

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teori S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus-Organisme-Response* yang semula berasal dari psikologi. Kesamaan objek material psikologi dan komunikasi membuat teori ini menjadi satu. Objek material yang ada meliputi komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Effendi, 1993). Dalam proses komunikasi, terdapat proses pertukaran pesan sebagai informasi antara komunikator dan komunikan. Komunikan menerima kemudian mengelola pesan tersebut dalam dirinya dan memunculkan suatu respon. Respon yang dihasilkan dari stimulus awal yang telah diolah memunculkan efek dalam diri komunikan. Efek yang dihasilkan mempengaruhi sikap penerima setelah menerima pesan. Komunikan yang dimaksud merupakan masyarakat Rembang yang menerima dan mengolah stimulus hingga terjadi perubahan sikap.

Setiap perusahaan yang melakukan CSR wajib mengetahui bagaimana sikap masyarakat dalam menanggapi program CSR yang telah dilaksanakan. Sikap adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tadi. (Heri Purwanto, 1998 :62 dalam jurnal Ayu 2015) Melalui sikap, perusahaan dapat memahami proses kesadaran yang menentukan tindakan yang mungkin dilakukan individu dalam kehidupan sosialnya.

Pembentukan sikap terhadap perusahaan yang diinginkan tentunya adalah sikap yang positif atau menguntungkan. Bagi perusahaan yang mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility*, salah satu benefit yang didapat adalah mempertahankan atau mendongkrak reputasi

dan brand image perusahaan. Kontribusi positif perusahaan akan turut mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan di mata publik (wibisono,2007:84). Tanggung jawab sosial ini mengarahkan perusahaan supaya tidak hanya memperhatikan profit yang menguntungkan pemegang saham, namun juga memperhatikan standart operasi, kesejahteraan, serta kepentingan publik (Cutlip, Center & Broom, 2006:444)

Leon Festinger mengemukakan teori Disonansi Kognitif yang menyatakan bahwa disonansi adalah sebuah perasaan tidak nyaman yang memotivasi orang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidaknyamanan itu. Jika seseorang memiliki informasi itu akan menimbulkan disonansi dengan perilaku. Apabila disonansi tersebut terjadi, maka orang akan berupaya mengurangi dengan cara mengubah perilakunya, kepercayaannya. (Effendy; 1993)

Dalam hal ini masyarakat Rembang percaya bahwa pembangunan pabrik di Rembang akan merusak lingkungan. Tetapi sebagian masyarakat Rembang yang tidak berfikir bahwa lingkungan akan rusak separah itu akibat pembangunan pabrik semen. Jadi disonansi terjadi antara kepercayaan dan perilakunya. Orang-orang seperti itu akan mudah dipengaruhi oleh komunikasi yang menyaakan bahwa sungguh-sungguh berbahaya jika pabrik semen tetap di bangun dan dapat merusak lingkungan, atau oleh komunkasi yang menyatakan bahwa penghijauan akan tetap dilakukan untuk mengurangi kerusakan lingkungan akibat pabrik semen yang akan berjalan.

Masyarakat Rembang digegerkan oleh pembangunan pabrik semen milik PT Semen Indonesia. Pabrik tersebut akan dibangun di

atas tanah Rembang dan pembangunan pabrik tersebut telah mendapat penolakan oleh sebagian masyarakat Rembang. Penolakan dilakukan karena menurut warga pembangunan pabrik semen dapat merusak lingkungan. Warga Rembang dan Wahana Lingkungan Hidup (Wahli) melontarkan gugatan izin pembangunan PT Semen Indonesia yang telah di setujui oleh Gubernur Jawa Tengah. Gugatan tersebut diberikan kepada Majelis Hakim Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) dan mendapatkan penolakan. Gugatan tersebut ditolak dengan alasan gugatan yang di ajukan telah kadaluarsa.

Mereka yang menolak pembangunan pabrik beralasan bahwa pembangunan pabrik tersebut dapat merusak lingkungan, sumber air akan terserap habis serta para petani akan kehilangan pekerjaannya. (www.bbc.com) Berbagai macam penolakan dilakukan dengan memasang spanduk di sepanjang perjalanan menuju pabrik, tenda yang didirikan di dekat pabrik, demo penolakan di depan kantor DPRD pada 19 Februari 2014. Warga yang melakukan demo dengan melakukan longmarch dimulai dari alun-alun Rembang menuju kantor DPRD. Sepanjang demo yang dilakukan, para pendemo meneriakkan penolakan terhadap pembangunan pabrik semen di Rembang. Penolakan yang dilakukan tidak berhenti sampai dengan disitu, pada tanggal 12 maret 2016 sembilan perempuan yang dijuluki kartini sembilan ini rela mencor kakinya dengan semen di depan istana Gubernur Jawa Tengah. (www.liputan6.com)

Gambar 1.1 500 warga desa Tegaldowo, Timbrangan, Pasucen, Kajar, menggelar demo di depan kantor DPRD Rembang (19/2/2014)



Gambar 1.2 Warga Rembang mendirikan tenda di sekitar pabrik semen



Sumber : www.antaranews.com

Gambar 1.3 Salah satu anggota Kartini Sembilan yang menyemen kakinya di depan Istana Merdeka, Jakarta Pusat. Selasa (12/04/2016)



Sumber : Akun Facebook 'Wong Kendheng'

Sementara mereka yang mendukung pembangunan pabrik Semen Indonesia Rembang beralasan bahwa dengan adanya pabrik semen dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di kota Rembang dan sekitarnya. Tercatat bahwa 3000 orang yang berada di ring 1 pabrik semen akan dipekerjakan sebagai karyawan di pabrik tersebut. Sisanya akan diambil dari sekitar Rembang. (wawancara dengan Wahjudi Heru, Kepala Department CSR, 3/11/16).

Dalam berita terbaru yang di muat dalam koran sindo edisi 28 November 2016 menyatakan bahwa Majelis Agung mengabulkan PK warga Rembang mengenai pembangunan pabrik. Namun sesuai pernyataan pakar hukum yakni Andi Nawawi mengatakan bahwa proses pembangunan pabrik semen masih berjalan dan saat ini sudah mencapai 98%. Sedangkan Semen Indonesia harus membuat izin baru mengenai tambang seluas 450 hektar.

Dalam pengelolaan pabrik perseroan di beberapa daerah lain adalah bukti nyata bahwa setiap investasi Semen Indonesia adalah investasi yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan. Pabrik Semen Indonesia di Tuban misalnya, telah mendapatkan Proper Emas, penghargaan tertinggi dari Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) yang menunjukkan bahwa perseroan telah melakukan langkah-langkah nyata dalam mewujudkan keberlanjutan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat.

Menurut Dwi Kartini dalam bukunya yang berjudul Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia berpendapat bahwa program CSR juga harus memperhatikan

Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development) yang pengertiannya ialah :

“Development which meets the needs of the present without compromising the ability of future generation to meet their own needs” (World Commission on Economic Development/WCED, 1987)

Pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri "(World Commission on Economic Development / WCED, 1987), PT Semen Indonesia telah menjalankan beberapa program sosial sebagai komitmennya melaksanakan bisnis yang bersifat *Sustainable Development* atau pembangunan berkelanjutan dan pemenuhan aspek-aspek dalam Dokumen Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL).

Bagi perusahaan yang mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility*, salah satu benefit yang didapat adalah mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan. Kontribusi positif perusahaan akan turut mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan di mata publik (wibisono,2007:84). Tanggung jawab sosial ini mengarahkan perusahaan supaya tidak hanya memperhatikan profit yang menguntungkan pemegang saham, namun juga memperhatikan standart operasi, kesejahteraan, serta kepentingan publik. (Cutlip, Center & Broom, 2006:444)

Di Indonesia, terdapat berbagai macam perusahaan swasta maupun BUMN (Badan Usaha Milik Negara) bergerak dalam bidang yang berhubungan dengan SDA (Sumber Daya Alam) maupun bidang

lainnya. Sekarang, perusahaan bukan lagi hanya berfokus untuk mendapatkan profit melimpah, melainkan juga mulai dituntut untuk peduli dan bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan. Benefit lain yang bisa didapat yaitu berupa citra perusahaan yang positif dalam masyarakat.

Dalam melakukan kegiatan CSR tersebut wajib dilakukan adanya komunikasi antara masyarakat dan perusahaan. Komunikasi ialah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan melalui saluran/channel. Komunikasi di dalam sebuah perusahaan sangat penting dilakukan karena sebelum perusahaan melakukan komunikasi dengan pihak luar, perusahaan wajib melakukan komunikasi dengan tubuh perusahaan terlebih dahulu. Komunikasi dapat dilakukan oleh siapa saja, dalam berbagai bentuk mulai dari verbal maupun non verbal.

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Untung Budi, 2008:1) Dalam hal ini Semen Indonesia memiliki *Community Investment Program* yakni program yang mencakup program induk yaitu Semen Indonesia BERSINERGI (Bersama Semen Indonesia Cerdaskan Negeri), dengan 4 pilar utama yakni Semen Indonesia Cerdas, Semen Indonesia Prima, Semen Indonesia Lestari dan Semen Indonesia Peduli. (www.semenindonesia.com)

Dinamisnya pemahaman tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah menjadi bagian Public Relations masa ini.

Pengadaan kegiatan CSR sekarang ini bukan hanya sebagai filantropi tapi sebagai strategi perusahaan dalam membentuk citra perusahaan yang turut mempengaruhi kinerja perusahaan. (Solihin, 2009 dalam Jurnal Chrysanti 2013)

Corporate Social Responsibility tidak hanya berbentuk charity atau amal yang tidak berkelanjutan tidak membuat masyarakat berkembang dalam bidang sosial, ekonomi atau lingkungan. Melaksanakan CSR yang berkelanjutan atau jangka panjang dapat membuat keterbukaan masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

Berbagai kegiatan sosial dan bantuan dari berbagai pilar dilaksanakan oleh semen indoneisa, kegiatan sosial tersebut yang dilakukan meliputi bantuan kesehatan, bantuan pengembangan sarana umum, bantuan sarana ibadah, bantuan pendidikan, bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengetasan kemiskinan dan bantuan tanggap darurat bencana. Wujud nyata PT Semen Indonesia dalam memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat dapat dibuktikan dari terbentuknya program CSR dari 4 pilar yang telah dijelaskan sebelumnya.

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini ialah pilar Indonesia Lestari, dimana dalam pilar ini Semen Indonesia mempunyai program CSR penanaman 10.500 bibit pohon produktif dan konservasi. Staff Development *Corporate Social Responsibility* yaitu Reinaldo mengatakan bahwa program CSR 10.500 penanaman bibit pohon ini dibuat berdasarkan kebutuhan masyarakat sekitar pabrik. Masyarakat akan mengikuti pelatihan bercocok tanam antara lain cara membunuh hama, cara merawat tanaman yang baik. Tidak hanya berhenti disitu tetapi

masyarakat juga akan didampingi dengan konsultan yang ahli di bidang perkebunan hingga bibit tersebut dapat berbuah, setelah berbuah masyarakat juga akan menjualnya ke pada suplier yang telah di perkenalkan sebelumnya.

Ada tiga kelompok masyarakat yang menjadi fokus pelaksanaan CSR oleh Semen Indonesia yaitu : Ring 1 meliputi desa yang berada di sekitar pabrik, desa secara langsung terkena dampak operasi pabrik, desa sekitar/desa dekat penambangan. Ring 2 meliputi, desa sekitar pabrik yang tidak kena dampak langsung, desa yang terkena/dilewati fasilitas, peralatan pabrik, desa yang terkena rencana/program perluasa daerah penambangan. Ring 3 meliputi, desa yang tidak terkena dampak secara langsung dan tidak terkena rencana perluasan pabrik, tapi merupakan jalur transportasi untuk keperluan perusahaan. Pemberian bantuan dalam bentuk puluhan ribu bibit pohon tersebut diberikan kepada desa ring 1 yang dekat dengan pabrik maupun tambang yakni desa Tegaldowo, Kandiwono, Kanjar, Timbrangan, Pasujen.

Desa Tegaldowo yang berada 5km dari pabrik ini mempunyai jumlah penduduk sebanyak 4.775 jiwa, mayoritas penduduk di desa Tegaldowo berprofesi sebagai petani, pegawai swasta hingga pns. Desa Tegaldowo berpotensi menghasilkan produk berbahan jagung dan akan dijadikan sentra buah sawo, mangga dan nangka. Desa Timbrangan berada 3,2km dari pabrik dan mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1.321 jiwa. Mayoritas penduduk di desa Timbrangan berprofesi sebagai petani dan pesanggen. Desa Pasucen berada 2,9km dari pabrik dan mempunyai umlah penduduk sebanya 945jiwa yang mayoritas berprofesi sebagai petani dan pesanggem.

Selanjutnya masih ada dua desa lagi yang masuk daerah Ring 1 yang telah di petakan oleh Semen Indonesia, tiga desa lainnya yakni desa Kajar yang berjarak 1,9km dari pabrik dan berjumlah 1.436 jiwa sebagian banyak penduduk berprofesi sebagai petani dan pesanggem. Desa Kandiwono berjarak 3,1km dari pabrik semen dan berjumlah 925 jiwa yang mayoritas berprofesi sebagai petani. Yang terakhir ialah desa Ngampel yang hanya berjarak 0,8km dari pabrik. Di lima desa masuk dalam pemetaan Ring 1 terdapat 4 desa yang menerima program CSR yang telah diberikan dan 2 diantaranya menolak adanya program CSR.

John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya "*Canibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" memperkenalkan gagasan yang dikenal dengan *Triple Bottom Line*, yaitu 3P (*people, planet, dan profit*). Perusahaan yang ingin melakukan CSR secara berkelanjutan harus memperhatikan aspek 3P yang tidak berpihak pada aspek ekonomi saja, melainkan harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial juga. (Wibisono, 2007:32-33)

Program penanaman 10.500 pohon telah memenuhi *triple bottom line* yang telah ditetapkan sebagai syarat terbentuknya CSR. Profit yang disisikan merupakan laba dari perseroan, keberlanjutan penanamann tersebut juga dapat di implementasikan dalam *people* karena warga tidak hanya mendapatkan bibit tetapi juga merawat hingga bibit tersebut tumbuh dan memproduksi buah yang nantinya akan dijual ke supplier. Sedangkan program csr 10.500 bibit tanaman juga merupakan tanggung jawab Semen Indonesia dalam melestarikan lingkungan, hal tersebut masuk dalam 3 *bottom line planet*.

Melihat keterlibatan dan penolakan warga Rembang dalam pelaksanaan program penanaman 10.500 bibit pohon, maka sikap mereka mengenai program ini menjadi kajian yang patut untuk diteliti. Terlebih lagi banyak sekali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi obyek sikap antara lain ialah pengalaman pribadi, pengaruh orang lain yang dianggap penting, pengaruh kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, dan juga faktor emosional, sehingga menghasilkan suatu sikap yang dapat mempengaruhi keberhasilan program.(Wawan dan Dewi, 2010:35)

Sikap memiliki tiga komponen yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif, dimana masing-masing komponen merujuk pada pengetahuan, perasaan dan juga perilaku. Sikap masyarakat rembang akan menjadi objek dalam penelitian ini.

Subjek dalam penelitian ini berupa program yang berkelanjutan yang sangat membutuhkan partisipasi masyarakat dalam penanaman 10.500 bibit pohon. Sikap masyarakat yang positif dapat menunjukkan bahwa program ini sangat diminati oleh masyarakat dan juga menunjukkan bahwa masyarakat mendapatkan pesan positif mengenai reputasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode survey deskriptif dimana peneliti akan membagikan 100 kuisioner di desa Ring 1 yakni Tegaldowo, Timbrangan, Kanjar, Pasucen, Kandiwo. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan random sampling dimana peneliti akan memberikan kuisioner secara acak kepada masyarakat di 5 desa tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana sikap masyarakat Rembang mengenai program CSR penanaman 10.500 bibit pohon milik PT Semen Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Sikap yang dimiliki warga masyarakat Rembang mengenai program CSR penanaman 10.500 bibit pohon milik PT Semen Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari 2 yaitu akademik dan praktisi :

- a. Manfaat Akademik : hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana dan masukan yang bermanfaat bagi studi ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian sikap masyarakat terhadap program CSR.
- b. Manfaat Praktisi : penelitian ini dapat digunakan menjadi informasi serta evaluasi terhadap program csr yang telah dilakukan oleh Semen Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

1.5.1 Subjek Penelitian : Masyarakat Rembang

1.5.2 Objek Penelitian : Sikap mengenai program CSR 10.500 bibit tanaman milik Semen Indonesia.

1.5.3 Lokasi Penelitian : Rembang Ring 1 meliputi 6 desa, yaitu : Tegaldowo, Kandiwo, Kanjar, Timbrangan, Pasujen.

1.5.4 Metode Penelitian : Survey Deskriptif