

MANAJEMEN KOMUNIKASI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PTPN V DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI PEKANBARU

Anuar Rasyid & Welly Wirman

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau

Email: anuarkmp03@yahoo.co.id, wellywirman@yahoo.co.id

ABSTRACT

Management of communication effective and efficient is required in the program of Tanggung jawab Sosial Perusahaan, to the achievement of community empowerment. Research aims to study and analyze the management of communication in social responsibility programs of companies PTPN V to the empowerment of communities in the province of Riau. The method used in this study is a qualitative research method. Subjects of this study were 17 people consisting of Head of CSR/TSP, Head of CSR/TSP, along with three employees executing PTPN V and 12 beneficiaries of friends CSR/TSP in six operational areas of the company. The results of the study are planning stage, sources, messaging and communication channels entirely determined by employee PTPN V, then the implementation phase, employees PTPN V in collaboration with the Department of Cooperatives in the areas of operations, finally monitoring and evaluation stages, monitoring carried out by a team of auditors as the source and program evaluation phase is done by the management of PTPN V.

Key words: Communication Management, Community Empowerment, Corporate Social Responsibility.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Program TSP bukan sekedar kegiatan amal dimana program TSP mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan, tetapi juga termasuk didalamnya lingkungan hidup. Menurut *World Business Council on Sustainable Development*, TSP adalah komitmen dari

bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. TSP adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi (Dwikartini. 2004 :30)

Di Tanah Air, debut TSP semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas



dalam UU PT No. 40 Tahun 2007. Dalam Undang-undang PT Nomor 40 Tahun 2007, pasal 74 ayat (1) menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Program TSP juga dilakukan dalam rangka melaksanakan Peraturan Menteri BUMN Nomor: PER-08/MBU/2013 Tentang Perubahan keempat atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan melalui pemanfaatan dana maksimal 2% dari laba bersih tahun sebelumnya yang diperhitungkan sebagai biaya perusahaan. Wilayah operasional PTPN V tersebar di 6 Kabupaten/kota, yaitu: Pekanbaru, Kampar, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, dan Kabupaten Indragiri Hulu (Dokumentasi PTPN 2014).

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh manajemen komunikasi yang diterapkan. Di lain pihak jika tidak ada manajemen komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk suatu efektivitas kebijakan perlu dilakukan manajemen komunikasi dengan prinsip resiprokal yang terpadu, terarah dan tepat sasaran. Dengan kata lain manajemen komunikasi yang mampu memaksimalkan proses pengelolaan sumberdaya komunikasi untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagi konteks komunikasi.

Proses komunikasi program TSP PTPN V melalui Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan dilakukan secara terpadu antara

PTPN V dengan Dinas Koperasi dan UMKM secara Sinergi. Pemerintah sangat menggalakan penumbuhkembangan UMKM, namun menurut Dirut Eksekutif Kadin Provinsi Riau peran BUMN untuk menumbuhkembangkan UMKM di Riau melalui TSP masih banyak yang belum berhasil dengan melihat fakta yang ada dari berbagai data yang dirilis bahwa peningkatan UMKM belum signifikan baik kuantitatif maupun kualitatif (Wawancara dengan Dirut Eksekutif Kadin Provinsi Riau, 25 April 2014).

Manajemen komunikasi yang baik dalam suatu organisasi akan menentukan tingkat keberhasilan dari organisasi tersebut dalam mencapai target dan sasaran. Manajemen komunikasi akan mengarahkan cara dan pola komunikasi kepada orang-orang yang berada di dalam organisasi (internal) dan orang-orang yang memungkinkan akan terlibat dalam aktivitas organisasi (eksternal). Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini difokuskan pada Manajemen Komunikasi Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan PTPN V dalam pemberdayaan masyarakat di Pekanbaru.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan (*planning*) komunikasi dalam program TSP PTPN V terhadap pemberdayaan masyarakat di Provinsi Riau?
2. Bagaimana komunikasi dalam pelaksanaan (*actuating*) program TSP PTPN V terhadap pemberdayaan masyarakat di Provinsi Riau?
3. Bagaimana komunikasi dalam pengawasan (*monitoring*) dan evaluasi



(evaluating) program TSPPTPNV terhadap pemberdayaan masyarakat di Provisnsi Riau?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengkaji dan menganalisis proses perencanaan (*planning*) komunikasi dalam program TSPPT. Perkebunan Nusantara V terhadap pemberdayaan masyarakat di Provinsi Riau.
2. Mengkaji dan menganalisis proses komunikasi dalam pelaksanaan (*actuating*) program TSPPT. Perkebunan Nusantara V terhadap pemberdayaan masyarakat di Provinsi Riau.
3. Mengkaji dan menganalisis proses komunikasi dalam pengawasan (*monitoring*) dan evaluasi (*evaluating*) program TSPPT. Perkebunan Nusantara V terhadap pemberdayaan masyarakat di Provinsi Riau.

Manajemen Komunikasi

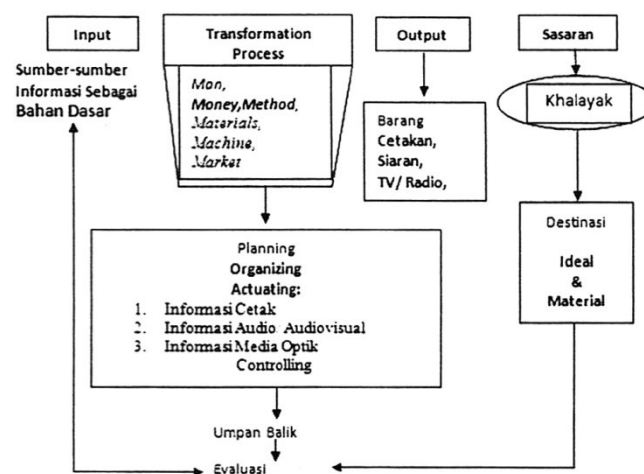
Kaye (1994) menyatakan bahwa manajemen komunikasi adalah "Bagaimana

individu atau manusia mengelola proses komunikasi melalui penyusunan kerangka makna dalam hubungannya dengan orang lain dalam berbagai lingkup komunikasi dengan mengoptimalisasi sumberdaya komunikasi dan teknologi yang ada".

