

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada jaringan komunikasi penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) oleh PT. Hero Supermarket Tbk., di Desa Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur. Dalam penelitian ini, Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas menerima inovasi berupa bantuan bibit tanaman yakni Kopi Arabika, Apel Anna dan Jambu, yang diberikan oleh PT. Hero Supermarket Tbk. melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) dalam bentuk kegiatan Sosialisasi Budidaya Tanaman. Dalam hal ini PT. Hero Supermarket Tbk. memberikan sebuah inovasi dalam bentuk bantuan bibit Kopi Arabika, Apel Anna dan Jambu. Bibit-bibit tersebut merupakan hal yang baru bagi warga khususnya Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas. Melalui inovasi yang diberikan oleh PT. Hero Supermarket Tbk. dalam bentuk bantuan bibit, dapat memberikan pengaruh bagi kelangsungan hidup bagi Komunitas Petani “Tumpang Sari” beserta warga di desa Sumber Brantas. Pengaruh yang dihasilkan akan berdampak pada aspek lingkungan maupun aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berdasarkan inovasi yang diterima oleh Komunitas Petani “Tumpang Sari”, serta dampak yang dihasilkan dari inovasi tersebut. Peneliti ingin melihat jaringan komunikasi yang akan terbentuk pada

Komunitas Petani “Tumpang Sari”. Melalui jaringan komunikasi, peneliti dapat melihat bentuk komunikasi yang akan terbentuk, serta peranan yang akan muncul dalam jaringan komunikasi di dalam Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas.

Jaringan komunikasi terbentuk berawal dari proses komunikasi dua arah. Menurut Deddy Mulyana dalam Sri Moerdijati, dalam proses komunikasi dua arah, komunikator dan komunikan dapat berganti peran karena adanya unsur umpanbalik / *feedback*. Sehingga komunikator dapat berubah peran sebagai komunikan dan komunikan dapat berubah peran sebagai komunikator (Moerdijati, 2012: 58). Dalam komunikasi dua arah, komunikator dan komunikan akan bertukar pesan secara terus menerus, sehingga dari komunikasi dua arah tersebut dapat membentuk sebuah proses komunikasi komunikasi timbal balik, dimana komunikator dan komunikan bertukar pesan untuk berbagi makna. Terkait dengan penelitian ini, anggota Komunitas Petani “Tumpang Sari” bertukar pesan atau informasi terkait proses menanam bibit Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu.

Menurut Lawrence dan Wilbur, komunikasi timbal balik sebagai suatu proses dimana kedua belah pihak saling menyusun dan menguraikan pesan yang akan digunakan bersama. (Lawrence, Wilbur, 1977 : 102). Dalam komunikasi timbal balik, kedua belah pihak bertukar pesan, dan kemudian memberikan makna terhadap pesan yang mereka terima. Dalam hal ini, kedua belah pihak aktif dalam menggunakan pesan secara bersama-sama. Menggunakan pesan secara bersama berarti kedua belah pihak menyumbangkan makna masing-masing mengenai pesan. Komunikasi timbal balik ditunjukkan untuk menilai pengaruh pesan yang disampaikan, seberapa jauh penerima memahami makna yang ada pada

diri sumber pesan (Lawrence, Wilbur, 1977 : 103-104). Dalam tahap proses komunikasi timbal balik, setiap anggota Komunitas Petani “Tumpang Sari” tidak hanya saling berbagi pesan atau informasi saja, melainkan juga memaknai setiap pesan yang mereka terima, dan proses komunikasi timbal balik akan terus berlanjut hingga satu sama lain mencapai pemahaman yang sama atau *mutual understanding*.

Dalam proses komunikasi timbal balik, terdapat model konvergensi komunikasi. Komunikasi timbal balik dan model konvergensi komunikasi memiliki kesamaan dalam pemaknaan pesan untuk mencapai *mutual understanding*. Model konvergensi merupakan proses dimana informasi dibuat dan dibagikan oleh dua orang atau lebih, untuk mencapai pemaknaan yang sama *mutual understanding* (Lawrence, 1979: 5). Informasi dan *mutual understanding* merupakan dua komponen yang sangat dominan dalam model konvergensi komunikasi. Informasi yang dibagikan oleh dua orang atau lebih dalam proses komunikasi, dapat menimbulkan tindakan kolektif, kesepakatan bersama dan rasa saling pengertian antar satu sama lain (Lawrence, 1979: 4). Melalui proses membuat, membagikan serta memaknai pesan, dapat membentuk pola-pola interaksi dalam sebuah kelompok atau organisasi khususnya dalam penelitian ini adalah Komunitas Petani “Tumpang Sari”. Pola-pola interaksi yang terbentuk tersebut dapat membentuk sebuah Jaringan komunikasi.

