

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Teori S-O-R (*Stimulus-Organisme-Response*) merupakan sebuah proses komunikasi yang muncul setelah adanya stimulus berupa pesan yang diterima oleh organisme sebagai komunikan yang kemudian menghasilkan sebuah response yang biasa disebut efek dari proses komunikasi (Effendy, 1993: 254).

Proses pada Teori S-O-R menurut Hosland, *et al* yaitu, Stimulus (rangsang) yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif dalam mempengaruhi perhatian individu, dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Apabila stimulus telah mendapatkan perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap). Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku) (Notoatmodjo, 2010 : 83-84).

Menurut LaPierre dalam Azwar (2015) mendefinisikan sikap sebagai “suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara

sederhana, sikap adalah respons terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan” (Azwar, 2015 : 5).

Seseorang mempunyai sikap terstruktur, gabungan dari beberapa komponen afektif dan kognitif. Saling hubungan antarkomponen ini menyebabkan perubahan pada yang satu akan mempercepat perubahan pada yang lainnya (Rivai dan Mulyadi, 2010 : 333).

Pada hakekatnya sikap merupakan suatu interalasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut terdiri dari tiga komponen yaitu, komponen kognitif (komponen perseptual), komponen afektif (komponen emosional), komponen konatif (komponen perilaku). Komponen kognitif adalah aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen kognitif ini adalah olahan pikiran manusia atau seseorang terhadap kondisi eksternal atau stimulus, yang menghasilkan pengetahuan. Sedangkan, komponen afektif adalah aspek emosional yang berkaitan dengan penilaian terhadap apa yang diketahui manusia. Setelah seseorang mempunyai pemahaman atau pengetahuan terhadap stimulus atau kondisi eksternalnya, maka selanjutnya akan mengolahnya lagi dengan melibatkan emosionalnya. Sedangkan, komponen konatif merupakan berhubungan dengan kecenderungan atau kemauan bertindak (Notoatmodjo, 2010 : 14).

Sikap sosial terbentuk dari adanya interaksi sosial yang dialami oleh individu. Dalam interaksi sosialnya, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai obyek psikologis yang dihadapinya.

Ada enam faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap antara lain pengalaman pribadi, pengaruh orang lain yang dianggap penting, pengaruh kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta pengaruh faktor emosional (Azwar, 2015 : 30-38).

Dalam hal ini faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap yang ditunjukkan oleh warga sangat dipengaruhi terhadap apa yang disampaikan oleh seseorang *public relations*. *Public Relations* juga berperan dalam menjalin hubungan dengan publik, baik internal maupun eksternal. Menurut Cutlip, bahwa *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan perusahaan itu. Pernyataan ini menunjukkan adanya hubungan yang saling terkait antara perusahaan dengan publik. Kedudukan perusahaan dipengaruhi oleh keberadaan publik. Begitu pula sebaliknya, publik membutuhkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik. Menurut salah satu pakar, keberadaan sebuah perusahaan dan masyarakat, keduanya memiliki sifat saling mempengaruhi dan dipengaruhi (Florensia, 2013 : 2).

Sebagai bentuk komunikasi, pelaksanaan CSR berada dibawah tanggung jawab satu bagian/divisi perusahaan, yaitu *Public Relations*. *Public Relations* seperti yang sudah dijelaskan di dalam teori sebelumnya, merupakan *tools* perusahaan atau tepatnya komunikator yang mencitrakan perusahaan. Citra positif yang muncul dari kegiatan yang dibawa *Public Relations* sangat mendukung untuk mempersuaf keterlibatan dan partisipasi publik perusahaan, terutama masyarakat sekitar perusahaan,

yang menjadi sasaran program CSR. Jadi, salah satu bentuk program *Public Relations* (PR) adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digunakan untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan perusahaan (Nova, 2011: 55).

CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang, sehingga perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR akan selalu mengalami kenaikan harga saham yang sangat signifikan dibandingkan dengan berbagai perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR (Wibisono, 2007 : 7)

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku “*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Melalui buku tersebut, Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ini berkelanjutan, haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi

aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007 : 32).

