

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Konsep kesejahteraan masyarakat yang diagung-agungkan oleh dalam program CSR BERSINERGI menjadi *meaningless* bahkan hanya berupa *ritus* karena kewajiban untuk melakukan praktik CSR telah diatur dalam Undang-Undang. Dengan kata lain yang penting program CSR dapat berjalan di wilayah ring 1 PT Semen Gresik Pabrik Rembang, dilihat oleh publik, dan ada bahan pameran di media. Pada titik tertentu sebagian warga hanya mengambil keuntungan saja dari program-program CSR tersebut karena dijalankan secara administratif sedangkan warga yang lain merana.

Wajah CSR PT Semen Gresik saat ini dimaknai beragam oleh tokoh masyarakat Desa Timbrangan. Tokoh masyarakat ini memaknai bahwa program-program dalam payung CSR BERSINERGI ini hanya meriah dan melimpah namun tidak terarah. Beragamnya program pelatihan yang pernah diikuti oleh narasumber penelitian ini tidak benar-benar telah memberdayakan masyarakat sesuai tujuan dari *community empowering* yaitu mendorong kemandirian masyarakat melainkan mengusung konsep filantropi dan mengesampingkan *sustainability* atau hubungan jangka panjang untuk menjadikan masyarakat mandiri.

Selain itu pengalaman program-program seperti pembangunan sarana dan prasarana desa serta pemberian bantuan dimaknai oleh sebagian narasumber sebagai sebuah euforia berderma dari CSR PT Semen Gresik. Ratusan juta anggaran yang dikucurkan hanya membuat masyarakat semakin

dimanjakan oleh bantuan dari perusahaan. Namun, adapula narasumber sekunder yang berbicara jauh lebih keras mengenai bantuan yang dianggapnya sebagai penghinaan terhadap status kemiskinannya.

Pelaksanaan program CSR dari sudut pandang teoritis seharusnya sesuai dengan nilai-nilai budaya lokal. Namun, CSR yang berjalan di Desa Timbrangan berseberangan dengan budaya pertanian lokal yang ada disana. Padi dan jagung yang telah menjadi komoditas utama turun-temurun digantikan dengan budidaya pepaya kalina dimaknai sebagai sebuah *shock culture* pertanian di Desa Timbrangan. Bertahan satu tahun lalu bangkrut terjadi karena kurangnya pembimbingan pada tahap pemasaran hingga menyebabkan program tersebut dimaknai sebagai formalitas pemberdayaan masyarakat. Ada dan tidaknya program ini petani Desa Timbrangan tetap menanam padi dan jagung di ladang.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian sejenis dalam konteks teori *corporate social responsibility* (CSR) dan metode fenomenologi bahkan sangat dimungkinkan dilakukan penelitian sejenis dengan mengambil sudut pandang perusahaan yang membuat program CSR tersebut agar dapat diketahui pula dasar pembuatan program CSR. Sehingga kajian CSR yang selama ini diteliti dalam kajian strategi serta menjadi sebuah senjata untuk meredam konflik dapat benar-benar memberdayakan masyarakat yang menjadi sasaran programnya.

Penelitian ini juga bisa dijadikan penelitian lanjutan dengan metode studi kasus untuk mendapatkan solusi maupun strategi untuk membuat program CSR ini tidak *meaningless*.

V.2.2. Saran Praktis

Kebutuhan mendasar warga dari Desa Timbrangan adalah air, seharusnya program CSR yang berupa bantuan-bantuan diperbanyak untuk mengatasi masalah kesulitan air sehingga distribusi air ini merata. Sedangkan untuk pertanian sendiri, seharusnya program CSR mempertimbangan aspek pembimbingan pemasaran produk pertanian. Bukan hanya mengganti komoditas pertanian yang terlihat menjanjikan dari kacamata program CSR namun juga mengawasi dari awal program dimulai hingga petani mampu secara mandiri memasarkan produk pertaniannya.

Selain itu, menjadi bahan evaluasi bagi PT Semen Gresik agar dapat mengembangkan program-program *corporate social responsibility* di wilayah ring 1 pabrik. Poin penting dalam membuat program CSR itu seharusnya melihat lagi warga itu paling membutuhkan apa, budayanya apa, supaya lebih bermakna sehingga CSR yang diimplementasikan ini tidak hanya sekedar *ritus* untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Achmad, S.W. (2017). *Asal-Usul & Sejarah Orang Jawa*. Yogyakarta: Araska.
- Adeyeye, A.O. (2012). *Corporate Social Responsibility of Multinational Corporations in Developing Countries: Perspectives on Anti-Corruption*. United States of America: Cambridge University Press.
- Atang, Ahmad. (2018). *Gerakan Sosial dan Kebudayaan: Teori dan Strategi Perlawanan Masyarakat Adat Atas Serbuan Investasi Tambang*. Malang: Intrans Publishing.
- Auty, R.M. (1993). *Sustaining Development in Mineral Economies*. London and New York: Routledge.
- Butterick, Keith. (2014). *Pengantar Public Relation Teori dan Praktek*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Crowther, David & Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing ApS.
- Dwicipta, & Hendra, T.W. (eds). (2015). *#RembangMelawan: Membongkar Fantasi Pertambangan Semen di Pegunungan Kendeng*. Yogyakarta: Literasi Press.
- Effendy, O.U. (2009). *Human Relation & Public Relation*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kartikawangi, Dorien. (2013). *Tema Fantasi: Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan Multinasional*. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjadjaran.

- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prajarto, Nunung. (eds). (2012). *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM.
- Rahman, Reza. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: Media Pressindo.
- Ritchie, J., & Jane, L. (eds). (2003). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Ruslan, Rosady. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Seidman, Irving. (2006). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Science*. New York: Teachers College Press.
- Sukandarrumidi. (2012). *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Yogyakarta: Bajawa Press.
- Stange, Paul. (2009). *Politik Perhatian: Rasa dalam Kebudayaan Jawa*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Sobur, Alex. (2014). *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, A., Zaini, R., Dwiningtyas, P., Becti, W.U. (2013). *Pengembangan Masyarakat: Menelusuri Kearifan Lokal Masyarakat Samin di Pusaran Modernisasi Pertanian*. Surakarta: UPT. Penerbitan dan Pencetakan UNS.
- Wesfix, Tim. (2018). *Public Relations Itu "Dipraktekin"*. Jakarta: PT. Grasindo.

Jurnal

- Abidin, Zaenal. (2016) Paradoks dan Sinjutas (Sinergi-Keberlanjutan-Ketuntasan) Gerakan Filantropi di Indonesia. *Social Work Jurnal*, 6 (2), 154-272.
- Achda, T.B. (2006). The Sociological Context of Corporate Social Responsibility Development and Implementation in Indonesia. *Wiley InterScience*, 13. 300-305.
- Darmastuti, R., Atwar, B., Haryo, S.M., Eni, M. (2016). Gethok Tular, Pola Komunikasi Gerakan Sosial Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Samin di Sukolilo. *Jurnal ASPIKOM*, 3 (1), 104-118.
- Hidayatullah, Umar, Hartati, S.R., Thriwaty, A. (2016). Analisis Peta Konflik Pembangunan Pabrik PT. Semen Indonesia di Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang. *Solidarity*, 5 (1), 1-11.
- Hinson, R. & Ndhlovu, T. (2011). Conceptualising Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Social Investment: The South African Context. *Social Responsibility Journal*, 7 (September), 332-346.
- Khan, F.R., & Thomsen, P.L. (2011). CSR As Imperialism: Towards a Phenomenological Approach to CSR in the Developing World. *Journal of Change Management*, 11 (1), 73-90.
- Langsdorf, Lenore. (1994). Why Phenomenology in Communication Research?. *Human Studies*, 17, 1-8.
- Lestariningsih, D. dan Wariyatun (2015). Nduweni Ibu Pertiwi (Keeping the Motherland): Women's Agency to Resist Cement Plants in Tegaldowo and Timbrangan Villages, Rembang. *Asian Journal of Women's Studies*, 21(2), 166-179.
- Meglian, M., Yuli, N., Djudy, D. (2016). Strategi Media Relations PT Semen Indonesia (Persero) Tbk Dalam Menjaga Citra Positif Pada Kasus Proyek Pembangunan Pabrik Semen di Rembang. *Komunikatif Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5(1), 70-92.

- Nindito, Stefanus. (2005). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (1), 79-94.
- Purnama, F.Y. (2017). Samin vs Semen: the Impact of “Change.Org” Online Petition in Perspective of Laudato Si’. *Philippiniana Sacra*, LII (157), 803-814.
- Radjagukguk, S.B.T., (2016). Mengurai Perempuan dan Pembangunan (Studi Kasus Kartini Kendeng). *Gema Keadilan*, 3 (1), 64-73.
- Rosilawati, Y. & Krisna, M. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ASPIKOM*, 3 (6), 1215-1227.
- Sukoco, Iwan. (2013). Fungsi Public Relations dalam Menjalankan Aktivitas Corporate Social Responsibility. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4 (2), 188-198.

Laporan Universitas

- Mulyaningsih, Rahmatia. (2017). *Sikap masyarakat Rembang mengenai program CSR 10.500 bibit tanaman milik Semen Indonesia*. Surabaya; Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Fakultas Ilmu Komunikasi.

Internet

- Ditawari Duit Rp 1 Miliar Kepala Desa Ini Menolak (2015, September). *Tempo.co* [on-line]. Diakses pada 28 Februari dari <https://nasional.tempo.co/read/701861/ditawari-duit-rp-1-miliar-kepala-desa-ini-menolak/full&view=ok>.
- Ihsanuddin. (2017, Maret). Massa Pro Pembangunan Pabrik Semen Juga Diterima Istana. *Kompas.com* [on-line]. Diakses pada 28 Februari 2019 dari

<https://nasional.kompas.com/read/2017/03/20/21265341/massa.pro.pembangunan.pabrik.semen.juga.diterima.istana>.

- Laeis, Zuhdiar. (2017, September). Embung Tegaldowo Rembang Bantu Atasi Kekeringan. *Antaranews.com* [on-line]. Diakses pada 8 November 2019 dari <https://jateng.antaranews.com/berita/175386/embung-tegaldowo-rembang-bantu-atasi-kekeringan>
- Muslim, A.R. (2017, Maret). Peserta Aksi Semen Kaki di Depan Istana Merdeka Meninggal Dunia. *Liputan6* [on-line]. Diakses pada 28 Februari 2019 dari <https://www.liputan6.com/news/read/2893910/peserta-aksi-semen-kaki-di-depan-istana-merdeka-meninggal-dunia>.
- Mustofa, Ali. (2018, Januari). Buntut Tewasnya Dua Remaja, Warga Nekat Kuras Embung Tegaldowo. *Radarkudus* [on-line]. Diakses pada 8 November 2019 dari <https://radarkudus.jawapos.com/read/2018/01/30/44839/buntut-tewasnya-dua-remaja-warga-nekat-kuras-embung-tegaldowo>.
- Putra, Yudha M.P. (2017, Maret). Embung Tegaldowo Berpotensi Jadi Destinasi Wisata Baru. *Republika* [on-line]. Diakses pada 23 November 2019 dari <https://www.republika.co.id/berita/koran/syariahkoran/16/05/10/ga-ya-hidup/travelling/17/09/20/owklkw284-embung-tegaldowo-berpotensi-jadi-destinasi-wisata-baru>.
- Widi, Hendriyo. (2013, Maret). Tanah Air: Naga Tidur, Penjaga Keseimbangan Kendeng. *Omah Kendeng* [on-line]. Diakses pada 31 Januari 2019 dari <http://omahkendeng.org/2013-03/1322/tanah-air-naga/>.
- Yudha & Ita. (2014, Juni). Peletakan Batu Pertama Pembangunan Pabrik Semen. *Cbfmrembang.com* [on-line]. Diakses pada 31 Januari 2019 dari <http://www.arsip.cbfmrembang.com/2014/06/peletakan-batu-pertama-pembangunan.html>.
- Yunita, N.W. (2017, Maret). Cerita Warga Sekitar Pabrik Semen Rembang Tentang Demo Pro Kontra. *Detiknews* [on-line]. Diakses pada 28

Februari 2019 dari <https://news.detik.com/berita/d-3452919/cerita-warga-sekitar-pabrik-semen-rembang-tentang-demo-pro-kontra>.

[Maps.google.com](https://www.google.com/maps)

www.semengresik.com