran Rumah BUMN Jambi sebagai penghubung antara PLN UID S2JB dan mitra binaan

Adanya Rumah BUMN Jambi membuat permasalahan-permasalahan komunikasi yang terjadi antara PLN UID S2JB, mitra binaan dan *stakeholders* menjadi dapat terselesaikan. Pada pelaksanaannya pengelola Rumah BUMN Jambi yang dipekerjakan oleh PLN UID S2JB kemudian mempunyai kompetensi yang baik dan telah terbukti dapat menjalankan perannya sehingga kemudian membuat Rumah BUMN Jambi menjadi Rumah BUMN PLN terbaik se-Indonesia dan menjadi bahan rujukan bagi pengelolaan Rumah BUMN di seluruh Indonesia.

2) Faktor Penghambat

a) Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 merupakan salah satu faktor penghambat dalam pelaksanaan program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi. kemunculan pandemi covid-19 kemudian

membuat kegiatan kunjungan di Wisata Edukasi Rumah Madu Hutan Jambi harus dihentikan untuk sementara. Namun pada saat bersamaan, muncul peluang untuk produk madu di saat pandemi covid-19, sehingga program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi tetap berjalan. Selain menghambat berjalannya kegiatan wisata edukasi Rumah Madu Hutan Jambi. Pandemi covid-19 juga sempat menjadi kendala bagi pelaksanaan komunikasi program CSR. Kegiatan komunikasi seperti koordinasi secara langsung sempat ditiadakan. Namun untuk mengatasi hal tersebut, PLN UID S2JB kemudian melakukan komunikasi melalui saluran komunikasi lain seperti melalui grup *chatting*

b) Bahasa Perusahaan

Pada pelaksanaannya sebagai jembatan komunikasi PLN UID S2JB dan mitra binaan, Rumah BUMN Jambi terkadang juga masih mengalami hambatan untuk mengkomunikasikan bahasa perusahaan kepada mitra binaan. Sehingga untuk mengatasinya, Rumah BUMN Jambi meminta bantuan dari tim lain untuk menyederhanakan Bahasa agar tetap mencapai indikator yang diinginkan perusahaan.

c) Perkembangan Mitra Binaan yang Terlalu Cepat

Perkembangan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi yang terlalu cepat dari yang diharapkan ternyata membuat Rumah BUMN sempat merasa kebingungan untuk membuat laporannya dikarenakan perkembangan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi yang terlalu cepat dari *roadmap* program

d) Petani Lebah yang tidak mendukung program Rumah Madu Hutan Jambi

Pada teknis pelaksanaannya, hambatan juga datang dari petani-petani yang menjadi mitra Rumah Madu Hutan Jambi. Permasalahan datang ketika petani yang sudah dibina kemudian tidak mendukung program Rumah Madu Hutan Jambi sehingga indikator dalam pelaporan tanggung jawab Rumah BUMN Jambi kemudian menjadi berkurang.

Hambatan skala besar yang sifatnya diluar kendali PT PLN UID S2JB juga muncul, adapun sebagai berikut :

1) Isu Geopolitik

- Terdapat beberapa kalangan yang masih skeptis dengan produk hasil dari serangga
- 2) Standar Produk negara yang berbeda beda Beberapa negara memiliki standar produk pangan yang tinggi dan ketat, agar dapat memenuhi standar tersebut diperlukan biaya yang sangat besar dan UMKM memerlukan bantuan dan dukungan dari pemerintah.
 - 3) Persaingan pasar internasional dan adanya rasa tidak yakin terhadap produk Asia Terdapat persaingan pasar internasional yang ketat di mana beberapa negara yang menjual produk madu sintetis dengan harga yang lebih murah sehingga merugikan pemasok madu alami seperti Rumah Madu Hutan Jambi. Selain itu, terdapat pula anggapan bahwa produk dari Asia kurang baik serta sulit untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat global terhadap produk Asia

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan mengenai penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi PLN UID S2JB dalam program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi terdiri dari tahapan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Pada tahap penelitian, PLN UID S2JB melakukan 1) pemetaan masalah, 2) *benchmark*. Pada tahap perencanaan, PLN UID S2JB 1) menentukan komunikator, 2) menentukan target sasaran, 3) memilih saluran komunikasi, media dan pesan, 4) menentukan tujuan, 5) merancang *roadmap*. Pada tahap pelaksanaan, PLN UID S2JB melakukan pelaksanaan kegiatan dan pelaksanaan komunikasi. Pada tahap pengukuran, PLN UID S2JB melakukan evaluasi internal dan evaluasi eksternal dan pada tahap pelaporan melakukan pelaporan pertanggungjawaban yang dilakukan 2-3 bulan sekali dan pelaporan kualitatif yang dilakukan 1 tahun sekali.

Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan pula bahwa target sasaran yaitu *local hero* dan komunikator yang tepat dan berkompeten menjadi faktor pendukung dalam pelaksanaan program CSR dengan mitra binaan Rumah Madu Hutan Jambi. Sedangkan faktor penghambat pada pelaksanaan program ini meliputi: terhentinya kegiatan wisata edukasi Rumah Madu Hutan Jambi akibat pandemi

covid-19, sulitnya menyederhanakan bahasa perusahaan agar dapat mudah dimengerti mitra binaan, progres mitra binaan yang terlalu cepat san adanya mitra petani lebah yang telah dibina namun tidak mendukung program Rumah Madu Hutan Jambi membuat Rumah BUMN Jambi sempat kebingungan dalam melakukan pelaporan . Tidak hanya itu terdapat pula hambatan skala besar yang di luar kendali PLN UID S2JB seperti isu geopolitik mengenai madu, persaingan pasar internasional dan ketidakyakinan pasar global terhadap produk Asia.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas maka, saran dalam penelitian ini adalah :

- 1) Agar dapat mengetahui efek apa yang timbul dari pelaksanaan komunikasi, PLN UID S2JB disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap kegiatan komunikasi yang dijalankan dalam program ini.
- 2) PLN UID S2JB disarankan untuk dapat lebih mengoptimalkan salah satu media yang PLN UID S2JB kelola yaitu media sosial Twitter..

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press
- Effendy, O. U. (2016). *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hikmat, M. M. (2014). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., Lee, N. (2005). *Corporate Socia; Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Willey and Sons, Inc.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prayitno, S. U. (2015). *Corporate Social Responsibility: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan lengkap perencanaan CSR*. Penebar Swadaya Grup.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Saswito, E. E. (2020). CSR dan Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: Ruas Media.
- Satori, D. dan Komariah, A. (2020) Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Situmorang, dkk. (2010). Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis. Medan: USU press.
- Soehartono, I. (2002). Metode Penelitian Sosial. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Solihin, I. (2021). Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah penerapan strategi komunikasi dalam dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suranto. (2019). *Perencanaan & Evaluasi Program Komunikasi*. Yogyakarta: Pena Pressindo.
- Tjiptono, F., Diana, A. (2003) *Total Quality Manajemen (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing
- b. Jurnal, Thesis, Website**
- Fitriana, F. (2019). Strategi Komunikasi Prof. Quraish Shihab Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam (Studi Tentang Buku Islam Yang Saya Anut, Dasar-Dasar Ajaran Islam) (*Bachelor's thesis*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kementerian Badan Usaha Milik Negara. (2007) Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor:Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan
- Khoirun Ni'am. (2020). Strategi Komunikasi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Yogyakarta Dalam Program Corporate Social Responsibility (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Griya Cokelat Nglanggeran Patuk Gunung Kidul). *Skripsi thesis*, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Perusahaan Listrik Negara. (2017). Laporan Berkelanjutan 2017 Sustainability Report. Dari www.pln.co.id.
- Perusahaan Listrik Negara. (2021). Laporan Berkelanjutan 2021 Sustainability Report. Dari www.pln.co.id.
- Prasetyo, H. N. (2018). Strategi Komunikasi dalam Program CSR PT PLN (PERSERO) Transmisi Jawa Bagian Barat (Studi kasus pada Kegiatan Pembangunan MCK dan Penanaman 1000. Skripsi, Telkom University.
- Republik Indonesia. (2003). Undang-Undang No.25 tahun 2007 tentang penanaman modal
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Setyorini, I., Sarwo, Y. B., & Nugroho, A. W. (2021). Strategi Komunikasi Corporate social responsibility (CSR) PT PLN (PERSERO) UIK Tanjung Jati B Terhadap Komunitas Nelayan Perairan Pulau Panjang. *Jurnal Komunikasi dan Media*, ISSN 2746-8364.
- Triono, A. (2021). Strategi Komunikasi Program CSR Oleh Bagian Communication And Relation PT. Pertamina Refinery Unit II Dumai. Other thesis, Universitas Islam Riau.