

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat desa ring 1 Holcim Tuban mengenai Program *Corporate Social Responsibility English Village* Holcim Tuban. Pentingnya meneliti tingkat pengetahuan ini dikarenakan sebelum warga desa ring 1 mengikuti program *Corporate Social Responsibility English Village*, warga desa ring 1 tersebut harus mengetahui terlebih dahulu adanya program *English Village* ini agar mengetahui apa program *English Village* tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori dari Wilbur Schramm dan Osgood, model ini menganggap komunikasi sebagai interaksi antar kedua belah pihak yang mengkode, mentransmisikan, menafsirkan, mengkode, dan mentransmisikan balik, sehingga komunikator dan komunikan dapat saling berganti peran (Moerdijati, 2012:83). peneliti menggunakan model proses komunikasi ini dikarenakan dalam proses penyampaian program *Corporate Social Responsibility English Village* melalui penyuluhan secara tatap muka sehingga timbul interaksi dua arah secara bergantian mengkode dan menafsirkan penyuluhan program tersebut, dan dengan adanya interaksi dua arah secara tatap muka tersebut menimbulkan *feedback*. *Feedback* tersebut menghasilkan efek kognitif yang berhubungan dengan tingkat pengetahuan warga desa ring 1.

Dalam penelitian ini komunikatornya adalah PT. Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant dan warga desa ring 1, PT. Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant menyampaikan program CSR “*English Village*” yang dilaksanakan melalui penyuluhan pada warga desa ring 1. Dalam proses menyampaikan pesan keduanya secara bergantian melakukan *encoding*, *interpreting*, dan *decoding* dalam penyuluhan program *English Village* ini, dan tahap akhir dari proses penyuluhan ini adalah adanya *feedback* atas penyuluhan tersebut. *Feedback* ini mengetahui bagaimana penyuluhan tersebut ditafsirkan, pada akhir dari *feedback* ini menghasilkan beberapa efek, salah satunya efek kognitif.

Penelitian ini mengkaji mengenai efek kognitif yaitu yang berhubungan dengan penginderaan individu atau kelompok agar individu tersebut dapat mencapai tingkat pengetahuan mengenai penambahan pengetahuan. Pengetahuan merupakan bagian dari efek kognitif dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu terhadap penginderaan dan terjadi melalui panca inderamanusia yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba yang sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2003:121). Pengetahuan juga dapat didefinisikan sebagai informasi yang ada dalam ingatan sehingga tingkat pengetahuan memiliki definisi sebagai seberapa banyak informasi yang ada dalam ingatan ketika seseorang menerima informasi, apakah tinggi, sedang, atau rendah (Engel, 1994:337).

Dalam penelitian ini meneliti terkait pengetahuan mengenai program *Corporate Social Responsibility English Village*, program *Corporate Social*

Responsibility (CSR) sendiri merupakan komitmen perusahaan dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung,2008:1). Menurut John Elkington yang dikutip oleh Hadi mengungkapkan bahwa program CSR perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Namun tanggung jawab sosial perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yang terdiri dari *Profit, People, Planet*. Hal ini harus diperhatikan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*)(Hadi, 2014:56).

Pada implementasinya dilapangan, program *Corporate Social Responsibility* membawa sebuah pesan yang ingin disampaikan divisi *Public Relations* kepada publik eksternalnya. Dalam penelitian ini menggunakan program CSR dari PT. Holcim Indonesia Tbk dikarenakan dalam pelaksaannya program CSR Holcim Indonesia mendapat tiga penghargaan sekaligus dalam ajang *Global CSR Summit and awards*. Pertama, *Gold 2nd* dalam kategori *The Best Environmental Excellence Award*, lalu penghargaan kedua yakni dalam kategori *Best Community Award* membawa pulang penghargaan terbaik yakni Platinum. Serta , penghargaan dalam kategori *Single Company Make It Exclusive Leading CSR* sehingga peneliti tertarik untuk meneliti program CSR Holcim Indonesia (www.csrindonesia.com).

Sebagai perusahaan semen, Holcim Indonesia berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang terdepan dengan kinerja terbaik dalam industri bahan bangunan di Indonesia memiliki empat pabrik yang aktif beroperasi di Lhoknga - Aceh, Narogong -Jawa Barat, Cilacap - Jawa Tengah, dan Tuban-Jawa Timur. (Malang Post, 25 Juli). Selain berkomitmen menjadi yang terbaik dalam bidang industri Holcim Indonesia juga memiliki komitmen tinggi dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya dalam pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh untuk meningkatkan taraf hidup, pendidikan dan ekonomi warga (www.holcimindonesia.com).