Kegiatan CSR merupakan salah upaya perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan pada masyarakat. Kegiatan CSR, dilakukan dari perencanaan, persiapan, hingga pelaksanaan yang dilakukan oleh praktisi humas. Penerapan kegiatan CSR, perlu disadari perusahaan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sifatnya luas kepada masyarakat mengenai komitmen dan eksistensi perusahaan. Komunikasi di sini karena melalui kegiatan CSR tersebut, masyarakat serta perusahaan diajak, didorong, dan diikutsertakan untuk saling berbagi aspirasi apa yang menjadi harapan dan tujuan masing-masing. Adanya kegiatan sosial yang sifatnya bersama ini menggali informasi-informasi yang menjadi kebutuhan masing-masing pihak.

Di beberapa negara di dunia terutama negara maju, peran pemerintah terlihat melalui regulasinya mampu memberikan pengaruh kepada entitas bisnis agar memiliki tanggung jawab sosial, bisnis berkelanjutan serta sejalan dengan misi pembangunan berkelanjutan (Mulkan dan Pratama, 2014 : 274). Indonesia adalah satu-satunya negara di dunia yang mewajibkan korporasi, khususnya yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya alam (SDA) mengeluarkan dana untuk Tanggungjawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini secara eksplisit diungkapkan dalam UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), yang beberapa waktu lalu dikuatkan oleh Mahkamah Konstitusi untuk segera diberlakukan. Meskipun belum dibuat peraturan perundang-undangan di bawahnya sebagai petunjuk

pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis), secara hukum perusahaan-perusahaan di Indonesia telah terikat dengan UU tersebut.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia juga harus melakukan kegiatan-kegiatan CSR yang tertuang dalam Pemerintah mengatur kewajiban di lingkungan Badan Usaha Milik Negara terhadap pemberdayaan masyarakat lokal dan terakhir Peraturan Menteri Nomor Per- 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL) dan mewajibkan seluruh BUMN melakukan PKBL melalui pemanfaatan dana dari laba BUMN. Program ini dibagi menjadi Program Kemitraan (PK) dengan usaha kecil untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar menjadi tangguh dan mandiri dengan prinsip logika ekonomi, sedang Program Bina Lingkungan (PBL) dilakukan melalui pemberdayaan kondisi sosial masyarakat di wilayah usaha BUMN tersebut (Wibisono, 2007 : 89).

PT Pembangkitan Jawa-Bali (PJB) merupakan anak perusahaan dari PT PLN (Persero) yang berdiri sejak tahun 1995 senantiasa mengabdikan diri untuk bangsa dan negara Indonesia, serta mendorong perkembangan perekonomian nasional dengan menyediakan energi listrik yang bermutu tinggi, andal dan ramah lingkungan. Dengan visi menjadi perusahaan pembangkit tenaga listrik Indonesia yang terkemuka dengan standar kelas dunia, PJB tiada henti berbenah dan melakukan inovasi dengan tetap berpegang pada kaidah tata pengelolaan perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/ GCG*). Berkat dukungan *shareholders* dan *stakeholders*, PJB tumbuh dan berkembang dengan

berbagai bidang usaha, tanpa meninggalkan tanggung jawab sosial perusahaan demi terwujudnya kemandirian masyarakat dan kelestarian lingkungan hidup (An, www.ptpjb.com, diakses pada tanggal 3 November 2015).

Dalam rangka mewujudkan misi perusahaan sekaligus menciptakan pertumbuhan yang berkualitas, PT PJB kini berupaya meningkatkan kualitas pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan secara menyeluruh. Untuk memenuhi harapan seluruh pemangku kepentingan, yakni pelanggan, mitra kerja, pemerintah, pegawai, lembaga-lembaga swadaya, media massa dan masyarakat sekitar dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan. Dengan perbaikan kualitas pelaksanaan tersebut, maka maksud pelaksanaan program tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak terbatas pada kegiatan pemberian bantuan semata, melainkan menjadi salah satu pendukung keberhasilan pengembangan usaha dalam jangka panjang Perseroan, dengan tujuan yang terdefiniskan dengan jelas dan dengan ukuran keberhasilan yang dapat dipertanggung jawabkan.

Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan, maka lingkungan akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Dengan kata lain, apa yang perusahaan lakukan terhadap lingkungan tempatnya berada pada akhirnya akan kembali kepada perusahaan sesuai dengan yang dilakukan.

Menyadari akan pentingnya pemberdayaan lingkungan demi kemajuan usaha, maka PT PJB UP Gresik memiliki visi sebagai perusahaan yang peduli lingkungan dan memiliki misi memberikan hasil

yang terbaik kepada pemegang saham, pegawai, pelanggan, pemasok, pemerintah dan masyarakat serta lingkungannya. Pernyataan visi dan misi tersebut sebagai bentuk penegasan komitmen perusahaan ini terhadap kondisi sosial dan lingkungannya. Oleh karena itu, untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, segenap jajaran PT PJB Gresik yakni unit- unit PT PJB, Gresik telah memperlihatkan kepeduliannya baik internal (pengelolaan lingkungan internal) maupun terhadap masyarakat dan lingkungan dengan menyusun dan melaksanakan CSR melalui serangkaian program-program.

Adapun serangkaian program CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dan merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik (GCG) guna mencapai keseimbangan dan keberlanjutan hidup serta jalinan kemitraan timbal balik antara perusahaan dan *stakeholders*. Dalam hal ini PT PJB UP Gresik mempunyai tanggung jawab untuk turut mengatasi permasalahan sosial melalui pemberdayaan masyarakat agar dapat mengaktualisasi diri dalam mengelola lingkungan sekitarnya sehingga dapat memenuhi kebutuhan secara mandiri baik dari aspek ekonomi, sosial maupun kelembagaan tanpa bergantung kepada pihak PT PJB atau pihak lainnya.

Selain itu, secara berimbang, PT PJB UP Gresik juga memperhatikan aspek internal perusahaan, baik yang berkaitan dengan kesejahteraan dan keselamatan karyawan maupun pengelolaan berbagai macam limbah yang dihasilkan yang selanjutnya akan berdampak positif bagi lingkungan sekitarnya. Hal tersebut di atas akan dapat terealisasi manakala terdapat pemahaman serta persepsi yang sama dan komprehensif

menyangkut CSR dan bentuk programnya ini baik level manajemen perusahaan maupun operasional teknis dilapangan. Karena tanpa pemahaman yang jelas, aktivitas tanggung jawab sosial hanya akan terpuruk dan akan bersifat kontraproduktif. Untuk itu disusunlah pedoman kebijakan pelaksanaan CSR PT PJB UP Gresik ini sebagai pijakan dalam mengimplementasikan program lebih lanjut.

Tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) PT PJB UP Gresik diwujudkan dalam pengembangan masyarakat Kramatinggil Gresik dan pelestarian lingkungan hidup. Pengembangan masyarakat diprioritaskan untuk meningkatkan taraf pendidikan, kesehatan, perekonomian, serta menjaga kultur sosial dan keagamaan kemasyarakatan, dengan tetap menjaga keamanan dan ketertiban. Saat ini program CSR PT PJB dibagi menjadi empat tipologi, yaitu Infrastruktur, *Empowering*, *Charity* dan *Capacity Building*.

Program Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB) yang dipilih termasuk dalam tipologi *Empowering* dan tipologi *Charity*.

Bank sampah yang dikelola oleh PT PJB UP Gresik ada dua yaitu, Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB) dan Bank Sampah Sidorukun Berhias (BSSB). Namun, program CSR BSSB ini tidak berkelanjutan, dan sikap warga sekitar mengenai adanya program CSR BSSB ini juga menerima tanpa adanya penolakan, dikarenakan hanya mengelola limbah sampah berubah kain perca saja yang kemudian dihasilkan lap yang berfungsi untuk membersihkan mesin pabrik, bengkel, dan lain-lain, sehingga tidak menimbun sampah organik dan anorganik yang kemudian di daur ulang.

Berikut hasil wawancara mengenai perbedaan dua bank sampah yaitu BSKB dan BSSB yang di selenggarakan oleh PT PJB Unit Pembangkitan Gresik:

Bank sampah yang di selenggarakan PT PJB Unit Pembangkitan Gresik sendiri ada dua yaitu Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB) dan Bank Sampah Sidorukun Berhias (BSSB). Pengolahan pada bank sampah Sidorukun Berhias dilakukan oleh karang taruna setempat dan perusahaan-perusahaan. Perusahaan tekstil tersebut menghasilkan limbah sampah yaitu kain perca. Dalam pengolahan limbah kain perca yang dilakukan bank sampah Sidorukun Berhias menghasilkan berupa lap yang berfungsi untuk membersihkan mesin pabrik, bengkel, dan lain-lain (Mochammad Saleh, Officer CSR di kantor PT Pembangkitan Jawa-Bali di Unit Pembangkitan Gresik).

Bank Sampah Kramatinggil merupakan salah satu program yang dilaksanakan oleh PT.PJB UP Gresik dimana tempat kegiatan layaknya Bank Sampah yang ditabung berbagai jenis sampah yang sudah dipilih. Berdirinya Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB) yang dibina oleh CSR PT PJB UP Gresik melalui proses yang panjang. Sejak tahun 2010, PT PJB UP Gresik melalui program CSR-nya secara intensif telah memprogramkan pelatihan-pelatihan berkaitan dengan pengelolaan sampah, pengenalan dan dampak sampah terhadap kelestarian lingkungan. Dimulai dari pelatihan para kader lingkungan di tiap-tiap desa yang dilakukan dengan bekerja sama dengan Pemerintah kecamatan yang kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pengelolaan sampah berbasis 3R (*Reduce, Recycle, Reuse*) yang melibatkan tiga desa di sekitar perusahaan PT PJB UP Gresik. Sejak tahun 2013, setelah dipastikan kelembagaannya terbentuk dan bersamaan dengan penilaian kampung bersih BSKB diresmikan. Sejak diresmikan BSKB beroperasi dengan melibatkan para kader yang ada di desa Kramatinggil (An, www.csrpjbgresik.com, diakses pada tanggal 3 November 2015).

Bank Sampah Kramatinggil berdiri sebagai upaya untuk memberdayakan warga khususnya para nasabah. Pengembangan yang dilakukan oleh pengelola berbasis *reduce, reuse, recycle*, yang ternyata sampah memiliki *added value* ekonomi sosial dan pelestarian lingkungan. Sasaran utamanya adalah BERSINAR yang merupakan akronim dari bersih, sehat, indah, nyaman, aman dan ramah. Implikasi nilai ekonomi atau kemandirian sejatinya suatu konsekuensi. Semua itu terwujud berkat sinergitas program dengan CSR PT PJB Gresik selaku pembina. Berdirinya Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB) melalui tahapan yang cukup lama, yang diawali penyiapan penguatan potensi sumber daya hingga terciptanya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan.

Akan tetapi seringkali ditemui pro dan kontra pada program CSR Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB) yang diselenggarakan oleh PT Pembangkitan Jawa – Bali (PJB) Unit Pembangkitan (UP) Gresik yang menjadi kendala suatu program yang diterapkan. Kebanyakan masyarakat menganggap program yang diterapkan hanya memberi keuntungan pada instansi yang menyelenggarakan. Selain itu dengan adanya program CSR dengan bantuan Bank Sampah memberikan pandangan yang negatif kepada perusahaan bahwa pelaksanaan program yang mengatasnamakan pemberdayaan masyarakat hanya bersifat sementara. Dengan kata lain apabila program CSR yang tidak lagi dijalankan dengan baik dapat berpengaruh sebuah persepsi terhadap citra perusahaan.

Berikut hasil wawancara dari salah satu warga Kramatinggil yang menjelaskan bahwa kebanyakan perusahaan melaksanakan program *corporate social responbility* (CSR) hanya semata untuk diterapkan memberi keuntungan pada instansi yang menyelenggarakan, yaitu:

Perusahaan menyelenggarakan program CSR hanya untuk memberi keuntungan belaka pada instansi yang menyelenggarakan. Selain itu dengan adanya program CSR dengan bantuan Bank Sampah memberikan pandangan yang negatif kepada perusahaan bahwa pelaksanaan program yang mengatasnamakan pemberdayaan masyarakat hanya bersifat sementara (Rina, salah satu warga Kramatinggil di Gresik).

Berbagai konflik pernah terjadi sebelum BSKB ini didirikan, karena berbagai pendapat dari warga sekitar yang menyatakan bahwa timbun sampah yang banyak dapat menimbulkan penyakit, lingkungan menjadi kotor, dan bukan malah menjadi lebih baik, bahkan terjadi pertengkaran antara pengepul sampah dan tukang sampah yang marah pada pengurus BSKB.

Namun dengan berjalannya waktu program CSR BSKB yang dilaksanakan PT PJB mampu meyakinkan warga sekitar Kramatinggil bahwa adanya BSKB ini mampu meningkatkan taraf hidup, mengelola barang bekas menjadi kerajinan tangan meringankan membayar uang sekolah PAUD dan membuat kreatif warga sekitar dengan adanya pelatihan karya seni dari barang bekas.

Melalui Bank Sampah, masyarakat diminta bertanggungjawab terhadap sampah yang mereka hasilkan, dengan cara meminta masyarakat memilah sampah organik dengan anorganik di rumah mereka masing-masing, dan menyerahkannya kepada Bank Sampah dalam dua wadah

yang berbeda. Sampah organik kemudian diolah menjadi kompos, yang bisa digunakan untuk penghijauan lingkungan, sedangkan sampah anorganik disimpan di Bank Sampah sebagai tabungan warga yang membawanya, dan dicatat pada buku tabungan yang bersangkutan. Setiap bulan sampah anorganik dijual kepada pengepul dan uangnya diserahkan kepada pemilik sampah anorganik tersebut. Bahwa dengan adanya BSKB ini pemberdayaan positif bagi warga Kramatinggil dengan cara melatih ketrampilan yang menghasilkan daur ulang sampah memiliki nilai seni dan nilai jual. Karena itu, motto Bank Sampah adalah “*from trash to cash*”.

Berikut hasil wawancara nasabah yang aktif di BSKB yang menjelaskan proses dari sampah anorganik hingga menjadi barang yang memiliki nilai seni dan nilai jual, yaitu:

Pengurus inti yang aktif dalam BSKB ialah Sri Ernawati selaku Direktur, Utina selaku Bendahara, dan Rusgiarti selaku Kader. Program BSKB sendiri memiliki anggota yang berasal dari mayoritas warga Kramatinggil, termasuk wilayah lain diluar kramatinggil yang berasal dari warga Sumber Rejo, dan TK mahkota. Pada proses BSKB seluruh anggota nasabah mengumpulkan sampah yang ada di rumah mereka masing masing baik berupa: plastik, botol bekas, kertas dan koran bekas yang dikumpulkan di BSKB. Kumpulan sampah-sampah tersebut di jual, kemudian uang hasil dari sampah bisa untuk membayar uang anak yang berada di PAUD (Sri Ernawati, Direktur Program CSR BSKB).

Dengan adanya program CSR BSKB ini, membuat warga Kramatinggil memiliki ketrampilan yang semakin kreatif sehingga memiliki nilai seni dan nilai jual, yang dapat untuk meringankan biaya uang sekolah PAUD anaknya di PAUD Intan Permata. Dengan demikian, program CSR BSKB ini membuka peluang bagi warga sekitar Kramatinggil membuat semakin terampil, kreatif, dan meringankan biaya

pendidikan anak, serta juga menjadikan pekerjaan sampingan selain menjadi ibu rumah tangga.

Berikut merupakan hasil wawancara mengenai manfaat adanya program BSKB dalam pengelolaan limbah yang menjadikan barang bekas menjadi barang seni dan memiliki nilai jual sehingga dapat meringankan biaya uang sekolah anaknya di PAUD:

Dengan adanya program CSR BSKB ini sangat membantu warga dalam mengelola limbah rumah tangga menjadi ketrampilan yang kreatif serta dapat untuk meringankan biaya uang sekolah anaknya PAUD Intan Permata (Kartini, salah satu warga Kramatinggil di Gresik).

Selain, manfaat program CSR BSKB untuk mengelola sampah menjadi barang yang memiliki nilai seni dan nilai jual hingga dapat membantu meringankan biaya pendidikan anak di PAUD, pengurus BSKB juga mengadakan pemberdayaan seluruh wali murid PAUD KB Intan Permata secara rutin setiap Sabtu pada minggu ke tiga yang bertujuan untuk menambah wawasan mengenai lingkungan dalam mengelola sampah.

Didukung hasil wawancara mengenai program CSR BSKB yang membuka peluang warga masyarakat untuk menambah wawasan mengenai lingkungan dalam mengelolah sampah:

Pada kerjasama ini pengurus BSKB mengadakan pemberdayaan kepada seluruh wali murid PAUD KB Intan Permata dengan melatih para wali murid untuk membuat kerajinan tangan bekas setiap hari Sabtu pada minggu ke tiga. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa, dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kramatinggil tentu membuka peluang warga masyarakat untuk menambah wawasan mengenai lingkungan dalam mengelolah sampah (Tutik, salah satu warga Kramatinggil di Gresik).

Dari uraian penjelasan di atas muncul berbagai sikap pro warga Kramatinggil yang menerima positif dari program CSR BSKB, namun masih ada juga sikap kontra yang muncul pada warga Kramatinggil.

Oleh karena itu penting untuk mengetahui sikap warga Kramatinggil di Gresik dalam bentuk sikap terhadap program CSR “Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB)” oleh PT. Pembangkitan Jawa – Bali (PJB) Unit Pembangkitan (UP) Gresik

Pada penelitian kali ini peneliti mengambil subjek penelitian warga Kramatinggil di Gresik. Lokasi ini dipilih oleh peneliti sebagai responden utama karena wilayah Kramatinggil merupakan wilayah pertama yang dilakukan sejak tahun 2010 dan responden terbanyak di wilayah Kramatinggil di Gresik serta hingga saat ini masih mempunyai banyak kendala dari warga Kramatinggil di Gresik setempat.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Sikap warga Kramatinggil di Gresik mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB)” oleh PT. Pembangkitan Jawa—Bali (PJB) Unit Pembangkitan (UP) Gresik?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Sikap warga Kramatinggil di Gresik mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB)” oleh PT. Pembangkitan Jawa—Bali (PJB) Unit Pembangkitan (UP) Gresik.

I.4. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan penelitian yang bertujuan agar pembahasan tidak terlalu meluas dan agar lebih terarah, yakni :

- Objek penelitian ini adalah sikap warga Kramatinggil di Gresik mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu “Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB)” oleh PT. Pembangunan Jawa—Bali (PJB) Unit Pembangunan (UP) Gresik.
- Subjek penelitian adalah warga Kramatinggil di Gresik yang merupakan wilayah yang terkena dampak langsung dari program CSR “Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB)” dan terjadi pro kontra saat kondisi keberlangsungan program CSR BSKB tersebut.
- Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif pada warga Kramatinggil di Gresik dengan jenis penelitian deskriptif.

I.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian mengenai sikap warga Kramatinggil di Gresik mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu “Bank Sampah Kramatinggil BERSINAR (BSKB)” oleh PT. Pembangunan Jawa—Bali (PJB) Unit Pembangunan (UP) Gresik adalah:

I.5.1. Manfaat Akademis

Hasil studi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan memberikan kontribusi dalam kajian *public relations* (PR),

khususnya yang berkaitan dengan sikap pada program CSR. Hasil dari perusahaan ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi penelitian sejenis yang menggunakan metode yang sama. Selain itu juga dapat menjadi bahan rujukan mengenai pelaksanaan program CSR yang berdampak pada sikap warga.

I.5.2. Manfaat Praktis

Hasil studi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan penjelasan pengaruh kegiatan CSR yang dilakukan PT. PJB UP Gresik yang berdampak pada sikap warga Kramatinggil di Gresik. Diharapkan dengan mengetahui pengaruh yang dihasilkan, perusahaan bisa mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai program tersebut, sehingga untuk ke depannya bisa dilaksanakan lebih optimal dan tepat sasaran agar tercapai tujuan yang diharapkan.