Menurut Irwin Harry (dalam Soedarsono, 2009), manajemen komunikasi merupakan proses yang menggunakan manusia, keuangan dan sumber teknik yang berfungsi membentuk komunikasi antarperusahaan dan antara perusahaan dengan publiknya. Sedangkan Kaye (dalam Soedarsono, 2009) memberikan pengertian manajemen komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antarmanusia.

Dalam rangka pencapaian tujuan tersebut, maka di sinilah asas-asas manajemen dan komunikasi dipadukan dan disesuaikan di atas landasan tujuan yang hendak dicapai. Apabila ada keinginan bersama untuk menyukkseskan penyelenggaraan komunikasi secara efektif. Adapun perpaduan ilmu manajemen (pendekatan model *input-output* dari Henry Fayol) dan ilmu komunikasi (pendekatan model komunikasi matematik dari Shanon & Weaver), dapat dijabarkan dalam gambar model berikut ini:

Gambar 1 Model *Input-Output* dan Model Proses Komunikasi



Sumber : (Suprpto, 2009)



Berdasarkan teori pemangku kepentingan Guthrine *et al.* 2004 dalam Erwansyah, 2009 menyatakan bahwa manajemen perusahaan diharapkan untuk dapat melakukan aktivitas sesuai yang diharapkan pemangku kepentingan dan melaporkannya kepada mereka. Teori ini menyatakan bahwa para pemangku kepentingan memiliki hak untuk mengetahui semua informasi baik *mandatory* (karena legalitas) maupun *voluntary* (sukarela). Dampak aktivitas perusahaan kepada pemangku kepentingan dapat diketahui melalui pertanggungjawaban yang diberikan perusahaan berupa informasi keuangan dan non keuangan (sosial). Cara-cara yang dilakukan oleh manajemen tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ulman, 1985)

Tanggung jawab Sosial Perusahaan (TSP)

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau TSP telah ada lebih dari 70 tahun (Freeman & Hasnaoui 2011). Salah satu definisi CSR/ TSP adalah sebuah konsep yang komprehensif yang bertujuan sebagai praktek promosi bisnis yang bertanggung-jawab yang terkait erat dengan strategi perusahaan (Jain *et al.* 2011). *Tanggung jawab Sosial Perusahaan (TSP)* merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas tempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Wibisono, 2007).

Suharto (2006) menyatakan bahwa TSP adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Dari definisi tersebut, dapat kita lihat bahwa salah satu aspek yang dalam pelaksanaan TSP adalah komitmen berkelanjutan dalam mensejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitar.

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Wibisono (2007) menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan TSP, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan TSP. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*),
2. Bagi masyarakat, praktik TSP yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktik TSP akan mengharagai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut,
3. Bagi lingkungan, praktik TSP akan mencegah eksploitasi berlebihan atas



sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya,

4. Bagi negara, praktik TSP yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis seperti penyuaan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Dalam penelitian, terkait kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah, diharapkan kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Bagi perusahaan akan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*), dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*), dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*). Pemerintah mendapatkan keuntungan berupa adanya partisipasi pihak perusahaan dalam mendukung program-program pemerintah, dalam hal peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan (TSP)

Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan di PTPN V dikenal dengan Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau dikenal dengan TSP. Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan adalah bentuk tanggung jawab Badan Usaha Milik Negara (BUMN) kepada masyarakat. TSP dilaksanakan dengan dasar Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 Tentang BUMN serta Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/ 2007 yang menyatakan maksud dan tujuan pendirian BUMN tidak

hanya mengejar keuntungan melainkan turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat (Kementrian BUMN, 2010). Dalam Peraturan Menteri Negara BUMN tersebut juga ditentukan bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha dengan aset bersih maksimal Rp 200 juta atau beromset paling banyak Rp 1 miliar per tahun.

Pada hakikatnya, TSP adalah salah satu bentuk dari implementasi TSP. Namun, pada prakteknya, TSP lebih banyak berfokus pada pemberian pinjaman ataupun mikro-kredit pada pengusaha kecil yang potensial. Seyogianya, hal ini menjadi kail bagi para pengusaha kecil untuk berkembang, sehingga mampu mengembalikan pinjaman yang diberikan, beserta keuntungan bagi usahanya.

Program TSP memiliki 2 (dua) program, pertama adalah Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Kedua adalah Program Bina Lingkungan yaitu program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Jumlah penyesihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan. Peran TSP BUMN sebenarnya mempunyai cakupan yang lebih luas dibanding praktek Tanggung jawab Sosial Perusahaan (TSP) yang dilakukan oleh perusahaan swasta, karena TSP-BUMN juga diharapkan untuk mampu mewujudkan 3 (tiga) pilar utama pembangunan (*triple track*) yaitu ; (1). pengurangan jumlah pengangguran (*pro-job*), (2) pengurangan jumlah penduduk miskin



(*pro-poor*), dan (3). peningkatan pertumbuhan ekonomi (*pro-growth*).

Pemberdayaan Masyarakat

Proses pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) merupakan upaya membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya sendiri sehingga bebas dan mampu untuk mengatasi masalah dan mengambil keputusan secara mandiri. Proses pemberdayaan tersebut dilakukan dengan memberikan kewenangan (*power*), aksesibilitas terhadap sumberdaya dan lingkungan yang akomodatif (Pekins dan Zimmerman, 1995). Konsep pemberdayaan telah mewarnai paradigma pembangunan. Pada tataran kehidupan bernegara, pemberdayaan dimaknai sebagai partisipasi yang setara antara pemerintah, swasta dan masyarakat (Syahyuti, 2006).

Dengan demikian, pemerintah, swasta, dan masyarakat memiliki tanggung jawab yang sama dalam upaya pencapaian tujuan pembangunan. Pemerintah sebagai institusi formal berperan dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan di segala sektor. Swasta dapat berperan sebagai patner pemerintah dalam pelaksanaan pada satu atau beberapa sektor pembangunan. Masyarakat harus berperan sebagai subyek dan obyek pembangunan dengan pengertian bahwa masyarakat harus terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, melakukan evaluasi dan menikmati hasil-hasil pembangunan. Dari berbagai pandangan mengenai konsep pemberdayaan, maka dapat disimpulkan, bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan kepemilikan aktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan

ketrampilan yang harus dilakukan secara multi aspek baik dari aspek masyarakatnya sendiri maupun aspek kebijakannya.

Damanhuri dalam Suparjan dan Hempri (2013) menyatakan bahwa pemberdayaan ekonomi rakyat merupakan salah satu elemen strategis dalam paradigma baru pembangunan. Bila ekonomi rakyat berkembang, maka pendapatan dan kesejahteraan rakyat akan meningkat sebab kebutuhan ekonomi mereka semakin terpenuhi. Dengan pemberdayaan ekonomi rakyat maka partisipasi aktif dalam pembangunan akan menjadi pendorong dari dalam (*inner drive*). Bila partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan meningkat maka tujuan akhir pembangunan akan lebih mudah dicapai.

Sumodiningrat (1999) menyimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi tidak cukup hanya dengan pemberian modal bergulir, tetapi juga harus ada penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat, penguatan sumberdaya manusianya, penyediaan prasarananya, dan penguatan posisi tawarnya. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi atau penguatan ekonomi rakyat, harus dilakukan secara *elegant* tanpa menghambat dan mendiskriminasikan ekonomi kuat; untuk itu kemitraan antarusaha mikro, usaha kecil usaha menengah dan usaha besar adalah jalan yang harus ditempuh.

Dalam serangkaian implementasi pelaksanaan program Corporate Social Responsibility dalam bentuk Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan PTPN V, manajemen komunikasi dilakukan mulai dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), monitoring dan evaluasi. Hal ini dilakukan sebagai upaya agar program yang dilakukan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, yaitu ikut serta



meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat, demi terlaksananya kesejahteraan sosial dan pengembangan masyarakat untuk pembangunan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Bagdan dan Taylor (dalam Moleong, 2005) penelitian kualitatif adalah, prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Riau, khususnya di kantor pusat PTPN V jalan Rambutan Pekanbaru dan di daerah-daerah penyaluran dana Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan PTPN V yang tersebar di 6 Kabupaten/kota, yaitu: Pekanbaru, Kampar, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, dan Kabupaten Indragiri Hulu. Subjek penelitian ini berjumlah 17 orang yang terdiri dari Kepala Bagian TSP, Kepala Urusan TSP, beserta 3 orang karyawan pelaksana TSPPTPN V dan 12 orang masyarakat penerima bantuan dana TSP di 6 wilayah operasional perusahaan. Penelitian ini menggunakan beberapa jenis pengumpulan data' yaitu : Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Analisa data diolah dengan menggunakan metode kualitatif dimana data yang diperoleh dari hasil wawancara dan diuraikan secara sistematis dengan berpedoman kepada landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan untuk mencari pemecahan masalah.

PEMBAHASAN

PT. Perkebunan Nusantara V mengimplementasikan program pemberdayaan masyarakat melalui Tanggung jawab Sosial

Perusahaan (TSP). Hal tersebut dilaksanakan dengan cara melakukan pembinaan kepada Usaha Kecil dan Koperasi sesuai dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia No : PER-20/MBU/2012 tanggal 27 Desember 2012 yang merupakan perubahan dari surat keputusan menteri BUMN No : KEP-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Program TSP yang dilaksanakan sejak tahun 1996 merupakan wujud pertanggung jawaban sosial perusahaan yang didanai dari alokasi hasil laba perusahaan. Program ini berbentuk pemberian pinjaman modal kerja kepada sector usaha kecil, mikro dan koperasi dengan imbal jasa (bunga) yang terjangkau. PTPN V turut membantu pemerintah dalam kemudahan menyediakan pinjaman modal kerja melalui program kemitraan. Peningkatan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri oleh PTPN V diwujudkan dalam bentuk pemberian pinjaman untuk membiayai modal usaha kecil yang berada di Riau. Sasaran program kemitraan yaitu masyarakat disekitar wilayah kerja perseroan berupa pinjaman modal kerja untuk sektor perdagangan, industri, jasa, peternakan, pertanian, perikanan, dan perkebunan, serta berubah hibah (pelatihan/penyuluhan, studi banding, pameran, pendampingan (UGM) dan *benchmarking*.

Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga pengevaluasian suatu program kerja bukanlah pekerjaan yang mudah atau hanya merupakan kerja sambilan, tetapi harus dikelola secara profesional dan serius serta penuh konsentrasi agar dapat mencapai tujuan atau sasaran sebagaimana yang direncanakan. Terkait dengan hal tersebut maka dibutuhkan sebuah evaluasi terhadap tahapan-tahapan manajemen komunikasi untuk melihat



bagaimana efektifitas dari program-program tersebut.

Analisis Perencanaan Komunikasi Program TSP PTPN V terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Provinsi Riau.

John Middleton dalam (Cangara, 2014) menyatakan bahwa perencanaan komunikasi merupakan proses pengalokasian sumberdaya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumberdaya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktifitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi. Hasil wawancara dengan Kepala Urusan dan staf TSP PTPN V, aktivitas Tanggung jawab Sosial Perusahaan PTPN V juga diawali dengan proses perencanaan. Perencanaan TSP dilaksanakan pada setiap tahun anggaran, Tahap ini dibahas rencana kerja dan anggaran untuk setiap tahunnya. Jumlah pihak yang terlibat dalam perencanaan tersebut sebanyak tujuh orang. Mereka yang terlibat pihak Direksi, Kepala Bagian, Kepala urusan dan Asisten Urusan. Perencanaan dilaksanakan melalui rapat internal, pada rapat internal tersebut dibahas juga respon masyarakat penerima tahun lalu, dampak program pada masyarakat penerima, dan kendala-kendala yang dihadapi pada tahap pelaksanaan. Tahapan perencanaan masyarakat tidak dilibatkan dan penggunaan media juga terbatas. Idealnya perencanaan sebaiknya dapat diikuti berbagai pihak untuk memperoleh masukan (*input*) agar lebih sempurna. Keterlibatan partisipasi berbagai pihak akan memperoleh manfaat ganda, karena disamping rencana menjadi lebih baik, juga dapat menambah semangat kerja para karyawan.

Data lapangan tersebut menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi pada Program TSP PTPN V terlihat masih sederhana dan belum mengikuti tahapan-tahapan perencanaan yang jelas. Perencanaan tidak diawali terlebih dahulu dengan penelitian (*research*) ataupun pengumpulan data *base-line* dan *need assessment* untuk mengetahui kondisi terkini sebelum program dilaksanakan. Padahal disamping sebagai data awal, baseline survey akan sangat membantu proses monitoring, proses pelaksanaan dan evaluasi pada akhir program. Sedangkan *need assessment* bertujuan untuk mengumpulkan data guna mengidentifikasi kebutuhan dari kelompok atau individu. *Need assessment* merupakan identifikasi masalah dimasyarakat dengan metode mencari data untuk mendapatkan solusi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Disamping itu Bagian TSP PTPN V juga belum menetapkan pemilihan media sebagai sarana penyebarluasan informasi kepada masyarakat di dalam merancang programnya. Hal ini menyebabkan belum meratanya penerimaan informasi dikalangan masyarakat.

Tahapan perencanaan komunikasi pada dasarnya terdiri dari : (1) tahap identifikasi masalah komunikasi, (2) tahap perumusan tujuan komunikasi, (3) tahap penetapan rencana strategik, (4) tahap penetapan rencana operasional, (5) tahap penyusunan rencana evaluasi, dan (6) tahap merencanakan rekomendasi. Tahapan-tahapan tersebut harus dilakukan satu persatu secara berurutan, tidak boleh meloncat-loncat.

Tujuan dari proses perencanaan program kerja dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen yang dikelola secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan hasil atau sasarannya. Hal tersebut juga dapat diwujudkan jika adanya pertukaran pendapat, pesan dan informasi yang



jas, serta mudah dimengerti oleh kedua belah pihak yang terlibat (komunikator-komunikan) dimana pertukaran informasi dilakukan melalui sistem saluran (*channel*), media massa atau media non massa lainnya. Semua itu dapat dimanfaatkan sebagai alat (*tool*) untuk kegiatan atau aktivitas komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*) sehingga diperoleh pencapaian umpan balik (*feed back*) yang positif.

Analisis Komunikasi dalam Pelaksanaan Program TSP PTPN V terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Provinsi Riau.

Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi, sebagai langkah nyata pemecahan masalah yang dihadapi. Pelaksanaan Program ini dapat berupa program tindakan maupun program komunikasi yang kesemuanya merupakan cara atau proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan data penelitian, pada tahapan pelaksanaan pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan TSP PTPN V terdiri dari ; Direksi, Kabag, Kepala Urusan dan Asisten Urusan. Seluruh pihak yang terlibat pada tahap ini berjumlah sekitar 12 orang. Proses pelaksanaan TSP menjalankan hasil keputusan rapat sesuai dengan yang tertera di dalam RKA. Kegiatan yang dilakukan pada tahap pelaksanaan antara lain adalah survey, pemberian bantuan dan pelatihan. Pada tahap ini terkadang juga membahas tentang evaluasi pelaksanaan penerima TSP sebelumnya, bagaimana respon masyarakat penerima ketika pelaksanaan dan dampak pelaksanaan program pada masyarakat penerima sebelumnya sesuai keadaan dan kondisi. Kendala yang sering ditemui dalam pelaksanaan Tanggung jawab

Sosial Perusahaan adalah banyaknya permintaan/proposal yang masuk tidak dapat dipenuhi karena dana yang terbatas.

Pelaksanaan program TSP PTPN V terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Penerimaan Proposal

Pada tahapan ini Pegawai TSP PTPN V bekerjasama dengan Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM Propinsi, Kota dan Kabupaten. Masyarakat bisa memberikan proposal kepada Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM. Setelah terkumpul sesuai dengan yang diinginkan Pegawai TSP PTPN V maka proposal diserahkan kepada mereka. Cara lain juga dapat dilakukan, masyarakat juga dapat langsung mengantarkan proposal kepada pegawai PTPN V. Penjelasan tahapan ini disampaikan salah seorang pegawai CSR/TSP PTPN V sebagai berikut:

"Kami memberikan informasi kepada Dinas koperasi dan UMKM yang ada di enam kabupaten/ kota yang ada di Propinsi Riau bahwa CSR PTPN membuka kesempatan kepada masyarakat di enam kabupaten/ kota yang ada di Propinsi Riau untuk mengirimkan atau mengantar langsung proposal untuk bantuan dana pinjaman atau dititipkan kepada Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM di enam kabupaten/ kota masing-masing"

Pernyataan Pegawai CSR PTPN V tersebut juga didukung oleh pernyataan salah seorang pegawai Dinas Koperasi dan UMKM di kabupaten/ kota sebagai berikut:

"Dinas Koperasi dan UMKM kami didatangi oleh salah seorang pegawai PTPN V. Kami diberikannya informasi oleh Pegawai CSR PTPN V bahwa mereka membuka kesempatan kepada masyarakat di kabupaten kami untuk mengirimkan langsung ke PTPN V, mengantar langsung ke PTPN V atau menitipkan kepada kami yaitu pegawai Dinas



Koperasi dan UMKM. kemudian proposal yang kami terima, setelah cukup sesuai dengan permintaan Pegawai CSR/TSP PTPN V maka kami sampaikan kepada Pegawai CSR PTPN V" dan mereka akan menjemputnya.

Pernyataan salah seorang masyarakat penerima bantuan dana yang memperkuat pernyataan Pegawai CSR PTPN V dan Dinas Koperasi dan UMKM yang ada di salah satu kabupaten/ kota sebagai berikut:

" Saya mendapatkan informasi dari salah seorang Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM bahwa saya bisa mendapatkan bantuan dana untuk usaha, dengan syarat saya mengajukan proposal. Setelah proposal saya buat maka saya titipkan kepada Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM. kemudian saya dipanggil untuk melengkapi syarat-syarat yang sudah disepakati dan saya mendapatkan bantuan dalam bentuk cek."

Pegawai CSR/ TSP PTPN V juga bisa menghubungi masyarakat yang sudah pernah mendapatkan bantuan. Biasanya masyarakat yang lancar pembayaran cicilan pada tahap pertama, kemudian pada tahap kedua pegawai CSR/ TSP PTPN V menghubungi mereka langsung, guna mendapatkan pinjaman pada tahap berikutnya. Sebagaimana pernyataan salah seorang masyarakat penerima bantuan:

"Alhamdulillah saya dapat pinjaman pertama, saya ditawari oleh pegawai PTPN V untuk pinjaman kedua. Katanya karena saya embayar cicilan tepat waktu. Pinjaman pertama saya dapat 15 juta, yang kedua saya dapat 25 juta".

Pada tahapan ini masyarakat harus menyiapkan syarat-syarat untuk menerima bantuan disamping mengajukan proposal. Persyaratan-persyaratan yang disiapkan antara lain, kartu keluarga (KK), sebagai dokumen (surat tanah, surat rumah, BPKB

kendaraan dan lain-lain). Salah seorang masyarakat menyatakan bahwa:

"Kami diharuskan menyiapkan syarat-syarat yang diberikan PTPN, kalau tidak proposal kami ditolak, kami tak dapat pinjaman dari PTPN V.

Analisis komunikasi pada tahap pelaksanaan pada kegiatan pengajuan dan penerimaan proposal ini terjadi komunikasi dua tahap dan komunikasi satu tahap. Proses komunikasi dua tahap yaitu dapat dilihat dari proses ketika pegawai TSP PTPN V menjadikan Pegawai Dinas Koperasi dan UMKM sebagai perantara untuk menerima proposal dari masyarakat. Sedangkan Proses komunikasi satu tahap ketika masyarakat langsung datang kepada Pegawai TSP PTPN V untuk mengantarkan proposal, atau pegawai TSP PTPN V menelpon langsung masyarakat yang sudah pernah dapat untuk memperpanjang bantuan pada tahap berikutnya.

2. Tahap Survey

Pada tahapan ini, masyarakat yang sudah memberikan proposal dan bersedia melengkapi syarat-syarat yang diberikan oleh Pegawai CSR/ TSP PTPN V, maka Pegawai CSR/ TSP PTPN V melakukan survey ke lokasi atau rumah masyarakat calon penerima bantuan tersebut. Tujuan Pegawai CSR/ TSP PTPN V melakukan survey adalah untuk menyesuaikan kembali antara data yang diberikan oleh masyarakat dengan fakta yang ada di rumah atau pada tempat usaha.

Analisis proses komunikasi pada tahap ini, berlangsung komunikasi tatap muka atau komunikasi antarpribadi. Pegawai PTPN V dan masyarakat calon penerima bantuan berperan sebagai komunikator dan komunikan secara bergantian. Komunikasi tatap muka ini sangat efektif untuk mengetahui informasi secara

langsung tentang masyarakat yang akan menerima bantuan. Bagi masyarakat komunikasi antarpribadi ini dapat mendekatkan hubungan dengan pihak pegawai PTPN V dan bertanya langsung tentang program kemitraan secara lengkap dan jelas. Pesan pada proses komunikasi ini adalah berkaitan dengan kelengkapan syarat-syarat yang diberikan dengan kenyataan yang ada di rumah atau di tempat usaha masyarakat calon penerima bantuan. Saluran yang digunakan langsung tatap muka, pesan verbal dan non verbal disampaikan melalui bantuan udara. Efek pada tahapan ini adalah Pegawai CSR/TSP PTPN V bisa memutuskan menerima atau menolak proposal bantuan yang diajukan oleh masyarakat. Salah seorang masyarakat menyatakan bahwa :

"Saya dikunjungi oleh Pegawai PTPN V dan dia melihat usaha yang sedang saya buat, kemudian menanyakan beberapa hal tentang syarat-syarat yang sudah saya tulis. Alhamdulillah semua bisa saya jawab dan syarat-syarat yang dia tanya saya sudah lengkap. Saya pun mendapatkan bantuan pinjaman tidak lama kemudian".

Komunikasi yang terjadi pada tahap ini dapat dikelompokkan dalam komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Biasanya yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik.

3. Tahap pemberian bantuan dan pelatihan

Kemudian setelah proposal masyarakat dinyatakan diterima, pihak PTPN V melakukan

pertemuan dengan masyarakat untuk menjelaskan mengenai program PK dan BL kepada masyarakat penerima. Masyarakat dikumpulkan di dalam satu tempat secara bersamaan yaitu di gedung pertemuan yang sudah direncanakan dan disampaikan kepada undangan, yaitu masyarakat penerima bantuan. Jumlah masyarakat yang menghadiri pertemuan lebih dari 50 orang. Adapun unsur-unsur yang hadir yaitu dari pihak PTPN V, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM dan masyarakat. Media yang digunakan dalam komunikasi publik/ ceramah/ pidato oleh pegawai yang bertugas menjelaskan program. menggunakan pengeras suara, power point/ slide untuk presentasi dan In focus. Hasil wawancara dengan salah seorang masyarakat sebagai berikut: "Kami diundang datang ke gedung pertemuan di kantor PTPN V, yang hadir sekitar 50 orang. Yang hadir ada juga membawa isteri dan anaknya. Kami diberikan ceramah tentang bantuan pinjaman PTPN V. Ceramahnya pakai mix dan in fokus jadi ceramahnya kelihatan dan terdengar jelas.

Hal-hal yang disampaikan mengenai visi dan misi Perusahaan, visi dan misi program TSP, syarat yang dipenuhi ketika menerima bantuan, motivasi usaha, manfaat program, cara mengembangkan dan memanfaatkan dana serta tanggung jawab yang harus dipatuhi masyarakat penerima bantuan dana TSP. Masyarakat juga mendapatkan pelatihan manajemen keuangan yang baik oleh pegawai PTPN V.

Hasil wawancara dengan berbagai informan masyarakat bahwa komunikator mempunyai karakteristik yang baik. Karakter komunikator sebagai ethos yang terdiri dari pikiran baik (*good sense*), akhlak yang baik (*good moral character*) dan maksud yang baik (*good will*) dimiliki oleh komunikator PTPN V. Kemudian dari sisi kredibilitas (*credibility*), Daya



Tarik Sumber dan Kekuasaan (*power*) komunikator PTPN V juga memilikinya.

Hasil wawancara dengan informan masyarakat, dari sisi pesan atau informasi yang disampaikan oleh sumber/komunikator merupakan pesan yang mudah untuk dimengerti oleh komunikan/ penerima. Hal ini terlihat dengan telah tercipta persamaan makna dan pengertian diantara pegawai PTPN V dengan masyarakat. Pegawai PTPN V sebagai komunikator sudah melakukan pertukaran pesan akan mempertimbangkan pesan yang diterimanya tersebut berguna bagi masyarakat. Pesan yang berguna tersebut dijadikan referensi dalam menjalankan berbagai kegiatan yang dibantu oleh PTPN V. Pesan yang disampaikan sudah efektif sebagaimana Hamidi (2007) menyatakan bahwa komunikasi bisa dikatakan efektif jika: (1) pesan yang disampaikan dipahami oleh komunikan; (2) komunikan bersikap dan berperilaku seperti yang dikehendaki komunikator; (3) ada kesesuaian antar komponen. Saluran komunikasi merupakan alat yang digunakan sumber pesan dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan.

Saluran ini dianggap sebagai sarana penyampai informasi yang berasal dari sumber kepada penerima informasi dengan berbagai jenis saluran komunikasi yang dapat digunakan sesuai dengan informasi yang disampaikan. Hasil wawancara berkaitan dengan saluran menunjukkan bahwa pegawai PTPN V hanya menggunakan saluran interpersonal dengan masyarakat. Sedangkan saluran media massa dan media sosial diabaikan. Bapak Syamsul ah seorang masyarakat penerima bantuan menyatakan bahwa:

"Saya langsung didatangi oleh pegawai PTPN V dan dia menawarkan bantuan pinjaman lunak. Saya tidak pernah baca

pengumumannya di surat kabar tentang program itu. Saya ada juga langganan surat kabar lokal, karena untuk pelanggan saya yang menunggu servis. Saya juga tidak dengar di TV lokal program tersebut. Kalau malam saya ada juga buka siaran TV lokal. Jadi saya benar-benar tidak tahu kalau tidak langsung ditawarkan oleh pegawai PTPN V. "

Saluran terbaik untuk program yang terbaik untuk menyampaikan pesan secara luas adalah media massa. Sebagaimana Rogers (2003) mengatakan bahwa ada dua macam saluran komunikasi yang dapat menyampaikan pesan-pesan pembangunan pertanian atau informasi pertanian yaitu saluran media massa dan saluran interpersonal.

Dari sisi receiver/komunikan (penerima pesan) adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirimkan oleh sumber (komunikator). Receiver juga bisa disebut dengan istilah khalayak, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, decoder atau komunikan. Berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh penerima pesan. Hasil wawancara dengan informan terlihat bahwa penerima/ komunikan dalam hal ini masyarakat sudah menerima pesan dari komunikator dengan baik. Penerima pesan dalam komunikasi ini berupa individu, kelompok dari masyarakat. Komunikator sudah mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung, sehingga proses komunikasi bisa berlangsung dengan baik dan pesan komunikasi bisa tersampaikan. Pegawai PTPN V sebagai komunikator sudah mempelajari Karakteristik fisik dan psikologis masyarakat. Sehingga penerimaan, interpretasi dan evaluasi pesan-pesan bisa dilaksanakan dengan baik.

Dari sisi akibat/ efek/ pengaruh adalah hasil yang terjadi pada pihak penerima/



komunikasikan. Dalam program CSR efek yang diinginkan adalah pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu aspek-aspek yang dijadikan tujuan program CSR untuk memberdayakan masyarakat perlu diperhatikan dengan baik. Efek atau hasil akhir dari suatu komunikasi, merupakan sikap dan tingkah laku individu, sesuai atau tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Jika sikap dan tingkah laku individu tersebut sesuai, maka komunikasi dapat dikatakan berhasil, demikian pula sebaliknya. (Hamidi, 2007; Adler dan Rodman 2006). Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa masyarakat menjadi berdaya dengan adanya program TSP PTPN V. Kebutuhan sehari-hari baik sandang, pangan dan papan sudah terpenuhi, perilaku masyarakat dalam memahami usaha mereka sudah meningkat. Mereka menjadi mandiri dan hubungan dengan masyarakat sekitar menjadi baik dan harmonis. Hal ini dikarenakan adanya kerjasama antara masyarakat dengan perusahaan dan antara masyarakat dengan masyarakat dalam membuka lapangan pekerjaan. Salah seorang penerima bantuan menyatakan sebagai berikut:

" Sebelum saya mendapat bantuan kerja sendiri, karena memang mesin tenunnya cuma satu, tapi setelah dapat bantuan saya bisa tambah mesin dan karyawan, sekarang saya sudah dapat pinjaman yang kedua dan mesin tenun saya sudah lima serta empat karyawan. Saya sering juga diundang PTPN V kalau ada pameran kebudayaan melayu, karena yang kami tenun ini semuanya bermotif budaya melayu".

Analisis Komunikasi dalam Monitoring dan Evaluasi Program TSP PTPN V terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Provinsi Riau.

Keberhasilan suatu program dapat dilihat dari kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaannya, terukur atau akuntabel

hasilnya, serta ada keberlanjutan aktivitas yang merupakan dampak dari program itu sendiri. Kegiatan monitoring dan evaluasi ditujukan pada suatu program yang sedang atau sudah berlangsung. Melalui kegiatan monitoring dan evaluasi (money) maka keberhasilan, dampak dan kendala pelaksanaan suatu program dapat diketahui.

Monitoring dalam hal ini adalah proses yang terus menerus mengumpulkan dan menganalisa data serta informasi pelaksanaan kebijakan, program dan kegiatan CSR, menilainya berdasarkan indikator dan target yang telah ditetapkan, serta merumuskan hal-hal yang diperlukan untuk mengatasi penyimpangan ataupun memastikan pencapaian target (Primahendra, 2015). Monitoring akan menyediakan kepada pengelola dan pemangku kepentingan informasi tentang kemajuan pelaksanaan kegiatan, termasuk didalamnya masalah beserta penanganannya, penggunaan anggaran maupun kerangka waktu penyelesaian.

Evaluasi adalah telaah dari kebijakan, program dan kegiatan CSR yang berjalan berdasarkan konteks, relevansi, dampak dan outcomes, keberlanjutan, efektivitas dan efisiensi berdasarkan data dan informasi yang kredibel (Primahendra, 2015). Monitoring dan evaluasi dilaksanakan dengan tujuan :

1. Sebagai alat pengambil kebijakan untuk mengembangkan kebijakan, program dan kegiatan sesuai dengan kebutuhan lapangan dan rencana bisnis.
2. Sebagai sarana untuk menentukan apakah kebijakan, program, maupun kegiatan yang berlangsung perlu diperluas dan diperkuat, diperbaiki dan dihentikan.
3. Untuk menilai efektivitas dan efisiensi secara menyeluruh dari kebijakan, program dan kegiatan terkait dengan dampak



dan implikasi secara langsung maupun tidak langsung, efektivitas biaya dan keberlanjutan.

Berdasarkan data lapangan, pada Tanggung jawab Sosial Perusahaan PTPN V, tahapan pengawasan dan evaluasi merupakan tahap terakhir. Pengawasan dilakukan oleh tim auditor. Audit implementasi CSR PTPN V ini dilakukan setiap tahun oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) independen sesuai kontraknya. Hasil audit kemudian diserahkan kepada Menteri BUMN.

Setelah tahap pengawasan, selanjutnya dilakukan evaluasi program. Pada tahapan ini pihak yang bertugas adalah pihak manajemen. Pihak manajemen tersebut terdiri dari Direksi dan Kepala Bagian. Mereka mengevaluasi kinerja penyaluran program TSP. Cara mengevaluasi adalah dengan menganalisis pelaksanaan program TSP. Mereka juga membahas evaluasi penerima TSP, evaluasi respon masyarakat penerima, evaluasi dampak program pada masyarakat penerima dan kendala-kendala yang dihadapi pada evaluasi tahun sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Urusan TSP PTPN pada tahapan monitoring dan evaluasi juga tidak ada permasalahan dalam pelaksanaannya.

Proses monitoring dan evaluasi untuk kegiatan CSR membutuhkan keterlibatan semua pihak. Tiga hal yang perlu menjadi prasyarat adalah distribusi peran dan tanggung jawab yang adil, ketersediaan sumberdaya yang berkualitas dan memadai, serta penataan kelembagaan. Proses monitoring dan evaluasi dapat dilaksanakan secara internal dan eksternal. Proses monitoring dan evaluasi internal memungkinkan money dilaksanakan relatif cepat dan mudah karena tidak membutuhkan proses pengadaan konsultan eksternal serta

yang melakukan lebih memahami maksud dan tujuan kebijakan, program maupun kegiatan, namun bila tidak dikelola dengan baik berpotensi memunculkan konflik kepentingan. Proses money eksternal meminimalisir konflik kepentingan dan bila dilakukan dengan benar akan memberikan masukan dan perspektif yang lebih kaya. Pada saat ini proses monitoring dan evaluasi dituntut untuk dilaksanakan secara terbuka dan partisipatif, yang memberikan ruang partisipasi kepada pemangku kepentingan terutama penerima manfaat. Pendekatan partisipatif memperkaya proses monitoring dan evaluasi dengan konteks, masukan dan perspektif lapangan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan data lapangan dan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, komunikasi yang dilaksanakan oleh pegawai TSP PTPN V pada umumnya berupa komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi public dan tidak menggunakan media massa. Secara umum manajemen komunikasi pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PTPN V sudah berjalan baik, namun masih perlu untuk di sempurnakan pada beberapa tahapan kegiatan.

Pada tahap Perencanaan, sumber pesan terdiri dari pihak Direksi, Kepala Bagian, Kepala urusan dan Asisten Urusan. Pesan yang disampaikan dalam perencanaan PKBL terdiri dari rencana kerja dan anggaran untuk setiap tahunnya, respon masyarakat penerima tahun lalu, dampak program pada masyarakat penerima, dan kendala-kendala yang dihadapi pada tahap pelaksanaan. Saluran komunikasi yang digunakan adalah komunikasi antarpribadi secara tatap muka, menggunakan pancaindra dan gelombang suara. Penerima



pesan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses perencanaan PKBL, seperti Kepala Bagian, Kepala Urusan dan beberapa staf bagian PKBL. Pada tahap ini masyarakat tidak dilibatkan. Perencanaan PKBL belum diawali dengan melakukan pengumpulan data base-line dan need assessment untuk mengetahui kondisi terkini sebelum program dilaksanakan.

Pada tahapan Pelaksanaan, sumber pesan terdiri dari pegawai bagian PKBL dan pegawai Dinas Koperasi di wilayah-wilayah operasional perusahaan. Saluran komunikasi yang digunakan berupa komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi public. Penerima pesan dalam hal ini adalah masyarakat penerima bantuan Program PKBL. Pada tahap ini pihak PKBL PTPN V tidak memanfaatkan media massa baik cetak ataupun elektronik untuk menyampaikan informasi secara terbuka kepada masyarakat. Akibatnya banyak masyarakat yang mengaku tidak tau informasi tentang program tersebut.

Tahap monitoring dan evaluasi. Dalam Program Kemitraan dan Bina lingkungan, monitoring dilakukan oleh tim auditor sebagai sumber pesan. Tim auditor melakukan tugas pengawasan pada akhir tahun. Pesan yang disampaikan berupa laporan audit pemakaian dana PKBL. Tim audit juga membahas pengawasan PKBL tahun sebelumnya, respon masyarakat, dampak pengawasan program pada masyarakat penerima dan membahas kendala-kendala yang dihadapi pada pengawasan pada tahun sebelumnya.

Setelah tahap pengawasan, selanjutnya dilakukan evaluasi program. Komunikator pada tahap ini terdiri dari pihak manajemen. Pihak manajemen tersebut terdiri dari Direksi dan Kepala Bagian. Pesan yang disampaikan berupa evaluasi kinerja penyaluran program PKBL, evaluasi penerima PKBL, evaluasi respon

masyarakat penerima, evaluasi dampak program pada masyarakat penerima dan kendala-kendala yang dihadapi pada evaluasi tahun sebelumnya. Saluran komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi antarpribadi dan kelompok. Penerima pesan adalah pihak Kementrian BUMN dan Direksi PTPN V.

Saran

Pembuatan perencanaan program, sebaiknya bagian TSP 1-TIYN V terlebih dahulu melakukan pengumpulan data *base-line* dan *need assessment* untuk mengetahui kondisi terkini sebelum program dilaksanakan. Karena disamping sebagai data awal, *baseline survey* akan sangat membantu proses monitoring, proses pelaksanaan dan evaluasi pada akhir program. Sedangkan *need assessment* bertujuan untuk mengumpulkan data guna mengidentifikasi kebutuhan dari kelompok atau individu.

Dalam pelaksanaan program, sebaiknya bagian PKBL menggunakan media massa untuk menginformasikan program dan kegiatan-kegiatannya, sehingga informasi tersebut bisa menjangkau khalayak sasaran dalam jumlah yang lebih banyak. Mengingat program ini ditujukan untuk semua masyarakat khususnya yang berada di wilayah operasional perusahaan, maka masyarakat juga berhak terhadap keterbukaan dan pemerataan informasi.

Pihak perusahaan sebaiknya juga mempertimbangkan penggunaan metode evaluasi partisipatif dalam proses monitoring dan evaluasi, karena monitoring dan evaluasi partisipatif baik dilakukan untuk mengenalkan standar standar baru kepada pihak yang dimonitor dan dievaluasi. Kegiatan ini mempunyai elemen peningkatan kapasitas dan menciptakan kesadaran serta rasa kepemilikan terhadap proses yang dijalankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adler R, Rodman G. 2006. *Understanding Human Communication*. Tenth Edition. London (GB): Oxford University Press.
- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta:Raja Grafindo
- _____ 2014. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo
- Dwikartini. 2009. *Corporate Social Responsibility-Transformasi Konsep Sustainability Managemen dan Implementasi di Indonesia*.Bandung: Refika Utama
- Fukuyama, F. 1999. *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*. New York, London, Toronto, Sidney, Singapore: Simon and Schuster.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Freeman I, Hasnaoui A. 2011. The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations, *Journal of Business Ethics* 100:419-443.doi 10.1007/s10551-0100688-6.
- Jain A, Leka S, Zwetsloot G. 2011. Corporate social responsibility and psychosocial risk management in Europe, *Journal of Business Ethics* 101:619-633. doi 10.1007/s10551-011-0742-z.
- re, Michael.1994. *Comunication Management*. Sydney: Prentice Hall.
- nahendra, 2015. *Mengelola CSR*. Jakarta: AMERTA Social Consulting & Resourcing
- Nursahid, 2006, *Tanggung Jawab Sosial B UMN*, Depok : Piramedia
- Perkins, D. D, dan Marc A. Zimmerman. 1995. *"Empowerment theory, Psychology*. October 1995 Vol.23. New York.
- Soedarsono, Dewi K, 2009, *Sistem Manajemen Komunikasi(teori, model dan aplikasinya)*.Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Soemanto, B. et.al. 2007. *Sustainable Corporate: Implikasi Hubungan Harmonis Perusahaan dan Masyarakat*. PT Semen Gresik (Persero) : Gresik.
- Sumaryo. 2009. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat : Kasus di Provinsi Lampung. *Disertasi*. IPB : Bogor.
- Sumodiningrat, G. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suparjan dan Hempri S. 2003. *Pengembangan Masyarakat dari Pembangunan sampai Pemberdayaan*. Yogyakarta:CRS Indonesia.
- Suprpto, Tommy, 2009, *Pengantar Ilmu Komunikasi (dan peran manajemen dalam komunikasi)*. Yogyakarta: CAPS.
- Syahyuti. 2006. *30 Konsep Penting Dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Jakarta:Bina Rena Pariwara.
- Wibisono, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*.Gresik:Fascho Publishing.