Penelitian ini diadakan di Holcim Indonesia Tuban Plant yang merupakan tempat diadakan program *Corporate Social Responsibility English Village*, dan salah satu pabrik Holcim yang diresmikan pada tahun 2015 dan juga sebagai pabrik dengan teknologi produksi semen terbaru dari Holcim Indonesia (Wawancara, Indriani Siswati *Corporate Communication East Java & East Indonesia* 11 September 2017). Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, Holcim Indonesia Tuban Plant memberdayakan masyarakat setempat disekitar pabrik melalui program-program *Corporate Social Responsibility* yang diselenggarakannya. Holcim Indonesia Tuban Plant sadar, bahwa dukungan dari para pemangku kepentingan serta masyarakat yang terus menerus, adalah “izin untuk beroperasi” bagi perusahaan. Program tersebut secara aktif digunakan untuk mendukung masyarakat berswadaya dalam bidang utama infrastruktur, pendidikan, kesehatan dan pengembangan bisnis (www.holcimindonesia.com).

Dalam program *English Village* ini, termasuk program yang digunakan Holcim Tuban Plant untuk mendukung masyarakat berswadaya dalam bidang pendidikan. Selain itu berdasarkan riset yang dilakukan peneliti, program *English Village* ini merupakan program yang satu-satunya diadakan oleh perusahaan industri semen yaitu: PT. Holcim Indonesia Tbk. Tuban Plant. Tujuan diadakannya program *English Village* ini, agar warga desa ring 1 Tuban memiliki wawasan lebih mengenai pelajaran bahasa Inggris, memiliki kesadaran mengenai pentingnya bahasa Inggris di era modern ini meskipun tinggal di desa, sehingga dapat memperluas peluang dan membangun jaringan untuk mendapatkan lapangan pekerjaan yang lebih baik. Program *English Village* ini juga digunakan untuk membangun desa Inggris dan pembentukan zona Inggris di wilayah ring 1 Holcim Tuban Plant (wawancara, Kusno Hartoyo *Community Relations Holcim Tuban Plant*, 4 November 2017). “Alasan diadakannya program *English Village* ini, dikarenakan masih rendah tingkat kemampuan bahasa Inggris di warga desa ring 1 serta warga juga kesulitan dalam pembelajaran bahasa Inggris. Maka dari itu pihak Holcim Tuban berusaha membantu warga dengan mengadakan program ini,” jelas Kusno Hartoyo selaku penanggung jawab Program *English Village* dari *Department Community Relations Holcim Tuban Plant*.

Setelah diadakannya program ini Holcim Indonesia Tuban Plant berharap dapat membantu meningkatkan pendidikan dalam bidang bahasa Inggris serta warga juga berkesempatan untuk direkrut sebagai karyawan PT. Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant yang memenuhi kemampuan standar bahasa Inggris yang ditetapkan (wawancara, Kusno Hartoyo *Community Relations Holcim Tuban*

Plant, 4 November 2017). Sasaran dari program *English Village* ini adalah warga desa ring 1 Holcim Tuban Plant yang memiliki semangat tinggi untuk belajar bahasa Inggris, yaitu Kecamatan Tambak boyo (Desa Sawir, Desa Merkawang, Desa Gelondong Gede), Kecamatan Jenu (Desa Karang Asem), Kecamatan Kerek (Desa Meliwang dan Desa Kedungrejo). Desa ring 1 Holcim Tuban Plant merupakan wilayah desa yang terdekat dengan lokasi pabrik Holcim Tuban dan yang terkena langsung dampak dari proses produksi pabrik. Program *English Village* ini baru diadakan di warga wilayah desa ring 1 dikarenakan program ini baru dilaksanakan dan butuh masukan dari warga yang mengikuti program ini, namun seiring berjalannya waktu yang diadakan juga di wilayah desa ring 2 dan 3 Holcim Indonesia Tuban Plant (wawancara, Kusno Hartoyo *Community Relations Holcim Tuban Plant*, 4 November 2017).