Menurut Everett M Rogers dalam Andre jaringan-jaringan komunikasi adalah pola-pola interaksi yang terjadi berulang kali di antara anggota-anggota organisasi (Andre, 2016: 168). Terkait dengan penelitian ini, anggota Komunitas Petani “Tumpang Sari” saling berbagi informasi terkait dengan inovasi yang mereka terima dari PT. Hero Supermarket

Tbk. berupa bibit Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu. Melalui proses berbagi informasi tersebut dapat membentuk pola-pola interaksi dalam Komunitas Petani “Tumpang Sari”.

Menurut Andre, jaringan komunikasi berkembang sebagai hasil dari rangkaian interaksi para anggota organisasi baik secara formal maupun informal. Dalam penelitian ini, jaringan komunikasi yang akan diteliti adalah jaringan komunikasi informal. Jaringan komunikasi informal merupakan pola hubungan informal yang berorientasi pada kepentingan personal. Menurut Simon dalam Andre, jaringan komunikasi informal hadir sebagai suatu keniscayaan konsekuensi dari interaksi sosial. Harold dalam Andre menjelaskan bahwa jaringan komunikasi informal meliputi jaringan pertemanan dan keahlian (Andre, 2016 : 168-169). Jaringan komunikasi informal dipilih, karena subjek dari penelitian ini adalah Komunitas Petani “Tumpang Sari” yang ada di desa Sumber Brantas, kecamatan Bumiaji, kota Batu, yang terbentuk dari hasil interaksi sosial serta terbentuk karena keahlian dan profesi yang sama, yaitu sebagai petani, dimana mereka menerima inovasi bantuan bibit tanaman Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu tugas yang harus dilaksanakan oleh seorang *Public Relation*. Menurut Cutlip dan Center dalam Onong menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik (Onong, 2009 : 116). Salah satu tugas dan fungsi *Public Relation* adalah merencanakan dan melaksanakan program kegiatan salah satunya adalah

kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi adalah memiliki pelbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Poppy, 2016: 248-249).

John Elkington menjelaskan mengenai konsep "*The Triple Bottom Line*". Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan *3P* yaitu bukan cuma keuangan (*Profit*) yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*People*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*) (Nor Hadi, 2011 : 56). PT Hero Supermarket Tbk. merupakan salah satu perusahaan retail yang mengadakan program CSR dibidang lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu program CSR yang diadakan adalah program CSR "GIRAS" (Giant Peduli Brantas). Program CSR "GIRAS" ini dilaksanakan sebagai bentuk kepedulian PT. Hero Supermarket Tbk. terhadap kondisi lingkungan khususnya Daerah Aliran Sungai (DAS) Sumber Brantas. Program CSR ini sudah berlangsung sejak 2016 dan akan berjalan selama dua tahun kedepan, dengan melakukan berbagai kegiatan program CSR. Natalia Lusnita, selaku *Senior General Manager CSR & Corporate Communication* PT. Hero Supermarket Tbk. mengatakan,

"Program "GIRAS" ini tercipta karena dilatarbelakangi oleh keprihatinan atas keadaan di hulu sungai Brantas, dimana terjadi penurunan debit air menjadi hanya 1-2 liter/detik dan pengolahan tanah yang tidak pro lingkungan. Oleh karena itu, hadirnya Hero

Group disini bertujuan untuk membantu memperbaiki ekosistem hulu Sungai Brantas melalui rangkaian kegiatan yang akan kami lakukan, dan sekaligus mengajak serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menata lingkungan, juga secara jangka panjang ingin meningkatkan pemberdayaan ekonomi lokal” (Sumber: <https://hero.co.id/media/detail/651>).

Salah satu kegiatan yang diadakan oleh PT. Hero Supermarket Tbk. melalui program CSR “GIRAS” yakni Sosialisasi Budidaya Tanaman. Melalui kegiatan Sosialisasi Budidaya Tanaman ini, PT.Hero Supermarket Tbk memberikan sebuah inovasi baru bagi Komunitas Petani “Tumpang Sari” berupa bantuan bibit tanaman Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu. Melalui kegiatan ini , PT. Hero Supermarket Tbk. juga memberikan wawasan terkait cara pengolahan tanah dengan baik, cara merawat tanaman serta memberikan wawasan mengenai pentingnya menjaga kelestarian Daerah Aliran Sungai (DAS) Sumber Brantas (Sumber :<https://hero.co.id/media/detail/651>). Berdasarkan wawancara dengan Bapak Misman selaku ketua RT 7 desa Sumber Brantas dan pengamatan peneliti, bantuan bibit-bibit tanaman ini merupakan hal yang baru bagi warga desa Sumber Brantas, khususnya Komunitas Petani “Tumpang Sari”, karena warga di desa Sumber Brantas hanya menanam bibit sayur mayur. Peneliti juga melakukan wawancara kepada Bapak Edi selaku ketua dari Komunitas Petani “Tumpang Sari” mengatakan ,

“Bantuan bibit tanaman Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu hanya diberikan pada anggota-anggota komunitas “Tumpang Sari”, karena setiap anggota dalam komunitas ini memiliki lahan sendiri untuk menanam. Dan untuk kegiatan Sosialisasi Budidaya Tanaman diikuti seluruh warga desa

Sumber Brantas termasuk komunitas
“Tumpang Sari””.

Terkait fokus penelitian ini, peneliti mengamati Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas telah menerima inovasi berupa bibit tanaman yakni bibit Kopi Arabika, Apel Anna dan Jambu, yang merupakan bantuan dari PT. Hero Supermarket Tbk. dan telah menanam bibit-bibit tanaman tersebut. Melalui Sosialisasi Budidaya Tanaman dan bantuan bibit tanaman yang diterima, dapat membawa pengaruh bagi aspek lingkungan dan aspek pemberdayaan ekonomi warga dalam waktu jangka panjang. Berkenaan dengan aspek lingkungan, bibit-bibit tanaman yang di tanam dapat berpengaruh pada lingkungan. Dari bibit-bibit tanaman yang tumbuh dapat menyerap air hujan sehingga dapat mencegah terjadinya banjir dan pengikisan tanah. Sedangkan aspek pemberdayaan ekonomi, hasil panen dari bibit-bibit tanaman tersebut dapat dikonsumsi sendiri maupun dijual kembali oleh warga sehingga dapat menambah pendapatan warga. Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu warga desa Sumber Brantas, yakni Ibu Rika, terkait kegiatan Sosialisasi budidaya tanaman, yang mengatakan,

“Sosialisasi dari Hero, sangat membantu. Kita jadi lebih tahu cara pengolahan tanah yang baik, hasilnya juga baik. Dari hasil panennya kita jual dan lumayan bisa tambah penghasilan”.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan warga desa Sumber Brantas terkait dengan bibit tanaman yang diberikan oleh PT. Hero Supermarket Tbk. yaitu bibit Kopi Arabika, Apel Anna dan Jambu. Terkait hasil dari wawancara dengan warga desa Sumber Brantas Ibu Rika mengatakan,

“Saya dapat bantuan bibit juga. Tapi waktu itu nggak langsung saya tanam. Saya belum pernah nanam bibit kopi, apel sama jambu. Rata-rata yang saya tanam hanya sayur mayur”.

Sementara itu, Pak Misman selaku Ketua RT 7 desa Sumber Brantas, saat di wawancara oleh peneliti, mengatakan,

“Nggak semua ditanam mbak. Yang saya tanam hanya kopi dan apel saja. Saya pribadi pernah coba menanam jambu. Tapi gagal panen mbak”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa Komunitas Petani “Tumpang Sari” telah menerima inovasi yang diberikan oleh PT. Hero Supermarket Tbk. dalam bentuk bibit tanaman yakni Kopi Arabika, Apel Anna dan Jambu. Selain itu, program CSR “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) khususnya program Sosialisasi Budidaya Tanaman dan bantuan bibit tanaman dari PT. Hero Supermarket Tbk. memunculkan pengaruh jangka panjang bagi kelestarian ekosistem Daerah Aliran Sungai (DAS) Sumber Brantas dan pemberdayaan ekonomi warga. Karena dampak yang diberikan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup warga desa Sumber Brantas, peneliti ingin melihat jaringan komunikasi yang terjadi antara warga terkait penanaman bibit tanaman tersebut. Melalui jaringan komunikasi yang terjadi, peneliti ingin mengetahui peranan jaringan komunikasi yang akan terbentuk dari proses pertukaran pesan antara warga satu dengan warga yang lain terkait proses penanaman bibit tanaman yang diberikan oleh PT. Hero Supermarket Tbk melalui program program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) oleh PT. Hero Supermarket Tbk.

Dalam penelitian jaringan komunikasi diperlukan metode analisis jaringan. Analisis jaringan menyediakan sarana untuk dapat membuat dan menganalisis peta hubungan (*Mapping*). Pemetaan hubungan atau “*mapping*” dilakukan terhadap komponen sistem, yakni individu maupun kelompok sosial. Menurut Monge dan Eisenberg dalam Miller, menjelaskan bahwa hubungan merupakan hal yang penting dalam analisis jaringan, karena hubungan yang terjadi mendefinisikan sifat hubungan komunikasi antara individu, kelompok dan organisasi. Tujuan dari analisis jaringan adalah memetakan arus informasi yang bergerak dalam anggota jaringan. (Miller, 2003 : 86). Terkait dengan penelitian ini, *mapping* atau pemetaan hubungan akan dilakukan untuk mengetahui pola atau arus informasi yang terjadi serta hubungan dalam Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas.

Terkait dengan ketertarikan peneliti terhadap inovasi yang diberikan oleh PT.Hero Supermarket Tbk. kepada Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas, kecamatan Bumiaji, Kota Batu, peneliti tertarik untuk meneliti program CSR dari perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk., karena telah mendapat banyak penghargaan khususnya terkait dengan program CSR. Berbagai penghargaan yang telah diraih diantaranya dalam acara pada tahun ini, dalam acara *9th Annual Summit and Conference*, PT. Hero Supermarket mendapatkan penghargaan platinum untuk dua kategori *Best Country CSR Excellence Award* dan kategori *CSR Leadership Award*. Pada tahun 2016, PT. Hero Supermarket mendapatkan penghargaan platinum dalam acara *8th Annual Global CSR Summit & Awards 2016* dengan kategori *Best Community Program Awards* (Sumber: <https://hero.co.id/award>).

Terdapat penelitian terdahulu, yang membahas topik yang sama yakni mengenai jaringan komunikasi. Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Michelle Pangestu, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya, dengan judul penelitian, “*Jaringan Komunikasi di The Piano Institute Surabaya*”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa jaringan komunikasi yang terjadi di organisasi tersebut adalah formal dan informal. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini lebih berfokus pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) yang dilaksanakan oleh PT. Hero Supermarket Tbk., yakni program Sosialisasi budidaya tanaman dan bantuan bibit tanaman Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Michelle lebih berfokus pada jaringan komunikasi dalam Institusi yang bergerak dalam bidang musik.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Parlaungan Adil Rangkuti, mahasiswa fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, dengan judul penelitian, “*Analisis Peran Jaringan Komunikasi Petani dalam Adopsi Inovasi Traktor Tangan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat*”. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Parlaungan adalah penelitian ini lebih berfokus pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) yang dilaksanakan oleh PT. Hero Supermarket Tbk. yakni program Sosialisasi budidaya tanaman dan bantuan bibit tanaman Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Parlaungan lebih fokus pada adopsi inovasi traktor tangan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

Komunitas Petani “Tumpang Sari” di Sumber Brantas telah menerima inovasi melalui kegiatan Sosialisasi Budidaya Tanaman dan bantuan bibit tanaman dari PT. Hero Supermarket Tbk. Sehingga penelitian ini berfokus untuk melihat bagaimana jaringan komunikasi setiap anggota Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas, kecamatan Bumiaji, Kota Batu, sebagai penerima program CSR “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) selama melaksanakan proses menanam bibit tanaman yang diberikan oleh PT. Hero Supermarket Tbk., melalui salah satu kegiatannya yakni Sosialisasi Budidaya Tanaman.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut,

1. Bagaimana Jaringan Komunikasi Penerima Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) oleh PT. Hero Supermarket Tbk. di Desa Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu pada bibit Apel Anna, Kopi Arabika dan Jambu?
2. Bagaimana Jaringan Komunikasi Penerima Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) oleh PT. Hero Supermarket Tbk. di Desa Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu pada bibit Apel Anna dan Kopi Arabika?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jaringan komunikasi penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “GIRAS” (Giant Peduli Brantas) oleh PT. Hero Supermarket Tbk di Desa Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

I.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat batasan masalah yang bertujuan agar pembahasan tidak terlalu meluas dan lebih terarah. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini diantaranya :

- a) Subyek dalam penelitian ini adalah Komunitas Petani “Tumpang Sari” di desa Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur.
- b) Objek dalam penelitian ini adalah jaringan komunikasi penerima program CSR (GIRAS) “Giant Peduli Brantas” oleh PT. Hero Supermarket.
- c) Penelitian ini menggunakan metode analisis jaringan pada warga desa Sumber Brantas dengan jenis penelitian deskriptif.

I.5 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan atau pengetahuan baru mengenai jaringan komunikasi melalui program CSR, serta dapat menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat memberikan informasi maupun evaluasi kepada PT. Hero

Supermarket Tbk., mengenai program CSR “GIRAS” (Giant Peduli Brantas).