Program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan yaitu: *Integrated Farming* dengan pembelajaran budidaya pemeliharaan unggas serta sapi, program GOTA (Gerakan Orang Tua Asuh) dengan memberikan beasiswa pada anak-anak yang kurang mampu, *Organic Farm* pembelajaran bercocok tanam secara organik, pemberdayaan nelayan, serta yang terbaru *English Village*. Program *Corporate Social Responsibility English Village* merupakan satu-satunya program CSR yang pernah diadakan oleh perusahaan semen di Indonesia (Wawancara, Indriani Siswati *Corporate Communication East Java & East Indonesia* 11 September 2017). Program ini baru diluncurkan oleh Holcim Indonesia Tuban Plant pada Agustus 2017 sampai sekarang, dengan mengadakan penyuluhan agar warga memahami pentingnya program *English Village* ini. Pembelajaran bahasa Inggris

ini terbuka untuk segala usia di desa ring 1 Holcim Tuban Plant, dengan sistem pembelajaran dibagi kebeberapa kategori pembelajaran untuk memudahkan warga menerima pembelajaran tersebut.

Penelitian terdahulu yang pertama digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Helena Demi (2017) Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul, *“Tingkat Pengetahuan Anggota UKM (Usaha Kecil Menengah) yang Tergabung dalam Telkom di Surabaya terkait Program Corporate Social Responsibility Program Penyaluran Dana Kemitraan untuk UKM”* dengan hasil tingkat pengetahuan mengenai program *Corporate Social Responsibility* penyaluran dana kemitraan untuk UKM cenderung tinggi. Hal yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini lebih berfokus pada program *Corporate Social Responsibility English Village* melalui penyuluhan kepada warga desa ring 1 Holcim Indonesia Tuban Plant, serta dalam pengukurannya juga berbeda. Penelitian Helena Demi menggunakan indikator *people* dan *profit*, sedangkan penelitian ini menggunakan indikator pengetahuan produk dan pengetahuan pelaksanaan. Dalam teknik penarikan sampel, penelitian milik Helena Demi menggunakan teknik sampling random sederhana sedangkan penelitian ini menggunakan teknik sampel distratifikasi.

Penelitian terdahulu yang kedua digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Yohan Yomi (2016) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul, *“Tingkat pengetahuan komunitas wirausaha bersinar Surabaya mengenai isi pesan*

spanduk pelaksanaan program CSR bina lingkungan kawasan bersinar PT. PLN (persero) distribusi Jawa Timur” dengan hasil tingkat pengetahuan mengenai isi pesan spanduk pelaksanaan program CSR bina lingkungan kawasan bersinar PT. PLN (persero) distribusi Jawa Timur cenderung pada tingkat pengetahuan tinggi. Hal yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini lebih berfokus pada program *Corporate Social Responsibility English Village* melalui penyuluhan kepada warga desa ring 1 Holcim Indonesia Tuban Plant, sedangkan penelitian milik Yohan Yomi berfokus pada isi pesan spanduk terkait pelaksanaan program CSR. Indikator yang digunakan penelitian ini yaitu: pengetahuan produk dan pengetahuan pelaksanaan, sedangkan penelitian Yohan Yomi menggunakan indikator isi pesan dalam spanduk yaitu: judul, ilustrasi, logo, dan warna.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode survei. Pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi dan informasi dikumpulkan dari sampel atau responden atas populasi untuk mewakili seluruh populasi dengan menggunakan kuesioner atau wawancara (Silalahi, 2009:85). Peneliti menggunakan metode survei karena metode tersebut menjadi cara yang bisa dilakukan untuk mengumpulkan dan mendapatkan data dalam penelitian kuantitatif.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat pengetahuan warga desa ring 1 Holcim Indonesia Tuban Plant mengenai program *Corporate Social Responsibility English Village*

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan warga desa ring 1 Holcim Indonesia Tuban Plant mengenai program *Corporate Social Responsibility English Village*

I.4 Batasan Penelitian

a. Subjek penelitian ini adalah warga desa ring 1 yang berasal dari Kecamatan Tambak boyo (Desa Sawir, Desa Merkawang, Desa Gelondong Gede), Kecamatan Jenu (Desa Karang Asem), Kecamatan Kerek (Desa Meliwang dan Desa Kedungrejo) Tuban.

b. Objek penelitian yakni tingkat pengetahuan warga desa ring 1 Holcim Tuban mengenai program *Corporate Social Responsibility English Village* di PT. Holcim Indonesia Tuban Plant, yang diukur menggunakan indikator pengetahuan produk dan pengetahuan pelaksanaan

I.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini yaitu untuk memperkaya kajian pada komunikasi kehumasan dan kajian korporat pada efek kognitifnya mengenai *Corporate Social Responsibility*

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini untuk PT. Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant agar menjadi acuan untuk mengevaluasi program CSR bagi PT. Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant.