

LAPORAN  
KULIAH KERJA LAPANGAN  
**AKTIVITAS HUBUNGAN KOMUNITAS DI PT  
BAHARI CAKRAWALA SEBUKU**



Oleh :

**Cindy Yolanda**

**130904958**

**Public Relations (Hubungan Masyarakat)**

**Dosen Pembimbing: Dr. Gregoria Arum Yudarwati**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**AKTIVITAS HUBUNGAN KOMUNITAS DI PT BAHARI CAKRAWALA  
SEBUKU**

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini ditujukan untuk melengkapi syarat kelulusan  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh:

Cindy Yolanda

130904958

Hubungan Masyarakat

Disetujui di

Yogyakarta

Dosen Pembimbing



**Dr. Gregoria Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comcn.**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini telah disetujui oleh

Dosen Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 05 Juli 2017

Tempat : Ruang Ujian 2 FISIP UAJY

Disetujui

Yogyakarta, 05 Juli 2017

Penguji I

Penguji II



FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. G. Arum Yudarwati, SIP., M.Mktg.Comcn.

Rifka A. O. Sibarani, SIP., MA.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Yolanda  
NIM : 130904958  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini, benar-benar merupakan hasil karya saya, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain, yang saya ambil sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini bukan orisinal yang saya buat dan menjiplak karya milik orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 14 Juni 2017

Yang membuat pernyataan



Cindy Yolanda

## **Kata Pengantar**

Penulis menghaturkan puji syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat dan kesempatan yang telah diberikan-Nya, maka penulis dapat mampu untuk menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini dengan baik.

Adapun Laporan KKL ini merupakan salah satu bagian dalam kurikulum yang ditetapkan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang juga merupakan syarat kelulusan Strata-1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) merupakan sebuah kesempatan yang diberikan kepada mahasiswa untuk dapat secara langsung menjalani, mengamati dan merasakan proses bekerja pada sebuah perusahaan dalam departemen tertentu dengan sebuah tugas yang sesuai dengan judul KKL yang telah diambil, sehingga diharapkan mahasiswa dapat memahami bagaimana seluruh rangkaian proses tersebut, berikut dengan kendala apa saja yang mungkin terjadi dalam sebuah implementasi pekerjaan sehari-hari beserta dengan solusi penyelesaiannya. Sehingga hal ini dapat digunakan sebagai 'bekal' bagi mahasiswa untuk keperluan setelah lulus nantinya.

Laporan KKL ini berisikan tentang data, informasi, dan gambaran menyeluruh terkait Aktivitas Hubungan Komunitas yang sudah diamati dan ditelaah di PT. Bahari Cakrawala Sebuku. Atas segala proses, di mulai dari pemilihan lokasi KKL, penyusunan proposal, hingga penyusunan Laporan KKL ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Gregoria Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comcn., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan perhatian dalam bimbingan dan arahan selama proses KKL dan penyusunan Laporan KKL.
2. Seluruh pihak dan karyawan PT. Bahari Cakrawala Sebuku, yang telah memberikan arahan, data, informasi, dan kesempatan untuk dapat merasakan proses pada lokasi *on site* PT. Bahari Cakrawala Sebuku.
3. Keluarga dan kerabat penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menjalankan KKL dan menyelesaikan Laporan KKL dengan baik, dan seluruh pihak yang memberikan dukungan dan bantuan dalam seluruh rangkaian proses KKL ini.

Pada akhirnya penulis berharap Laporan KKL ini juga dapat berguna bagi pihak manapun, sebagai bahan pembelajaran bersama di kemudian hari, oleh sebab itu pula, penulis membuka diri untuk segala saran dan kritik yang diberikan demi menyempurnakan laporan ini.

Yogyakarta, 05 Juli 2017

Penulis,



Cindy Yolanda

NPM: 130904958

## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Kuliah Kerja Lapangan.....	6
1.4 Manfaat Kuliah Kerja Lapangan.....	6
1.5 Kerangka Teori.....	7
A. Definisi Komunitas.....	7
B. Definisi Hubungan Komunitas.....	7
C. Bentuk-bentuk Aktivitas dalam Hubungan Komunitas.....	10
D. Tahapan Penyusunan Program Aktivitas Hubungan Komunitas dalam Manajemen <i>Public Relations</i> .....	14
E. Program-Program Hubungan Komunitas.....	18
F. Pihak-pihak Berpengaruh dalam Aktivitas Hubungan Komunitas.....	19

## **BAB II DESKRIPSI OBJEK KKL**

2.1 Profil PT Bahari Cakrawala Sebuku.....	21
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	23
2.3 Kebijakan Perusahaan Terkait Hubungan Komunitas.....	23
2.4 Logo Organisasi.....	25
2.5 Struktur Organisasi <i>on site</i> (Lapangan Pertambangan di PT. BCS).....	26
2.6 Departemen CGLM.....	28
2.7 <i>Job Desk</i> pada Departemen CGLM.....	29

## **BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL**

3.1 Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL (Temuan Data).....	32
A. Identifikasi Komunitas bagi PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS).....	32
B. Hubungan Komunitas bagi PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS).....	37
C. Aktivitas-Aktivitas yang Dijalankan PT. Bahari Cakrawala Sebuku terhadap Komunitasnya.....	38
D. Program-Program Hubungan Komunitas yang Dijalankan PT. Bahari Cakrawala Sebuku (CBS).....	52
3.2 Deskripsi Kerja (Partisipasi) Mahasiswa.....	58
3.3 Analisis Hasil Kuliah Kerja Lapangan.....	68
A. Analisis Definisi Komunitas.....	68
B. Analisis Hubungan Komunitas.....	70
C. Analisis Bentuk-Bentuk Aktivitas dalam Hubungan Komunitas.....	74
D. Analisis Tahapan Penyusunan Program dan Aktivitas dalam Ranah	



Hubungan Komunitas dengan Manajemen <i>Public Relations</i> .....	79
E. Analisis Program-Program Hubungan Komunitas.....	90
F. Analisis Pihak-Pihak Berpengaruh dalam Aktivitas Hubungan Komunitas dan Program Hubungan Komunitas.....	93
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
4.1 Kesimpulan.....	98
4.2 Saran.....	100
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>102</b>
<b>Lampiran</b>	

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Logo PT. BCS.....	25
Gambar 2.2 Struktur Organisasi <i>on site</i> PT. BCS.....	26
Gambar 2.3 Struktur Organisasi CGLM Department.....	29
Gambar 3.1 Program Posyandu Desa Sekupang.....	55
Gambar 3.2 Posyandu Bersama Bidan.....	56
Gambar 3.3 Posbindu dengan Tenaga Medis dari Kotabaru.....	56
Gambar 3.4 Kunjungan Lapangan Cetak Sawah (Padi).....	57
Gambar 3.5 Ibu Helda Menyampaikan Materi di Demplot.....	65
Gambar 3.6 Skema Tahapan dan Proses Aktivitas Hubungan Komunitas yang Dijalankan oleh PT. BCS.....	89
Gambar 3.7 Skema Pihak-Pihak Berpengaruh dalam Aktivitas Hubungan Komunitas oleh PT.BCS.....	97

## Daftar Lampiran

Portofolio Dokumentasi Kegiatan Departemen CGLM oleh Penulis.....105



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang bergerak dalam setiap bidang memiliki pemangku kepentingan atau *stakeholders* yang berbeda-beda tingkat peranannya. Para *stakeholders* sesuai dengan pengertiannya memiliki kepentingan yang berbeda-beda terhadap perusahaan, dan sebaliknya perusahaan pun memiliki kepentingan berbeda-beda dengan para *stakeholders* tersebut. Namun tentu kepentingan dari perusahaan terhadap para *stakeholders* tersebut adalah untuk memenuhi tujuan dan target perusahaan dengan tetap sesuai kepada visi, misi dan nilai perusahaan tersebut. Hal ini senilai dengan yang dipaparkan oleh Efferin dan Soeherman (2010, h. 219), bahwa sebuah perusahaan dapat mengembangkan usahanya jika mendapatkan 'izin' dari setiap *stakeholders*-nya. *Stakeholders* itu tentu akan memiliki peranan yang berbeda-beda, bergantung pada perusahaan tersebut bergerak pada bidang apa. Maka, perusahaan tersebut harus sangat paham tentang siapa *stakeholders* yang mereka harus fokuskan, terkait dengan peranannya dan dampaknya.

Berdasarkan penjelasan oleh Cochrane (2017, h.83), sebuah hubungan komunitas yang baik sangat akan membantu meringankan 'keterlambatan-keterlambatan' operasional yang mahal, dan membantu perusahaan untuk secara cepat melewati rintangan peraturan, selain itu kesempatan-kesempatan investor untuk melakukan investasi, selalu datang kepada perusahaan yang memiliki rekor

yang baik dalam *community*. Untuk suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan hasil bumi seperti perusahaan tambang batu bara, salah satu *stakeholders* yang sangat erat kaitannya dengan keberhasilan berdiri, berada, dan beroperasi tentunya adalah lingkungan di sekitar perusahaan tersebut. Hal ini terjadi mengingat bahwa perusahaan yang mengambil hasil bumi, harus benar-benar memahami akan bagaimana kondisi alam tempat perusahaan tersebut beroperasi serta tentunya kehidupan yang terjadi di sekitar perusahaan tersebut. Oleh sebab itu dalam rangka memahami komunitas, maka perusahaan harus paham sekali tentang isu-isu yang ada di tengah komunitas tersebut.

Waluya (2007) menyatakan bahwa komunitas tersusun atas kelompok-kelompok pemukiman di lingkungan, dan terdapat interaksi sosial yang dilakukan secara sadar dan dikenal karena tentu terdapat pula interaksi-interaksi sosial dari anggota-anggota di dalamnya. Bentuk kesadaran tersebut dapat terlihat ketika anggota-anggota masyarakat saling mengenal, menolong dan bekerja sama. Secara umum dipahami bahwa jalinan relasi yang dibangun oleh perusahaan terhadap komunitas di sekitarnya adalah sebagai cara untuk dapat beradaptasi dengan masyarakat atau komunitas tersebut, tujuannya untuk membuat masyarakat tersebut paham akan organisasi dan dapat menyerap citra baik organisasi atau perusahaan, sehingga mau untuk memerhatikan dan mendukung kegiatan operasional perusahaan, contohnya seperti memberikan izin untuk menggarap tanah dan lain sebagainya. Masyarakat dan kehidupan mereka sehari-hari harus dapat dilihat dan dipahami oleh perusahaan. Atau dengan kata lainnya

perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan masyarakat sekitar, yang kemudian dikenal dengan hubungan komunitas.

Hubungan komunitas dikatakan oleh Burke (1999) dalam praktiknya akan menjalani tiga strategi. Strategi tersebut adalah untuk membangun kepercayaan sebagai dasar atau landasan relasi antara perusahaan dan komunitas, kemudian yang kedua adalah meninjau dan memonitor isu-isu apa yang ada di sekitar kehidupan masyarakat atau komunitas tersebut, sehingga dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan fokus mereka, hingga yang ketiga, pada akhirnya dapat membuat komunitas tersebut *men-support* kegiatan dan program dari perusahaan sendiri. Artinya, latar belakang suatu perusahaan untuk menjalani suatu hubungan komunitas adalah demi membuat komunitas tersebut dapat mendukung kegiatan perusahaan bahkan hingga menjadi “pasukan” yang kuat untuk membantu perusahaan ketika mendapat suatu masalah dan krisis tertentu. Berdasarkan strategi di atas pula dapat dilihat sebuah pola yang banyak dibentuk oleh perusahaan. Dengan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat maka nantinya akan membantu perusahaan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat itu sehingga membantu mereka menutupi kebutuhannya.

Berdasarkan kebutuhan yang tidak sedikit kemudian muncul inisiatif perusahaan sebagai wujud etika dan tanggung jawab, yaitu untuk benar-benar membangun komunitas atau masyarakat yang ada di sekitar perusahaan tersebut. Hal ini yang kemudian semakin mendorong program-program dari hubungan komunitas nantinya akan mengarah kepada salah satu wujud aktivitas *corporate social responsibility* (CSR). Cochrane (2017, h.163) juga menjelaskan mengenai

bagaimana CSR sering digunakan bagi sebuah organisasi untuk dengan mudahnya menilai situasi komunitas tanpa pendalaman lebih lanjut. Dikatakan bahwa makna tanggung jawab sosial adalah ditentukan oleh masyarakat sendiri, bukan dari perusahaan pertambangan. Pada dasarnya, yang harus diperhatikan adalah proses sosial dari CSR tersebut, dari proses sosial tersebut CSR akan menunjukkan seberapa besar nilai yang terkandung dan pemahaman mengenai kepercayaan. Terlepas dari hal tersebut, semuanya akan kembali kepada bagaimana pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan komunitas tersebut. Bagaimana cara perusahaan dapat memperoleh kepercayaan dari komunitas, bahkan hingga membuat komunitas tersebut mau untuk ambil bagian atau mengikuti program-program yang diberi oleh perusahaan. Selain itu juga melihat apakah program-program yang kemudian diberikan oleh komunitas hanya dilakukan berdasarkan keinginan perusahaan belaka, atau perusahaan membangun jalur komunikasi dua arah yang baik sehingga dapat membuat perusahaan mengerti tentang apa yang harus dilakukan. *Step by step* yang dibuat oleh perusahaan, juga seluruh tantangan yang terjadi di dalamnya. Entah itu berasal dari pihak perusahaan atau pihak masyarakat, atau justru ada pihak ketiga lainnya yang juga memengaruhi proses hubungan komunitas yang terjalin. Hingga kepada *goals* seperti apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan adanya hubungan komunitas ini, seberapa penting dan jauhkah hubungan komunitas akan memengaruhi kehidupan perusahaan. Hal ini semua yang kemudian melatar belakangi pengamat untuk ingin melihat seperti apa aktivitas hubungan komunitas yang ada dan dijalankan oleh perusahaan pertambangan batu bara ini.

Perusahaan pertambangan, salah satunya adalah pertambangan batu bara, banyak menghadapi tantangan yaitu semakin berkembang dengan banyak isu yang bisa saja membahayakan keberadaan mereka. Masyarakat yang tidak menerima kehadiran tambang dan masih banyak kasus contoh konflik dalam usaha perusahaan untuk menjalin hubungan, mulai dari tanggung jawab sosial hingga pemberdayaan masyarakat (Retnaningsih, 2015). Perusahaan lebih baik harus memiliki dukungan kuat atau paling tidak pandangan yang positif dan baik dari lingkungan sekitarnya seperti masyarakat lokal. PT Bahari Cakrawala Sebuku (PT. BCS), yaitu suatu perusahaan pertambangan batu bara yang beroperasi di Pulau Sebuku, Kalimantan Selatan.

PT. BCS dipilih sebagai lokasi pengamatan karena memiliki daya tarik tersendiri, yaitu melihat seperti apa tahapan dan tantangan yang dijalani oleh perusahaan untuk membangun relasi sebagai perusahaan dimana perusahaan induknya berasal dari negara Thailand, masuk ke Kalimantan dengan memerhatikan budaya dan nilai-nilai lokasi setempat. Sehingga hasil pengamatan ini dapat dimanfaatkan untuk mempelajari cara sebuah perusahaan dalam mendekati diri dan menjalin relasi dengan komunitas, hingga pemahaman mengenai tantangan yang dialami selama proses menjalin relasi tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana aktivitas hubungan komunitas yang dijalankan oleh PT Bahari Cakrawala Sebuku?



### **1.3 Tujuan Kuliah Kerja Lapangan**

Untuk mengetahui aktivitas hubungan komunitas yang dilakukan oleh PT Bahari Cakrawala Sebuku, serta tahapan-tahapan dan proses hubungan komunitas yang dijalankan.

### **1.4 Manfaat Kuliah Kerja Lapangan**

#### **A. Manfaat Akademis**

Pengamat dapat memahami bentuk realisasi dari aktivitas hubungan komunitas dengan konsep atau teori yang berkaitan. Sehingga dapat memahami hal-hal yang akan terjadi dalam proses eksekusi program atau aktivitas terkait dengan hubungan komunitas di suatu perusahaan pertambangan batu bara. Selain itu hasil dari kuliah kerja lapangan ini kemudian dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan akademis lainnya yang memiliki korelasi dengan topik ini.

#### **B. Manfaat Praktis**

Dapat memperoleh pengetahuan nyata dan pengalaman dalam implementasi pembelajaran mengenai hubungan komunitas di perusahaan pertambangan, dengan arahan dari praktisi yang berpengalaman secara langsung. Manfaat bagi pihak perusahaan, hasil Kuliah Kerja Nyata (KKL) dapat membantu memonitor kembali tahapan dan proses aktivitas hubungan komunitas yang sudah dijalankan oleh PT Bahari Cakrawala

Sebuku, sehingga dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi dan pengembangan di tahap selanjutnya.

## 1.5 Kerangka Teori

Melihat latar belakang di atas, maka berikut kerangka teori yang akan digunakan sebagai bahan untuk menganalisa aktivitas hubungan komunitas yang dijalankan di lapangan oleh PT. Bahari Cakrawala Sebuku:

### A. Definisi Komunitas

Nasdian (2014, h.1) menyatakan bahwa,

“ Komunitas ialah suatu unit atau kesatuan sosial yang terorganisasikan dalam kelompok-kelompok dengan kepentingan bersama (*communities of common interest*), baik yang bersifat fungsional maupun yang mempunyai teritorial. Istilah *community* dapat diterjemahkan sebagai “masyarakat setempat’..., Istilah komunitas dalam batas-batas tertentu dapat menunjuk pada warga sebuah dusun, desa, kota, suku, atau bangsa.”

Lebih jauh, Nasdian juga memaparkan bahwa kriteria yang utama untuk menunjukkan suatu komunitas, adalah dengan adanya hubungan sosial dalam anggota di komunitas tersebut.

### B. Definisi Hubungan Komunitas

Beard (2001, hal. 8) menjelaskan bahwa praktik PR yang bergerak dalam suatu organisasi adalah sebagai serangkaian usaha untuk menjaga

reputasi organisasi, yang tujuan lainnya adalah membuat *stakeholders* dan publik memiliki pemahaman yang baik kepada organisasi, sehingga dapat memberikan dukungan, selain itu adalah mempengaruhi opini dan perilakunya. Hal ini yang kemudian membuat organisasi harus memiliki pendekatan yang konsisten, yang dibagi ke dalam sejumlah wilayah maupun bidang-bidang tertentu. Bidang-bidang meliputi banyak sektor. Entah itu berasal dari segi korporasi dan keuangan, pemerintah, pemasaran, internal hingga masyarakat sekitar organisasi dan masyarakat umum. Sektor-sektor ini dijalankan bergantung kepada setiap organisasi dan organisasi tersebut bergerak atau beroperasi dalam bidang tertentu. Sektor-sektor ini pun dijalankan dipengaruhi oleh bagaimana bentuk tanggung jawab yang ingin dijalankan oleh organisasi dan dipengaruhi oleh kemampuan serta sumber daya yang dimiliki oleh organisasi tersebut.

Hubungan dengan masyarakat yang ada di sekitar lokasi perusahaan atau organisasi beroperasi menjadi sangat penting. Beard (2001, hal.24) menambahkan bahwa masyarakat atau komunitas sekitar organisasi merupakan aspek yang sangat penting, terutama jika perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang bergerak mempengaruhi lingkungan serta menghasilkan suara, bau dan limbah. Menyesuaikan dengan kebutuhan sebuah organisasi akan reputasi dan dukungan dari berbagai pihak termasuk masyarakat lokal, maka hal ini yang kemudian mendasari harus adanya sebuah hubungan komunitas yang dibangun oleh perusahaan atau organisasi itu.

Oleh Sumartono (2010) dijelaskan hubungan komunitas adalah suatu cara interaksi yang dijalankan oleh perusahaan atau organisasi dengan publik yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan atau organisasi tersebut. Definisi lainnya dijelaskan oleh Burke (1999) bahwa hubungan komunitas juga merupakan suatu upaya dari perusahaan untuk membangun kepercayaan, memantau atau memonitor isu-isu terkait perusahaan di mata masyarakat lokal sebagai komunitas dan menjadi suatu *support* bagi perusahaan ketika perusahaan berada pada masa krisis atau masa dimana membutuhkan suatu dukungan dari masyarakat lokal yang hidup di sekitar perusahaan.

Hubungan komunitas merupakan unsur yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu bagaimana proses masuknya perusahaan, kondisi internal perusahaan, energi yang digunakan oleh perusahaan, bentuk-bentuk infrastruktur yang dibangun oleh perusahaan, strategi-strategi perusahaan dan nilai-nilai yang dibawa atau diangkat oleh perusahaan, hal ini dikemukakan oleh Peak (dikutip dari Baskin, Aronoff dan Lattimore, 1997, hal. 269). Dijelaskan lebih lanjut bahwa hubungan dengan masyarakat lokal sekitar perusahaan atau komunitas menjadi efektif ketika perusahaan memerhatikan dan memahami akan kemampuan sumber daya karyawan yang ada di dalam perusahaan untuk melakukan hubungan komunitas, tingkat kooperatif yang diberikan oleh masyarakat dan juga pemerintah setempat, perlindungan masyarakat dan kesempatan apa saja

yang dapat dilakukan oleh perusahaan kepada komunitas sesuai dengan kondisi finansial.

Selebihnya dikemukakan pula oleh Baskin, Aronoff dan Lattimore (1997, hal. 272) bahwa setiap jenis organisasi memiliki komunitasnya masing-masing. Komunitas yang paling sering diangkat oleh organisasi adalah masyarakat sekitar, kaum minoritas, kaum perempuan dan kaum miskin serta belum terpelajar, dimana merupakan bagian dari isu-isu penting di kehidupan sehari-hari. Hal ini yang kemudian turun ke dalam bentuk-bentuk aktivitas hubungan komunitas, yang tetap dipengaruhi oleh kondisi dan target bisnis hingga rasa tanggung jawab dan etika perusahaan.

### **C. Bentuk-bentuk Aktivitas dalam Hubungan Komunitas**

Bentuk-bentuk aktivitas sebagai turunan dari hubungan komunitas yang dijalin oleh perusahaan dan komunitasnya, menurut Beard (2001, hlm. 24) berbentuk aktivitas yang terkait dengan kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan teknologi, yaitu seperti yayasan amal, pemberian sponsor atau menjadi sponsor bagi usaha tertentu, fasilitas hidup penduduk sekitar, sekolah atau pendidikan lanjutan, dan bagian-bagian penduduk lainnya yang membutuhkan bantuan dari perusahaan atau organisasi tersebut. Hal ini yang kemudian banyak diterapkan oleh perusahaan yaitu pengembangan masyarakat. Pengembangan masyarakat dilakukan karena perusahaan tidak semata-mata memberikan fasilitas dan pelayanan atau *support* dana kepada penduduk, tetapi menjadikan penduduk tersebut menjadi tumbuh dan berkembang hingga mandiri.

Menurut Rachman, Efendi, dan Wicaksana (2011) pengembangan masyarakat seperti yang dijelaskan di atas merupakan sebagai suatu bagian integral dari pembangunan dan pembentukan masyarakat hingga bangsa. Perusahaan bertindak untuk mengembangkan masyarakat tersebut tumbuh dengan baik kehidupannya, tidak hanya itu, masyarakat tersebut perlu dikembangkan hingga dapat memahami peran dari perusahaan dalam berusaha mengembangkan masyarakat tersebut, tujuannya adalah untuk mendapat suatu apresiasi atau meningkatkan apresiasi terhadap perusahaan.

Jenis-jenis pengembangan masyarakat seperti yang dijelaskan oleh Juanda (2014) terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. *Community relations*, pengembangan masyarakat yang dilakukan menggunakan komunikasi untuk memberi pemahaman yang sama kepada masyarakat tersebut, contohnya seperti sosialisasi tentang teknologi listrik terbaru, atau sosialisasi kepada para pelajar di daerah tersebut tentang *new media*.
- b. *Community services*, pengembangan masyarakat atau hubungan komunitas yang dilakukan berdasarkan fasilitas masyarakat, seperti ketika persiapan untuk menghadapi bencana, perusahaan mengajak masyarakat lokal untuk membuat jalur evakuasi atau opsi antisipasi lainnya.
- c. *Community empowering*, yaitu pengembangan masyarakat yang dilakukan untuk menunjang kemandirian masyarakat tersebut, seperti

membuat pelatihan untuk penanaman tanaman organik, nelayan dan lain sebagainya.

Pengembangan masyarakat yang ada tidak semata-mata menyesuaikan dengan keinginan masyarakat maupun keinginan perusahaan, melainkan juga memerhatikan tentang isu-isu lingkungan, atau yang sering disebut sebagai *environmental issues*. Menurut White dan Mazur (1994, hal. 244), dalam bentuk-bentuk aktivitas hubungan komunitas yang dijalani oleh perusahaan, perusahaan dapat menggunakan *environmental issues*, atau isu-isu apa yang sedang menjadi fokus dari masyarakat tersebut. Mulai dari segi keamanan karyawan dalam perusahaan hingga perusahaan itu sendiri, tanggung jawab terhadap lingkungan, pemasaran, kondisi properti, keamanan produk dan juga isu-isu yang beredar dengan masyarakat seperti misalnya narkoba dan AIDS. Isu-isu lingkungan sekitar ini juga dapat membantu perusahaan atau organisasi untuk merancang kegiatan seperti apa yang cocok untuk diterapkan dalam kehidupan komunitas sekitar perusahaan.

Terdapat pula kriteria untuk aktivitas hubungan komunitas yang akan dibentuk atau dijalankan. Menurut Baskin, Aronoff dan Lattimore (1997, hal. 282), kriteria tersebut adalah:

- a. Menciptakan sesuatu yang dibutuhkan dan belum pernah dilaksanakan sebelumnya pada lingkungan tersebut.
- b. Menyaring dan menentukan masalah-masalah komunitas.

- c. Mengembangkan sarana untuk menentukan nasib masing-masing individu
- d. Aktivitas memperluas menggunakan sesuatu yang ada atau yang dimiliki untuk menciptakan hasil ataupun sekedar rasa percaya diri komunitas.
- e. *Sharing* hal yang dimiliki oleh perusahaan seperti fasilitas, atau orang-orang yang memiliki bakat di bidang tertentu.
- f. Memperbaiki dan mengembangkan sesuatu yang dapat digunakan oleh komunitas
- g. Memberikan pelatihan atau pengajaran kepada komunitas
- h. Mengajak pihak lain menjadi sukarelawan untuk komunitas tersebut.

Aktivitas-aktivitas tersebut secara jelas dapat disimpulkan tidak hanya muncul secara mendadak atau sesuai keinginan perusahaan dan masyarakat, namun juga melewati berbagai tahapan yang harus diikuti untuk menciptakan sebuah program atau aktivitas hubungan komunitas yang efektif, efisien dan sesuai dengan target sasaran. Pernyataan ini didukung oleh Budimanta (dikutip dari Triyono, 2014) bahwa program hubungan komunitas haruslah tersusun secara sistematis, terencana, dan penuh dengan pengarahan terhadap masyarakat untuk memperoleh kualitas yang lebih baik, sehingga perusahaan harus paham sekali dengan seperti apa target sarannya atau dalam hal ini adalah masyarakat, tujuan yang



ingin dicapai dengan adanya hubungan komunitas ini hingga analisa dari kebutuhan masyarakat itu sendiri.

#### **D. Tahapan Penyusunan Program Aktivitas Hubungan Komunitas dalam Manajemen *Public Relations***

Dalam manajemen *public relations* dijelaskan bahwa untuk menyusun suatu program terdapat lima tahap menurut Simamora (2003, hal. 323) yaitu:

##### **1. Mengumpulkan fakta atau *fact finding***

Mengumpulkan fakta lapangan merupakan bagian penting karena menjadi dasar dari terbentuknya program atau kegiatan. Riset sering digunakan sebagai sebuah cara untuk melihat bagaimana kondisi fakta yang terjadi. Beard (2001, hal. 49) menyebutkan riset merupakan suatu bentuk evaluasi berkelanjutan dari setiap peristiwa di waktu silam, riset dapat membantu perusahaan untuk mendefinisikan siapa target khalayaknya, bagaimana posisi perusahaan saat itu di mata seluruh *stakeholders* maupun secara bisnis, hingga untuk mengetahui bagaimana perspektif publik terhadap perusahaan.

Lebih spesifik kepada hubungan komunitas, *fact finding* menurut Baskin, Aronoff dan Lattimore (1997, hal.276) yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah:

- a. Melihat bentuk struktur komunitas tersebut, homogen atau heterogen; struktur kepemimpinannya formal atau informal; nilai-nilai dalam struktur tersebut; serta struktur komunikasi dan *channel* yang digunakan.
- b. Melihat hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan komunitas, hal yang menjadi masalah utama bagi komunitas; kondisi ekonomi lokal; kondisi politik lokal; dan hal yang menjadi suatu keunikan dari komunitas tersebut, misal budaya, manusia, atau alam.

Segala hal yang komunitas ketahui dan rasakan dari perusahaan atau organisasi, mulai dari organisasi dianggap paham tentang nilai-nilai aturan; hal yang dirasakan oleh komunitas dari perusahaan; ada kesalahpahaman antara komunitas dan organisasi atau tidak; dan hal yang diharapkan atau menjadi ekpetasi komunitas terhadap perusahaan dan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan.

## **2. Mendefinisikan permasalahan**

Menentukan permasalahan atau potensi permasalahan yang terjadi berdasarkan penemuan-penemuan fakta lapangan selama *fact finding*. Melihat pandangan komunitas terhadap perusahaan, dan kondisi serta posisi perusahaan yang akan mempengaruhi *feed back* dari perusahaan terhadap komunitas.

### 3. Perencanaan program

Dalam merencanakan program, hal mendasar yang digunakan sebagai landasan adalah memperhatikan hal yang menjadi tujuan atau *objectives* yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan adanya program atau kegiatan tertentu yang dibuat berdasarkan penemuan fakta (Baskin, Aronoff, & Lattimore, 1997, hal. 276). Dijelaskan pula bahwa untuk membentuk perencanaan program yang efektif dalam hubungan komunitas dapat mengikuti panduan sebagai berikut:

- a. Menspesifikasikan usaha yang akan dilakukan, berdasarkan kemampuan perusahaan, hasil *fact finding*, posisi perusahaan dan kondisi lingkungan sekitar.
- b. Menyusun strategi, hingga strategi alternatif ketika strategi utama tidak mendapatkan respon baik atau mendapat suatu kendala.
- c. Mempersiapkan diri untuk hasil atau respon dari komunitas ketika komunitas menerima dan menjalankan program yang diberikan, sehingga perusahaan dapat terus berada di kondisi stabil.
- d. Membuat program yang memiliki daya tarik tinggi sehingga dapat membantu dari segi *budgeting*.
- e. Memahami segi-segi politik yang mungkin saja dapat dibangun antara perusahaan dan komunitas.

#### 4. Aksi dan komunikasi

Aksi dan komunikasi yang dibangun tentunya dengan menggunakan strategi dan data yang dimiliki dari hasil riset atau *fact finding*. White dan Mazur (1994, hal. 94) menggambarkan bahwa aksi dan komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan harus dapat *ter-cover* dengan baik. Strategi untuk memperoleh reputasi yang baik hingga pemasaran yang baik harus selalu dikomunikasikan secara baik, urut dan terpercaya. Karena kepercayaan komunitas sangatlah penting bagi perusahaan. Hingga pada akhirnya dapat kembali memberikan dukungan bagi perusahaan atau 'pasukan' perusahaan di saat-saat krisis.

Menurut Argenti (2007, hal. 57) sebuah perusahaan dalam ranah bisnis memiliki tantangan utama yaitu membangun komunikasi yang baik dengan para *stakeholders* nya. Lebih daripada itu, komunikasi yang baik dianggap dapat menjadi langkah baik bagi perusahaan dalam tetap menjalankan dan mengembangkan perusahaan. Komunikasi yang dibangun tersebut harus sangat terencana dan berstrategi, sehingga menjadi tepat sasaran. Terutama dalam hubungan antara perusahaan dan komunitasnya, komunikasi dibangun untuk menumbuhkan stigma atau pandangan yang baik, yang kemudian menjadikan perusahaan memiliki *image* atau reputasi yang baik pula, serta membangun kepercayaan antara kedua belah pihak, kedua hal ini dianggap sebagai suatu kunci komunikasi dan hubungan yang kuat.

## 5. Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan juga berdasarkan riset, mulai dari menyebarkan kuisioner hingga wawancara dengan pihak komunitas, kemudian membandingkannya dengan target *objectives* perusahaan. Perbandingan antara *goals* dan pencapaian di lapangan, serta melihat tantangan dalam berjalannya program, hingga membentuk suatu solusi, termasuk di dalam lingkup evaluasi.

### E. Program-Program Hubungan Komunitas

Yudarwati (2004) menjelaskan bahwa terdapat suatu hubungan yang ketergantungan antara perusahaan atau organisasi dan komunitas, ketergantungan tersebut yang kemudian mendorong perusahaan untuk membuat program-program hubungan komunitas. Program hubungan komunitas tidak hanya sebagai cara untuk menyelesaikan suatu permasalahan ataupun perbaikan kehidupan seperti ekonomi, namun juga mengarah pada upaya untuk menggunakannya sebagai akses memperoleh dan memberikan informasi serta komunikasi dua arah. Aspek-aspek tersebut yang mempengaruhi bermacam-macam program hubungan komunitas. Program hubungan komunitas juga dilihat sebagai ujud tanggung jawab sosial dari perusahaan.

Tanggung jawab sosial ini menurut Parsons (2004, h. 145) adalah suatu kondisi yang alamiah. Program-program yang diberikan seharusnya tidak hanya program yang strategis, seperti hanya memberikan sponsor

maupun sumbangan. Program juga bukan hanya untuk manfaat-manfaat yang hanya membuat perusahaan menjadi populer daripada masyarakatnya. Tetapi program yang baik dan berfokus kepada masyarakat akan memberikan dampak yang baik juga bagi perusahaan. Selain itu, dalam sebuah pengembangan hubungan komunitas, dapat dikaitkan dengan karyawan, sehingga menunjang dua hubungan sekaligus dalam sebuah program, baik hubungan komunitas maupun karyawan.

#### **F. Pihak-pihak Berpengaruh dalam Aktivitas Hubungan Komunitas**

Pihak-pihak yang berpengaruh dalam hubungan komunitas dan program atau aktivitasnya menurut Beard (2001) dan Baskin, Aronoff, dan Lattimore (1997) adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan, dalam menjalani aktivitas hubungan komunitas dibutuhkan karyawan yang memahami dan memiliki kemampuan untuk menjalin komunikasi dengan komunitas setempat, tidak hanya ketika ada program, melainkan mulai dari pendekatan awal, hingga pencapaian-pencapaian yang didapat dengan perhatian dari perusahaan.
- b. Pemerintah Lokal, merupakan suatu pihak yang memiliki pengaruh kuat terhadap perusahaan dan masyarakat lokal. Salah satu strategi yang digunakan dalam hubungan komunitas juga untuk memperoleh relasi yang baik dengan pemerintah lokal, karena pada

umumnya pemerintah lokal akan menjadi *pro* dengan komunitas atau masyarakat sekitar.

- c. Lembaga Sukarelawan, lembaga ini dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan masyarakat, *volunteer* sangat sering dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan tertentu, misal sosialisasi tentang berbagai macam bidang.
- d. Lembaga Swadaya Masyarakat dan Kelompok Minoritas, merupakan pihak yang dapat membantu perusahaan yaitu dengan memberikan stimulus kepada masyarakat untuk mendukung perusahaan, tetapi bisa juga sebaliknya, yaitu menjadikan masyarakat tidak memiliki paradigma yang baik kepada perusahaan karena perusahaan dianggap tidak peka dengan apa yang terjadi di lingkungan sekitar.
- e. Masyarakat Lokal, merupakan target utama dari program aktivitas hubungan komunitas. Masyarakat lokal erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menempatkan diri atau posisi dengan benar.

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

#### 2.1 Profil PT Bahari Cakrawala Sebuku

Pertambangan Batubara PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS) merupakan sebuah pertambangan yang terletak di sebuah pulau kecil bernama Pulau Sebuku, yang berada di sebelah selatan Kalimantan. Pembangunan fisik proyek dimulai pada Juni 1997, sementara penambangan dimulai pada Desember 1997. Pada awal masa berdiri, BCS merupakan perusahaan yang termasuk pada Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN), dan bergerak dalam bidang pertambangan batu bara. Ijin diperoleh dalam Perjanjian Karya Pengusahaan Pertambangan Batubara (PKP2B), generasi kedua. Pertambangan batu bara Sebuku mempunyai dua lokasi tambang utama yaitu Kanibungan dan Tanah Putih.

Infrastruktur usaha pertambangan yang telah dibangun meliputi, pabrik pengolahan batubara, fasilitas pelabuhan, *kamp* atau fasilitas-fasilitas akomodasi bagi karyawan, kantor tambang, perbengkelan, jalan-jalan yang digunakan sebagai akses, hingga landasan pesawat terbang ringan. Operasi penambangan sendiri bergerak setelah PT. BCS telah mendapatkan izin resmi dari pemerintah pusat, pemerintah provinsi, dan pemerintah kabupaten. Termasuk dengan pemenuhan persyaratan-persyaratan teknis dari institusi-institusi terkait. Infrastruktur yang dibangun juga ditujukan kepada warga lokal di Pulau Sebuku, yang tinggal di area sekitar operasional perusahaan.



Pulau Sebuku memiliki area seluas 22.100 hektar. Topografi pulau ini terdiri dari perbukitan rendah, daratan, dan juga kawasan rawa *mangrove* pasang surut. Daerah ini memiliki sebuah kecamatan yaitu kecamatan Pulau Sebuku di bawah Kabupaten Kotabaru. Pulau ini terbagi menjadi dua kawasan yang dihuni penduduk, yaitu bagian utara dan bagian selatan.

Pada bagian utara terdapat tiga desa yaitu: Sungai Bali, Rampa dan Tanjung Mangkok. Sementara pada bagian selatan terdapat lima desa yaitu desa Serakaman, Belambus, Mandin, Kanibungan, dan Sekapung. Sebagian besar penduduk pulau Sebuku adalah suku Banjar, kemudian suku Bugis dan suku yang lainnya dengan persentase lebih sedikit. Dalam kegiatan sehari-hari penduduk menggunakan bahasa Banjar dan Bugis.

Berdasarkan kondisi letak geografis perusahaan yang berada di sekitar bagian selatan, maka perusahaan pun mengelola infrastruktur-infrastruktur terhadap lima desa yaitu Serakaman, Belambus, Mandin, dan Sekapung. Selain infrastruktur, program-program lain yang ditujukan kepada penduduk lokal ataupun melibatkan penduduk lokal tersebut juga berfokus kepada lima desa tersebut. Program-program yang ditujukan kepada masyarakat tidak terlepas dari proses pendekatan dalam menjalin relasi terhadap masyarakat tersebut, termasuk dalam menangani konflik-konflik dalam bidang ekonomi, seperti misalnya terkait pengaturan lahan di lokasi sekitar perusahaan, sehingga perusahaan berusaha untuk mengembangkan masyarakat agar dapat berkembang, juga sebagai usaha untuk meredakan konflik tersebut.

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

### Visi Perusahaan:

Menjadi perusahaan Batubara terbaik di Asia, dari segi keuntungan yang diberikan kepada seluruh *stakeholder* kami.

### Misi Perusahaan:

Memperkaya dan meningkatkan taraf hidup melalui produksi *energy* yang bertanggung jawab dan dapat diandalkan.

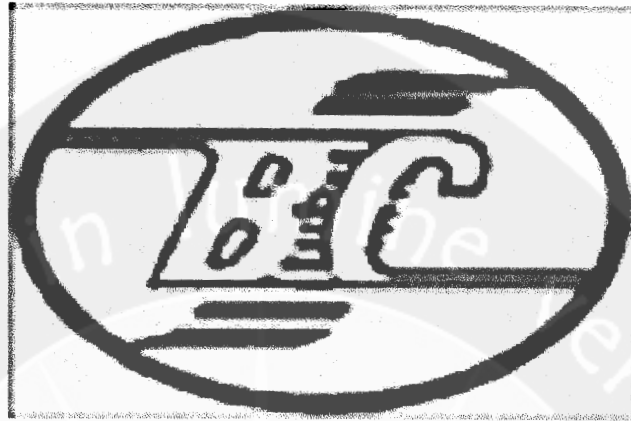
Visi dan misi dari PT. BCS ini juga dikaitkan terhadap komunitas mereka yaitu masyarakat lokal, dengan fokus yang tetap mengutamakan dalam keberhasilan produksi, namun memberikan dampaknya terhadap *stakeholders* yang salah satunya adalah komunitas. Dampak yang diberikan ini dikatakan adalah dampak positif, termasuk dalam meningkatkan taraf hidup komunitas. Secara lebih lanjut, visi dan misi perusahaan ini juga menurunkan *policy* atau kebijakan, yang digunakan sebagai salah satu panduan atau dasar dalam seluruh rangkaian sikap dan kegiatan dengan komunitas.

## 2.3 Kebijakan Perusahaan Terkait Hubungan Komunitas

Sesuai dengan penjelasan dari Ibu Helda, bahwa aktivitas hubungan komunitas dinaungi secara garis besar dalam tindakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang memiliki kebijakan atau *policy* tersendiri, berisi sebagai berikut:

- a. Segala kegiatan operasi harus juga fokus kepada meminimalisir seluruh dampak negatif, yang berefek kepada bisnis, komunitas, sosial, maupun lingkungan.
- b. Perusahaan harus memberikan teladan yang positif, termasuk dalam perjanjian dengan para pemangku kepentingan, untuk mengurangi segala konsekuensi negatif dan persoalan lokal. Perjanjian ataupun kesepakatan juga harus relevan terhadap hukum, peraturan, dan standar internasional.
- c. Perusahaan harus mempertahankan kualitas dari kehidupan komunitas dan golongan warga lainnya yang terhubung dengan operasional.
- d. Perusahaan harus menjaga praktik-praktik aktivitas CSR yang bersinergi, dan melaporkannya kepada tingkat manajemen pusat, yang akan mempertimbangkan tingkat usaha yang telah dilakukan.
- e. Perusahaan akan memberikan kesadaran CSR dan memberitahukan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, di antara seluruh manajemen, karyawan, dan kontraktor. Pihak-pihak tersebut sebaliknya, harus memberikan dukungan dan bantuan dalam implementasi dari kebijakan CSR ini.

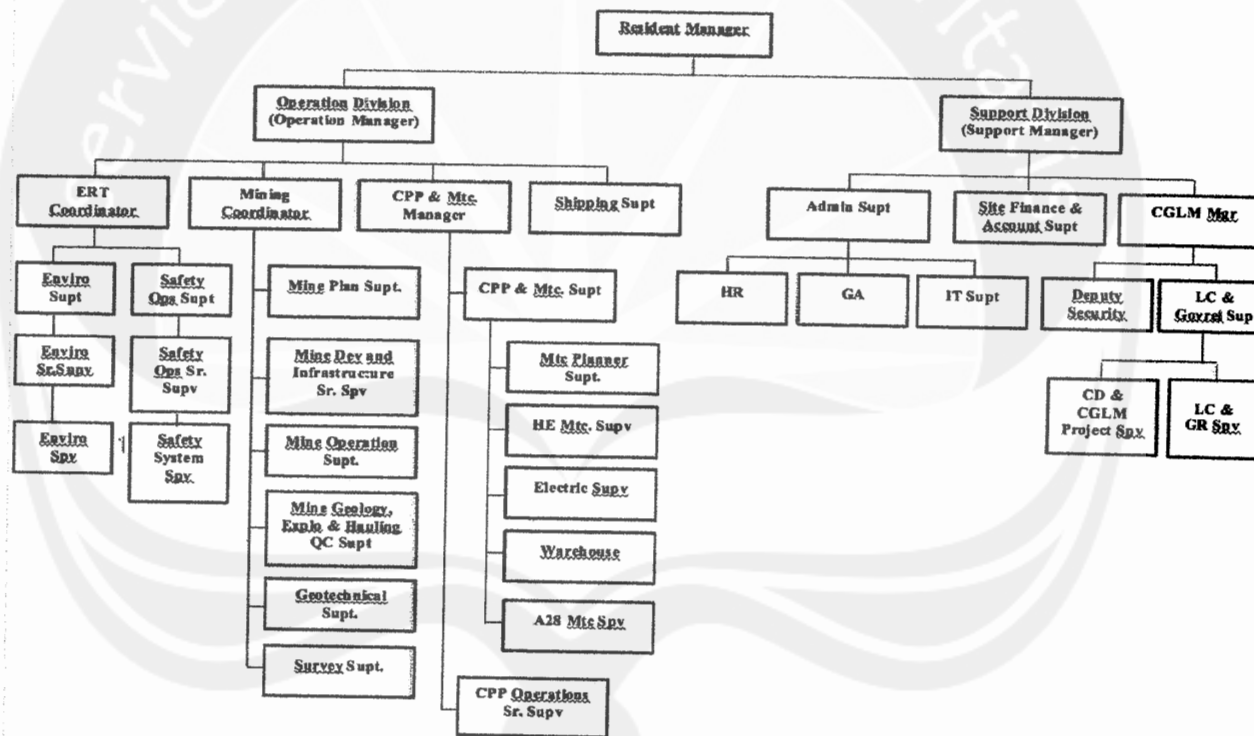
## 2.4 Logo Organisasi



Gambar 2.1 Logo PT BCS

Logo organisasi ini berwarna hitam dan putih untuk melambangkan perusahaan yang sederhana namun selalu tepat sasaran dan memenuhi *goal* yang ditetapkan setiap tahunnya. Selain itu memberikan lambang dengan inisial nama perusahaan yaitu PT Bahari Cakrawala Sebuku, yang kemudian disingkat menjadi BCS. Nama perusahaan tersebut dalam logo ini berada dalam lingkaran, yang memiliki makna dan harapan agar perusahaan dapat terus bergerak dan berkembang tanpa akhir, seperti lingkaran yang tidak memiliki ujung atau akhir. *Goal* dan harapan tersebut adalah berdasarkan visi dan misi yang memiliki aspek utama yaitu operasional dan bisnis, serta seluruh *stakeholders* meliputi komunitas, pemerintah, media, investor, karyawan dan lainnya.

## 2.5 Struktur Organisasi *on site* (Lapangan Pertambangan di PT. BCS)



Gambar 2.2 Struktur Organisasi *On Site* PT. BCS

Struktur organisasi tersebut merupakan struktur organisasi yang ada pada *on site* atau lapangan dalam daerah di dekat lokasi penambangan di Pulau Sebuk. Dalam struktur tersebut dapat dilihat bahwa pada *onsite* perusahaan ini dipimpin oleh *Resident Manager*, yang juga menjadi penghubung antara kondisi yang terjadi serta pihak-pihak yang ada pada *site* dengan manajemen *office* yang berada di Jakarta. *Resident Manager* juga berwenang dalam mengatur segala hal dan bertanggung jawab terhadap seluruh aspek mulai dari operasional hingga relasi di dalam *site*. Selanjutnya adalah dibagi ke dalam dua divisi besar yang dianggap paling penting pada proses penambangan. Dua divisi tersebut adalah *Operation Division* dan *Support Division*.

*Operation Manager* merupakan pemimpin dari *operation division* yang mengelola segala persoalan operasi penambangan, maka di dalamnya terbagi menjadi berbagai bagian seperti, *enviro* atau bagian yang mengurus mengenai dampak lingkungan dari operasi penambangan. Selanjutnya adalah bagian keamanan dan keselamatan operasi, perencanaan penambangan, infrastruktur penambangan, *mine geology*, dan *survey*, kemudian bagian khusus operasi penambangan dan pengolahan batu bara, hingga bagian distribusi produk dari penambangan tersebut.

Selain *operation division*, terdapat pula *support division* yang dipimpin oleh *support manager*. Divisi ini mengelola segala hal terkait dengan relasi yang difokuskan kepada komunitas yang merupakan masyarakat lokal, pemerintah lokal, hingga karyawan-karyawan. Maka bagian yang terdapat dalam divisi ini meliputi HRD, IT, dan CGLM. CGLM atau *Community, Government, Land Management Department*, menyangkut pada beberapa bagian yaitu komunitas, karyawan lokal, dan pemerintah. Penulis dalam masa Kuliah Kerja Lapangan berada pada bagian CGLM *Department* yang menjalankan tugas-tugas terkait hubungan komunitas. Perusahaan ini tidak memiliki divisi khusus *public relations* namun menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara

perusahaan dan *stakeholders* yang salah satunya adalah komunitas. Departemen tersebut akan dibahas lebih mendalam pada sub-bab selanjutnya.

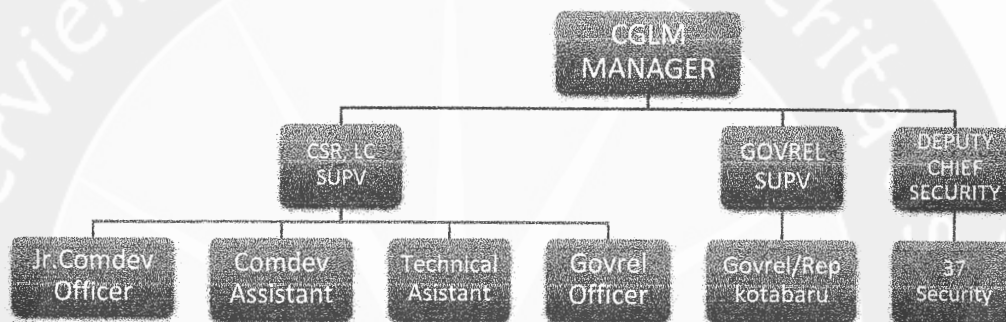
## 2.6 Departemen CGLM

*Community, Government, Land Management Department* atau Departemen CGLM merupakan sebuah departemen yang dibentuk dalam perusahaan ini untuk mengelola beberapa *stakeholders* yang dianggap menjadi bagian yang sama pentingnya dengan aspek produksi tambang. Seiring dengan perjalanan tambang ini, berdasarkan tinjauan kembali secara terus menerus, dapat dilihat dan disimpulkan bahwa perusahaan menyadari bahwa dibutuhkan suatu departemen khusus untuk mengelola relasi dengan komunitas, pemerintah dan beberapa bagian karyawan yang juga terlibat dalam pembangunan relasi dengan komunitas dan membantu perusahaan agar dapat menjalankan operasi penambangan, produksi hingga distribusi dengan dukungan para *stakeholders* tersebut.

Para pemangku kepentingan tersebut digabung menjadi satu departemen karena dianggap memiliki dampak atau keterkaitan erat satu sama lain, dan perusahaan ingin memberikan fokus yang sama pada departemen ini karena sangat memengaruhi aktivitas perusahaan sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara dengan *CGLM Manager*, dikatakan bahwa pemberian nama menjadi CGLM, karena perusahaan memang hanya ingin benar-benar fokus terhadap aspek-aspek tersebut, sehingga departemen ini diberi nama, tugas dan tanggung jawab untuk mengatur, membangun dan

memelihara relasi yang sangat baik dengan komunitas, pemerintah maupun karyawan.

Penulis menjalankan Kuliah Kerja Lapangan berada di bawah bimbingan langsung dari CSR, LC *Supervisor* yang menjalankan segala aktivitas langsung dengan komunitas atau warga lokal Pulau Sebuku.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi CGLM Department

## 2.7 Job Desk pada Departemen CGLM

*Community, Government, Land Management Department* atau Departemen CGLM dipimpin oleh *CGLM Manager*, yang membawahi tiga bagian yaitu *CSR, LC Supervisor*, *Govrel Supervisor*, dan *Deputy Chief Security*, yang akan dilihat pada pembahasan berikut ini:

- a. *CSR, LC Supervisor* merupakan bagian yang memiliki tugas utama untuk bertanggung jawab terhadap aktivitas apapun terkait dengan komunitas, terutama dalam konteks untuk



menjalin relasi dan sebagai tindakan CSR dari perusahaan, oleh sebab itu bagian ini membawahi beberapa bagian yang menjalankan tugas secara lebih rinci, dimulai dari: Jr. Comdev Officer yang bertugas sebagai pihak yang mengurus administrasi, terkait dengan program-program yang ada; Comdev Assistant yang mengurus secara lebih rinci mengenai pengembangan masyarakat, karena pengembangan masyarakat merupakan bagian yang juga diutamakan oleh perusahaan; Techincal Assistant, yang juga membantu dalam seluruh aktivitas dengan komunitas secara teknis; dan *Govrel Officer* sebagai admin utama yang mengurus segala perjanjian pertemuan dan kerja sama dengan pemerintah lokal.

- b. Selanjutnya adalah bagian Govrel Supervisor yang bertugas penuh dalam seluruh aktivitas terkait hubungan pemerintah, beserta seluruh perjanjian, dan aktivitas yang terhubung dengan komunitas perusahaan, oleh sebab itu membawahi bagian Govrel untuk pemerintah lokal Kotabaru.
- c. Deputy Chief Security, adalah bagian yang bertugas untuk mengelola seluruh *security* yang akan bertugas di seluruh area tambang dan perbatasan dengan pemukiman warga. *Security* tersebut juga berasal dari beberapa warga lokal, yang kemudian direkrut untuk terlibat dalam aktivitas perusahaan, salah satunya sebagai *security*. Oleh sebab itu bagian ini

bertugas untuk memantau dan mengelola *security-security* tersebut.

Ketiga bagian ini menjalani *job desk* yang dianggap oleh perusahaan saling berhubungan dan memiliki keterkaitan, terutama dalam implementasi aktivitas hubungan komunitas, misalnya pada pemerintah yang juga dapat memberikan *support* atau ambil bagian dalam program, maupun untuk menghindari program dengan jenis yang sama. Begitu juga dengan *security* yang berasal dari warga lokal, sebagai salah satu upaya untuk melibatkan dan menjalin komunikasi serta relasi antara warga dan perusahaan, oleh sebab itu ketiga hal ini dianggap memiliki nilai yang berkaitan, sehingga masuk ke dalam satu departemen yaitu Departemen CGLM.

## BAB III

### HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA

#### LAPANGAN

##### 3.1 Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL (Temuan Data)

Pada bab ini penulis akan memaparkan dan menjelaskan mengenai data-data dan informasi yang penulis temukan selama menjalani proses Kuliah Kerja Lapangan di PT BCS, yang dijalankan sejak 01 Maret 2017 sampai dengan 24 Maret 2017, atau selama 24 hari kerja *on site* yaitu berada di lokasi pertambangan. Data dan informasi yang ditemukan berasal dari hasil wawancara yang dilakukan kepada Hedayanti selaku LC & CSR Supervisor dan Arpiah selaku Jr. Comdev Officer. Pendapatan data dan informasi juga diperoleh dari dokumentasi, arsip data, hasil penelitian terdahulu, dan penjelasan-penjelasan dari karyawan lainnya mengenai data-data yang terkait dengan aktivitas hubungan komunitas di perusahaan ini.

##### A. Identifikasi Komunitas bagi PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS)

PT. BCS menilai bahwa komunitas merupakan *stakeholders* yang memiliki peran dan dampak yang sangat besar bagi perusahaan. Konsep komunitas yang ada dalam perusahaan ini diartikan sebagai penduduk lokal yang tinggal di sekitar operasi penambangan dengan jarak-jarak yang ditentukan oleh perusahaan. Konsep komunitas ini dilandasi oleh realitas yang dijalankan oleh PT. BCS sebagai perusahaan tambang yang kegiatan

operasionalnya sangat bergantung dan berdampak kepada sumber daya alam (batubara) dan lingkungan.

Lingkungan tersebut tentunya juga dimiliki oleh warga lokal. Seperti yang dijelaskan pada bagian profil perusahaan, bahwa sebelum perusahaan tersebut ada, lokasi bagian selatan pulau Sebuku sudah dihuni oleh penduduk lokal. Oleh sebab itu Ibu Helda menjelaskan, bagi PT BCS menganggap bahwa penduduk atau warga lokal tersebut memegang peranan penting, karena aktivitas operasional akan memberikan dampak kepada warga, baik itu secara positif maupun negatif, selain itu respon warga terhadap aktivitas perusahaan juga akan memiliki dampak yang besar terhadap jalannya operasional penambangan.

Lebih lanjut, dikatakan juga bahwa untuk menjadikan warga lokal ini menjadi bagian yang harus diperhatikan oleh perusahaan maka warga lokal tersebut dipersatukan ke dalam bagian *stakeholders* perusahaan, yaitu sebagai komunitas. Ibu Helda menceritakan bahwa, fokus perusahaan hanya terhadap komunitas tersebut, sesuai dengan yang mereka maknai. Untuk pihak-pihak lainnya seperti Lembaga Swadaya Masyarakat atau LSM, tidak ditemukan dalam lokasi ini. Hanya terdapat warga lokal secara utuh yang di dalamnya memiliki berbagai macam kelompok, seperti kelompok agama, kelompok seni dan budaya, dan kelompok lainnya.

Terdapat juga orang-orang 'vokal', yaitu orang-orang yang memiliki tingkat kritis yang lebih dari warga lainnya, sehingga sering mendatangi

perusahaan, untuk mengungkapkan aspirasi dan keinginan mereka. Orang-orang 'vokal' ini berada pada setiap desa, dengan karakter yang berbeda-beda. Namun secara utuh perusahaan tetap menganggap hal tersebut menjadi satu dalam konteks komunitas. Perbedaan hanya terjadi dalam strategi yang ada pada program hubungan komunitas.

Menetapkan warga sekitar menjadi salah satu pemangku kepentingan juga dilandaskan kepada berbagai pengalaman yang dihadapi oleh perusahaan terkait dengan sistem operasional hingga lahan sekitar yang sering menjadi sebuah permasalahan. Terutama dalam perihal pembebasan lahan, warga merasa mereka sebagai warga lokal, yang memiliki lahan tersebut, meskipun secara hukum tidak selalu demikian. Oleh sebab itu perusahaan juga melihat bahwa perusahaan harus benar-benar menjalin relasi yang baik untuk menghindari konflik, termasuk dalam membangun perekonomian warga dari setiap desa.

Berdasarkan data perusahaan, terdapat delapan desa yang ada di dalam kecamatan Pulau Sebuku, yaitu desa Sungai Bali, desa Rampa, desa Tj. Mangkok, desa Serakaman, desa Belambus, desa Mandin, desa Kanibungan, dan desa Sekapung. Lima desa diantaranya yaitu desa Serakaman, Belambus, Mandin, Kanibungan dan Sekapung, merupakan desa binaan PT. BCS, karena kelima desa ini berada di wilayah yang dekat dengan wilayah operasional pertambangan PT. BCS. Oleh sebab itu, mengikuti Peraturan Menteri Pertambangan dan Energi tahun 2012 mengenai indikator penambangan batubara sistem terbuka, maka

perusahaan menggunakan patokan radius 500 m (jarak) dengan  $\leq 500$  m adalah ring 1 dan  $> 500$  m adalah ring 2, menjadi patokan dalam memerhatikan kondisi sosial masyarakat di wilayah tersebut, terkait dengan dampak operasional perusahaan terhadap masyarakat dalam radius itu.

Warga lokal seperti yang dijelaskan sebelumnya dengan wilayah yang dekat dengan operasional pertambangan masuk ke dalam desa binaan perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Desa binaan ini yang juga menjadi atau disebut dengan komunitas atau sebagai *stakeholder* dari PT. BCS. Lima desa binaan tersebut kemudian dipetakan sesuai dengan data yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menjadi salah satu patokan dalam program dan aktivitas lainnya, profil lima desa tersebut dengan beberapa hasil pemetaan dari PT. BCS, adalah sebagai berikut:

### Profil Desa Binaan PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS)

<i>Nama Desa</i>	Jumlah Penduduk	Mata Pencaharian Penduduk	Karakteristik Wilayah	Suku dan Agama Penduduk	Permasalahan Utama Penduduk	Gambaran Relasi PT. BCS dengan Penduduk
<i>Sekapung</i>	409 Kepala Keluarga (1.475 jiwa: 797 jiwa laki-laki dan 678 jiwa perempuan)	Nelayan	Pesisir pantai	Islam dan terdiri dari suku bugis dan banjar	Listrik dan air	Harmonis. Terdapat 48% pekerja di PT. BCS dan 33% di bagian kontraktor berasal dari desa Sekapung.
<i>Kanibungan</i>	220 Kepala Keluarga (651 jiwa: 326 jiwa laki-laki dan 325 jiwa perempuan)	Petani karet dan kebun lada, serta nelayan	Dataran rendah	Islam dan terdiri dari suku banjar, jawa dan bugis	Infrastruktur seperti listrik, jalan dan sarana kesehatan	Baik. Terdapat 9% bekerja di kontraktor dan 15% di PT. BCS
<i>Mandin</i>	188 Kepala Keluarga (590 jiwa: 289 jiwa laki-laki dan 301 jiwa perempuan)	Petani karet, nelayan, kebun dan usaha kayu	Dataran rendah dan pegunungan	Islam dan terdiri dari suku banjar dan bugis	Infrastruktur listrik dan jalan, konflik lahan.	Baik. Terdapat 14% bekerja di kontraktor dan 13% bekerja di PT. BCS
<i>Belambus</i>	104 Kepala Keluarga (342 jiwa: 174 jiwa laki-laki dan 169 jiwa perempuan)	Petani karet, kebun lada, usaha kayu dan nelayan	Dataran rendah dan pegunungan	Islam dan terdiri dari suku banjar	Listrik	Baik. Terdapat 4% bekerja di kontraktor dan 8% di PT. BCS
<i>Serakaman</i>	201 Kepala Keluarga (819 jiwa: 402 jiwa laki-laki dan 417 jiwa perempuan)	Nelayan, petani karet, kebun lada, dan usaha kayu	Dataran rendah dan pinggir anak sungai	Islam dan terdiri dari suku banjar	Listrik dan jalan, serta relokasi	Baik. Terdapat 6% bekerja di PT. BCS dan 9% bekerja di kontraktor

Tabel 3.1 Pemetaan Desa Binaan PT. BCS

Sumber : Data Perusahaan

## **B. Hubungan Komunitas bagi PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS)**

Melalui makna komunitas yang digunakan oleh PT. BCS tersebut, maka bagi perusahaan ini, hubungan yang terjalin dengan komunitas dapat dikatakan sebagai hubungan yang secara langsung tidak langsung dan sadar tidak sadar, pasti akan terjalin antara kedua belah pihak. Tentunya PT. BCS mengharapkan hubungan yang terjalin adalah hubungan yang positif. Pada intinya, hubungan komunitas dianggap sebagai hubungan yang harus secara baik tercipta, bertujuan, dan memiliki perkembangan antara perusahaan dengan komunitas. Komunitas dianggap memiliki andil yang sangat besar yang berpengaruh dalam jalannya operasional sehari-hari di lokasi pertambangan Pulau Sebuku tersebut.

Mengembangkan komunitas berarti akan membantu mengembangkan dan menjaga keutuhan perusahaan. Menjalin relasi dan kepercayaan yang baik, serta membantu melayani dan menyediakan fasilitas umum bagi komunitas yaitu warga, berarti menjaga agar perusahaan dapat beroperasi dengan aman, sesuai dengan izin, tidak merugikan warga dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, hal tersebut yang menjadi definisi dari hubungan komunitas di PT. BCS ini. PT. BCS sejak mula sangat menyadari bahwa sisi positif yang dapat perusahaan bagi kepada warga lokal adalah, dengan adanya perusahaan di Pulau Sebuku tersebut, maka akan memberikan dampak perubahan yang ditargetkan



akan menjadi sangat signifikan bagi warga lokal di Pulau Sebuku ini. Dengan hadirnya perusahaan maka terbukalah keterisolasian pulau tersebut dan memberikan efek besar dalam kehidupan masyarakat baik secara ekonomi, pendidikan dan hal-hal lainnya.

PT. BCS dengan melakukan pemetaan adalah sebagai salah satu upaya untuk melakukan pendekatan dengan warga, termasuk dengan menjalin hubungan dengan warga atau komunitas mereka. Sehingga dalam pemetaan ini, hasilnya diharapkan perusahaan pada saat itu dapat mengenal dengan baik siapa komunitas nya dan memiliki data-data mendasar, yang seterusnya akan mengarah kepada aktivitas-aktivitas yang dijalankan oleh PT. BCS terhadap komunitasnya.

### **C. Aktivitas-Aktivitas yang Dijalankan PT. Bahari Cakrawala Sebuku terhadap Komunitasnya**

Pemahaman yang digunakan oleh perusahaan tentang warga lokal sebagai komunitas , juga memengaruhi bentuk-bentuk aktivitas hubungan komunitas yang dijalankan oleh PT. BCS ini. PT. BCS memiliki beberapa aktivitas yang didasari dalam beberapa aspek yaitu aktivitas dalam rangka membangun pola komunikasi, aktivitas dalam membangun pengembangan masyarakat dan aktivitas pembangunan infrastruktur. Ibu Helda menyatakan bahwa terdapat dua bagian besar dalam aktivitas, yaitu aktivitas pendekatan dan pendalaman kepada warga, dan aktivitas yang berada penuh dalam program-program hubungan komunitas.

Pada aktivitas pendekatan dan pendalaman kepada warga atau komunitas, terdapat aktivitas membangun pola komunikasi. Perusahaan melakukan pendekatan dengan warga atau komunitas, dengan menggunakan bahasa daerah yang sehari-hari digunakan oleh warga tersebut. Perusahaan menyediakan karyawan yang juga dapat berbahasa lokal dengan lancar untuk menghindari resiko adanya batasan secara komunikasi antara warga dengan perusahaan. Kegiatan komunikasi sering dilakukan dalam setiap kunjungan lapangan sehari-hari, perusahaan menghadiri berbagai acara maupun pertemuan yang diadakan oleh desa maupun oleh perusahaan dan komunikasi-komunikasi tidak tatap muka lainnya, seperti via surat permohonan, proposal, pemberitahuan, undangan dan lainnya.

Pendekatan dan pendalaman kepada komunitas, seiring berjalannya waktu dan banyaknya kegiatan juga membuat departemen CGLM memiliki strategi komunikasi, terutama untuk melancarkan aksi program maupun menjaga relasi. Ibu Helda menjelaskan bahwa departemen CGLM lebih fokus dalam hubungan dan komunikasi yang sudah ada sebelumnya yang diciptakan dan dijaga sehari-hari, sehingga dalam melakukan aksi suatu program misalnya, hanya diciptakan daya tarik agar warga datang untuk mengikuti program tersebut. Departemen CGLM, selalu menyiapkan strategi-strategi pendekatan yang dirasa sesuai untuk warga. Ibu Helda menyatakan bahwa selama ini masyarakat lokal sangat mementingkan bukti nyata dan hasil dari keberhasilan program, sehingga

ketika melihat program tersebut berjalan dengan baik dan memberi hasil yang baik, maka mereka akan mau untuk ikut serta. Oleh sebab itu perusahaan juga menggunakan karyawan lokal untuk memberikan contoh dan bukti nyata kepada warga yang lain.

Relasi dan komunikasi yang telah terjalin dalam kehidupan sehari-hari, memudahkan tim Departemen CGLM, dalam upaya melakukan komunikasi di ranah program-program. Dengan ujud nyata atau bukti nyata dari tujuan positif program pun, warga selanjutnya menjadi paham dan mau untuk mengikuti setiap program-program yang kemudian hadir. Strategi komunikasi yang digunakan juga menggunakan aspek atau hal-hal penting yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari warga, misalnya untuk program pentingnya penanaman sayur untuk membantu meringankan sakit penyakit bagi warga dengan umur produktif ke atas. Maka pendekatan dan pendalaman komunitas dilakukan dengan tujuan untuk selalu mempertahankan dan mengembangkan relasi antara perusahaan dan komunitas ke arah lebih baik, dan juga memiliki dampak pada aktivitas-aktivitas dalam program hubungan komunitas.

Sementara itu, aktivitas-aktivitas dalam program hubungan komunitas dikatakan meliputi aktivitas dalam pengembangan masyarakat dan aktivitas pembangunan infrastruktur. Perusahaan memanfaatkan hasil pendekatan secara komunikasi sehingga dapat mengetahui apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh warga, juga melihat prospek pertumbuhan desa di masa mendatang. Pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh

PT.BCS ini adalah *community development* dengan fokus kepada bidang ekonomi seperti pertanian. Contoh aktivitas nya adalah memberikan pelatihan dan pemantauan dalam pengembangan cetak sawah dan panen yang dilakukan oleh masyarakat. Selain itu memberikan pendidikan-pendidikan tambahan dalam pengelolaan ekonomi kepada karyawan lokal yang bekerja di bidang *community development* tersebut.

Aktivitas dalam ranah pembangunan infrastruktur adalah aktivitas yang berisikan rangkaian pemantauan akan kebutuhan warga, membangun fasilitas atau infrastruktur tersebut dan proses membantu pemeliharannya. Secara menyeluruh aktivitas hubungan komunitas terbagi dalam aktivitas-aktivitas CSR yang terbagi atas program reguler dan program berkelanjutan. Program reguler adalah aktivitas yang dilakukan sehari-hari dalam bentuk dukungan untuk bidang sosial budaya, infrastruktur, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan insidentil. Sementara program berkelanjutan berisikan aktivitas pengembangan masyarakat dalam aktivitas pertanian terpadu dan pengembangan ekonomi. Segala aktivitas ini dijalankan dalam keseharian, dimulai dari aktivitas yang terjadi sebagai membangun relasi dan berkomunikasi sehari-hari, karena lingkup pemukiman warga lokal salah satu desa yaitu Sekapung, sangat dekat dengan lokasi perusahaan, sehingga memungkinkan banyak karyawan untuk bertemu dengan warga di jalan dan lainnya, hingga kepada aktivitas dalam ranah program-program yang juga dibuat untuk hubungan

komunitas, akan dijelaskan dalam sub-bab selanjutnya mengenai tahapan penyusunan program dengan berbagai aktivitas di dalamnya.

Sebagian besar dalam aktivitas-aktivitas di atas, merupakan implementasi dari berjalannya suatu kegiatan atau program-program yang dijalankan oleh departemen CGLM. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Helda selaku LC & CSR Supervisor, dikatakan bahwa perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas hubungan komunitas, yang kemudian menghasilkan program-program, adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengumpulan Informasi dan Pencarian Fakta

Perusahaan melakukan pencarian fakta atau pengumpulan data dengan melakukan pendekatan langsung kepada warga, tokoh-tokoh warga serta menggunakan karyawan lokal. Pendekatan kepada warga dilakukan untuk menjaga relasi yang baik dan dapat secara langsung mengoreksi informasi-informasi yang didapatkan oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga menggunakan tokoh-tokoh warga dan aparat desa sebagai pihak yang dapat membantu perusahaan melihat sisi objektif dari apa yang sedang terjadi di tengah masyarakat. Kemudian penggunaan karyawan lokal adalah sebagai sumber informasi sekaligus sarana penyebar informasi yang diharapkan perusahaan dapat membuat relasi menjadi lebih dekat dan tentunya membantu perusahaan mengetahui apa saja permasalahan yang ada di tengah masyarakat.

Pengumpulan fakta disampaikan oleh Ibu Helda, memiliki banyak sumber. Sumber tersebut berasal dari berbagai kalangan warga lokal yang ditemui maupun menemui perusahaan. Warga sendiri sudah mengenal dengan baik karyawan-karyawan yang ada pada Departemen CGLM, sehingga mereka pun pada umumnya langsung menemui karyawan-karyawan tersebut untuk menyampaikan suatu hal. Hal ini terjadi lebih kepada aktivitas sehari-hari yang juga masih dapat ditangani oleh tim Departemen CGLM.

Aktivitas pengumpulan atau pencarian fakta, dilakukan oleh tim Departemen CGLM dalam berbagai macam kesempatan. Secara umum, akan dilakukan kunjungan lapangan, misalnya seperti kunjungan lapangan ke lahan pertanian dengan bertemu para petani, mengunjungi aktivitas masyarakat seperti posyandu dan posbindu untuk melihat secara langsung aktivitas tersebut dan berkomunikasi dengan warga. Mengikuti pertemuan yang diadakan oleh aparat desa, seperti rapat RT atau kelurahan, hingga musyawarah perencanaan dan pembangunan (MUSRENBANG) desa. Pada setiap pertemuan tersebut, akan ada informasi-informasi yang masuk ke dalam tim CGLM, sehingga dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di tengah warga, permasalahan apa, dan informasi tambahan lainnya.

Tidak hanya sebatas menemui warga, terdapat juga orang 'vokal' seperti yang telah dijelaskan dalam profil PT. BCS pada bab sebelumnya, yang pada beberapa kesempatan mendatangi tim CGLM untuk menyampaikan informasi-informasi terkait suatu hal yang sedang terjadi di sekitar warga. Pencarian fakta juga dilakukan dengan mendatangi karyawan-karyawan lokal. Karyawan-karyawan lokal ini dalam berbagai kesempatan sering mendapatkan program-program dari perusahaan, pertemuan dalam program ini juga dimanfaatkan untuk mencari informasi dengan melakukan tanya jawab atau wawancara dengan karyawan lokal tersebut. Maka dalam tahap pencarian fakta, tim Departemen CGLM, lebih fokus terhadap proses berkomunikasi dan wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait dalam komunitas untuk mendapatkan berbagai informasi yang akan kembali dibandingkan dan diuji untuk mendapatkan fakta yang sesungguhnya.

Maka pihak-pihak yang sangat besar peranannya dalam mempengaruhi pengumpulan informasi dan usaha perusahaan dalam mendapatkan fakta adalah:

a. Warga Lokal (Komunitas PT. BCS)

Warga lokal yang menjadi komunitas bagi PT. BCS ini tentu merupakan pihak yang sangat dianggap berpengaruh dalam setiap aktivitas atau program-program yang dibuat oleh perusahaan terkait dengan hubungan komunitas. Tanpa

partisipasi dan respon dari warga lokal, program-program tersebut tentu tidak dapat berjalan. Lebih sederhana lagi perusahaan menganggap ketika warga lokal menutup diri dan perusahaan tidak mampu untuk menjalin relasi dan komunikasi, atau mencari tahu tentang informasi-informasi penting, maka segala aspek dalam membentuk suatu kegiatan untuk komunitas, serta operasi penambangan akan terhalang, warga pun tidak akan berkembang.

b. Pihak-pihak vokal dari warga lokal

Ibu Helda menjelaskan bahwa setiap desa memiliki orang vokal tersendiri dengan berbeda-beda karakter maupun suku budaya. Orang vokal tersebut tentu memiliki efek terhadap warga lainnya, oleh sebab itu segala jenis aktivitas hubungan komunitas yang akan dilakukan oleh perusahaan, pasti akan disesuaikan juga dengan karakter dari orang vokal yang ada. Orang vokal dianggap dapat digunakan sebagai perantara yang baik antara perusahaan dengan warga, namun tentunya dengan berbagai pertimbangan dari manajemen perusahaan. Ibu Helda juga mengakui bahwa perusahaan sering menambah sumber informasi menggunakan orang vokal, agar dapat semakin memahami suatu persoalan dengan berbagai macam sudut pandang.



c. Pemerintah Lokal

Perusahaan sangat menjalin hubungan dengan pemerintah lokal setempat, pemerintah lokal digunakan sebagai sarana membantu perusahaan untuk menjalankan kegiatan yang aman dan terkendali, juga membantu perusahaan dalam program-program yang ingin dibuat. Pemerintah lokal sering melakukan kunjungan lapangan langsung ke pemukiman warga atau setiap desa, untuk melihat keadaan desa tersebut, yang artinya pemerintah juga dikatakan oleh perusahaan, memiliki informasi atau pengetahuan terkait komunitas. Selain itu juga melakukan pertemuan rutin dengan perusahaan untuk menjalin relasi dan komunikasi, termasuk dalam sistem dukungan atau *support* program yang bisa dilakukan secara kolaborasi antara perusahaan dan pemerintah.

d. Karyawan Lokal

PT. BCS memiliki karyawan lokal. Karyawan lokal ini merupakan warga lokal Pulau Sebuku yang dianggap mampu untuk ikut serta menjadi karyawan di perusahaan. Contohnya adalah menjadi bagian dalam divisi keamanan yaitu menjadi *security*, hal ini sangat membantu perusahaan, terutama dalam pendekatan perusahaan dengan warga, selain itu

karyawan lokal juga digunakan sebagai sarana informasi bagi perusahaan maupun penyebaran informasi dari perusahaan kepada warga. Pendekatan-pendekatan dengan warga sering menggunakan karyawan lokal untuk memberikan gambaran kepada warga lainnya, termasuk menjadi daya tarik sebuah program.

## 2. Memetakan Permasalahan

Setelah melalui pencarian fakta tersebut. Departemen CGLM mengaku akan melakukan pemetaan masalah dan menentukan mana yang menjadi prioritas dan mana yang tidak perlu untuk dilakukan oleh perusahaan. Kemudian akan di-*follow up* kepada manajemen untuk persetujuan tingkat lanjut. Pendefinisian masalah ini akan dilakukan dengan menimbang banyak faktor yang dianggap perusahaan dapat berdampak kepada perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai landasan program yang akan dibentuk, agar tepat sasaran.

Pemetaan masalah adalah aktivitas yang dilakukan setelah mendapatkan berbagai macam fakta terkait berbagai macam hal, misalnya seperti kurangnya persentase kehadiran dari POSYANDU, terdapat beberapa kalangan dari warga yang tidak memiliki pekerjaan, sehingga melakukan tindakan yang mengganggu aktivitas operasional seperti demo dan menutup jalan, dan berbagai macam masalah lainnya. Seluruhnya dipetakan

dengan menimbang berbagai macam aspek yaitu tingkat prioritas dengan melihat permasalahan yang paling berdampak bagi perusahaan, melihat karakteristik warga dengan menggunakan pemetaan sosial (*social mapping*) yang telah ada, melihat orang 'vokal' yang ada pada desa tersebut, dan lainnya.

Setelah melakukan pemetaan secara terperinci, hal ini kemudian dibahas ke dalam manajemen atas, yang berada di lokasi penambangan. Selanjutnya manajemen akan menyerahkan kembali kepada tim Departemen CGLM, untuk meninjau solusi yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan, mulai dari dengan adanya program baru dalam ranah hubungan komunitas, hingga menggunakan kembali pertemuan-pertemuan dengan warga untuk menyelesaikan kesalah-pahaman dan konflik ringan yang sedikit waktu terjadi.

### 3. Perencanaan dan Pembuatan Program

Perencanaan program dilakukan oleh Departemen CGLM dengan berdasarkan permasalahan yang sudah ditetapkan dan dipetakan. Selain itu dalam perencanaan program, perusahaan akan melibatkan perusahaan lainnya yang juga berada di lokasi tersebut juga pemerintah. Hal ini untuk mengurangi program-program yang menjadi sama dan akhirnya membuat ketimpangan. Sehingga antara program PT. BCS dengan program perusahaan lain serta

program pemerintah diharapkan tidak terbentur dan dapat saling terkoneksi sehingga menjadi program-program yang maksimal.

Banyak aktivitas dalam rangka mengsinergikan program-program dengan perusahaan lain dan pemerintah. Misalnya ketika akan melakukan program sosialisasi kesehatan bagi warga desa, program ini kemungkinan besar juga akan dibentuk oleh perusahaan lain yang berada di lokasi tersebut, seperti untuk PT. BCS yang menggandeng perusahaan sebagai kontraktor yaitu PAMA, yang juga memiliki fokus terhadap program kepada masyarakat, maka Departemen CGLM dari PT. BCS dikatakan oleh Ibu Arpiah selaku *Junior Community Development Officer* akan mengadakan pertemuan dengan perusahaan tersebut, untuk mensinergikan program-program agar tidak menjadi tumpang tindih, sebaliknya kedua belah pihak dapat bekerja sama untuk mengimplementasikan program dengan berbagi tugas. Hal tersebut juga berlaku jika dalam program dapat bekerja sama dengan pemerintah lokal.

Maka, perencanaan program juga melibatkan pihak lain seperti perusahaan lain dan pemerintah lokal tersebut, dalam upaya untuk menentukan bentuk dukungan yang bisa diberikan sehingga program menjadi berjalan dengan maksimal. Contohnya nyata lainnya seperti program kesehatan, PT. BCS akan menyediakan sumber daya manusia sebagai dokter atau bidan, kemudian

pemerintah akan membantu dalam bentuk obat atau makanan bernutrisi.

#### 4. *Monitoring* dan Evaluasi

PT. BCS juga melakukan *monitoring* dan evaluasi terkait jalannya program aktivitas hubungan komunitas ini. Sistem *monitoring* yang dijalankan adalah dengan selalu memantau langsung segala kegiatan yang berjalan dan mendokumentasikan serta memerhatikan tingkat kehadiran peserta dari komunitas, sehingga kunjungan lapangan ke setiap ladang atau sawah, kebun, acara-acara desa, *comdev*, kegiatan di demplot dan berbagai kegiatan lainnya, dilihat berdasarkan kunjungan lapangan atau ikut serta secara langsung dalam kegiatan tersebut. Kegiatan evaluasi yang dijalankan adalah dengan mencari tahu kepada karyawan lokal tentang apa pandangan warga terhadap program-program tersebut. Selain itu dalam setiap program juga perusahaan menggunakan daftar hadir untuk memantau tingkat ketertarikan masyarakat terhadap program. PT. BCS juga melakukan kunjungan-kunjungan lapangan langsung dan menggunakan komunikasi langsung untuk melihat apa yang menjadi kendala dalam program.

Hasil komunikasi tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi dalam jalannya program, sudah sesuai dengan *goal* dari program, atau belum tercapai secara maksimal. Hasil evaluasi juga biasanya

dapat menghasilkan program baru, agar menjadi lebih tepat guna bagi warga.

Secara lebih urut Ibu Helda juga menjelaskan tentang mekanisme sebuah program yang berisikan banyak aktivitas, yang digunakan oleh PT. BCS, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Program didasarkan atau dilandasi oleh visi dan misi PT. BCS, kebijakan atau *policy* dari *Corporate Social Responsibility* (CSR), penetapan *budget* CSR, hingga konsep-konsep CSR.
2. Selanjutnya adalah *planning* atau perencanaan, jika program insidental, maka akan menghubungi para *stakeholders*, sedangkan untuk program lainnya, akan didasarkan pada potensi wilayah, proposal masyarakat, *social mapping* dan MUSRENBANG (Desa dan Kabupaten). Kemudian akan masuk ke dalam proposal program prioritas, masuk ke dalam daftar usulan progra, kemudian akan dibahas dengan perusahaan lain dan pemerintah untuk mensinergikan program, verifikasi program, lalu pengajuan program CSR.
3. Implementasi program selanjutnya terbagi ke dalam beberapa jenis program, rutin, berkelanjutan dan insidental, dengan pelaksana yaitu tim CGLM, warga lokal dan pemerintah jika diperlukan.
4. Lalu pada tahap *monitoring* dan evaluasi, tim departemen CGLM akan mempersiapkan laporan hasil pelaksanaan, diserahkan kepada manajemen perusahaan dan pemerintah, melakukan refleksi dan

rencana berikutnya dalam *monitoring* dan evaluasi bersama, siklus ini berlaku secara terus menerus.

#### **D. Program-Program Hubungan Komunitas yang Dijalankan oleh PT.**

##### **Bahari Cakrawala Sebuku (BCS)**

Setelah menjelaskan mengenai aktivitas yang dijalankan oleh PT. BCS kepada komunitas, baik secara pendekatan maupun aktivitas dalam implementasi program, maka berikut merupakan program-program hubungan komunitas yang dimiliki dan dijalankan oleh PT. BCS, yang juga melewati tahap penyusunan dan perencanaan program seperti penjelasan pada sub-bab sebelumnya. Program-program tersebut terbagi ke dalam program rutin, program berkelanjutan dan program insidental.

##### **1. Program Rutin**

Program rutin yang dijalankan oleh perusahaan kepada komunitas atau warga lokal adalah meliputi bidang keagamaan, sosial budaya dan program infrastruktur fasilitas umum (jalan dan bangunan). Program bidang keagamaan adalah perusahaan ikut serta sebagai tamu dan juga sebagai sponsor dalam kegiatan-kegiatan keagamaan yang dijalankan warga, seperti hari-hari besar keagamaan, sarana ibadah, kelompok keagamaan, paket sembako, pesantren kilat, dan safari ramadan. Program tersebut dijalankan dengan tujuan untuk membangun relasi yang lebih dekat dengan warga hingga kepada aksi

untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap warga lokal tersebut.

Program sosial budaya, adalah program yang menempatkan perusahaan sebagai sponsor, tamu, hingga penyelenggara acara-acara sosial dan budaya, meliputi pesta budaya, lomba melukis, kegiatan sosial bantuan untuk warga tidak mampu, peringatan hari-hari besar nasional, dan acara *selamatan* atau syukuran kampung. Sama halnya dengan program keagamaan, ikut serta dan juga menciptakan program ini adalah sebagai wujud pendekatan diri perusahaan kepada warga lokal, termasuk dengan kehidupan sosial dan budaya, sehingga perusahaan walaupun berasal dari internasional, namun ikut masuk ke dalam kehidupan berbudaya, sehingga lebih mudah mendekati diri dengan warga tersebut.

Program rutin lainnya adalah memantau, memperbaiki maupun menciptakan infrastruktur fasilitas umum, dimulai dari jalan umum, bangunan-bangunan di desa, hingga pembangunan parit/saluran untuk sawah-sawah di beberapa desa. Pembangunan ini menjadi program rutin karena memiliki peranan penting terhadap keseharian warga, dan sesuai dengan kebutuhan warga tersebut. Melalui keutuhan infrastruktur yang baik, maka akan meningkatkan produktifitas warga.

## 2. Program Berkelanjutan

Ibu Helda menyatakan bahwa program berkelanjutan adalah program yang tetap dijalankan secara rutin seperti program rutin,



namun dengan dampak dan tujuan yang telah diprediksikan oleh perusahaan dapat memiliki nilai yang berkelanjutan. Program-program tersebut adalah program pendidikan, program kesehatan dan program pengembangan ekonomi serta pengembangan masyarakat. Program pendidikan secara rutin sangat diperhatikan oleh perusahaan. PT. BCS menyediakan bantuan pendidikan dalam beberapa bentuk yaitu pembangunan fasilitas sekolah SD, SMP, sampai SMA, yang memiliki bentuk bangunan kurang layak. Bantuan juga diberikan dalam bantuan dana rutin, menyediakan tenaga pengajar, buku dan alat tulis serta peralatan administrasi sekolah. PT. BCS juga membuat program magang bagi warga lokal, untuk dapat menerima pendidikan dan kursus tambahan serta ilmu juga dalam ranah bisnis di perusahaan.

Peningkatan dari segi pendidikan dianggap oleh PT. BCS harus mengikutsertakan warga, agar warga juga memiliki peranan dalam proyek, dan meningkatkan kualitas hidup di masa mendatang. Selain itu pada masa mendatang pendidikan dianggap oleh perusahaan merupakan peninggalan yang akan sangat berpengaruh terutama bagi generasi penerus dalam desa-desa ini, agar mampu untuk mengembangkan desanya.

Program kesehatan masyarakat juga dianggap sangat penting untuk diwujudkan. Program ini dilakukan dengan sangat rutin, mulai dari POSYANDU, POSBINDU lansia, layanan kesehatan dan membangun infrastruktur seperti Pusat Kesehatan Masyarakat

(PUSKESMAS). Menjadi program yang berkelanjutan karena perusahaan menganggap ketika warga lokal sudah terdidik dan teredukasi tentang kesehatan, maka dalam jangka waktu yang akan datang akan membuat standar hidup warga dari bidang kesehatan pun akan tetap terjaga secara baik.



Gambar 3.1 Program POSYANDU Desa Sekapung

Sumber: Dokumentasi Penulis

PT. BCS mengawali segala program kesehatan dengan terlebih dahulu mendatangkan ahli-ahli dalam bidang kesehatan untuk melakukan survey dan observasi bagaimana kondisi awal terkait kesehatan pada masyarakat di Pulau Sebuku ini. Kemudian menghasilkan prioritas yang ingin dibantu oleh PT. BCS untuk warga, yaitu Posyandu dan Posbindu (Lansia), serta bantuan sosialisasi tentang kesehatan lainnya. Program ini dilakukan secara rutin yaitu

satu kali dalam sebulan di masing-masing desa, dengan tujuan yang berkelanjutan bagi dalam bidang kesehatan warga.



Gambar 3.2 Posyandu Bersama Bidan

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 3.3 Posbindu dengan Tenaga Medis dari Kotabaru

Sumber: Dokumentasi Penulis

Program berkesinambungan lainnya adalah program pengembangan ekonomi yang juga menyangkut pada program pengembangan masyarakat. Program pengembangan ekonomi meliputi pengolahan tanaman aren menjadi gula merah, pengembangan komoditi yang memiliki potensi pasar dan nilai ekonomi lebih, meliputi : lada, semangka, kerupuk ikan, buah naga, padi, ternak ayam, dan *support* jaringan pemasaran. Dengan program pengembangan ekonomi yang memanfaatkan kondisi sumber daya alam sekitar, perusahaan juga menyiapkan sumber daya manusia dari warga lokal tersebut, agar dapat teredukasi dengan baik dan mampu menjalankan program pengembangan ekonomi secara lebih independen atau mandiri di masa mendatang. Oleh sebab itu dalam program *community development* atau pengembangan komunitas, terdapat lahan khusus dengan fasilitas-fasilitas pengajaran.



Gambar 3.4 Kunjungan Lapangan Cetak Sawah (Padi)

Sumber: Dokumentasi Penulis

### 3. Program Insidentil

Merupakan program yang dilakukan atau dijalankan ketika terdapat suatu peristiwa meliputi konflik besar, hingga bencana alam, yang kemudian dijalankan perusahaan dalam program berbentuk pertemuan-pertemuan antara perusahaan dengan komunitas, hingga mengadakan *workshop* jika diperlukan, untuk mengatasi permasalahan tertentu.

#### 3.2 Deskripsi Kerja (Partisipasi) Mahasiswa

Sub bab ini berisi pemaparan penulis mengenai aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan dijalani selama melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Bahari Cakrawala Sebuku. Proses Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilakukan sejak tanggal 01 Maret 2017, sampai dengan 24 Maret 2017, dengan total setiap hari adalah hari kerja *on site* atau berada di lapangan dekat operasional penambangan, selama 24 hari. Aktivitas dan kegiatan penulis selama menjalankan KKL adalah sebagai berikut:

a. Minggu ke-1 (Rabu, 01 Maret 2017 – Minggu, 05 Maret 2017)

Pada hari Rabu, 01 Maret 2017, penulis tiba di lokasi PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS) pada pukul 10.30 WITA, setelah tiba di lokasi, penulis kemudian diantarkan ke bagian *camp* karyawan. *Camp* karyawan adalah tempat tinggal para karyawan yang dibuat pada satu lokasi berdekatan, dengan perbedaan area untuk laki-laki dan perempuan, termasuk area sesuai dengan jabatan dalam

---

perusahaan. Setelah itu penulis diajak untuk makan siang di *mess* atau tempat makan siang seluruh karyawan, hingga pukul 12.00 WITA. Setelah makan siang, penulis kembali ke *camp* karyawan dan diberikan informasi-informasi umum dalam jenis berpakaian, waktu kerja, dan gambaran aktivitas secara umum, oleh Ibu Helda, selaku CSR, LC *Supervisor* di PT. BCS.

Waktu kerja yang dijalankan di PT. BCS adalah dimulai pada pukul 07.00 sampai dengan 17.00 WITA, dengan waktu istirahat makan siang adalah dari pukul 12.00 sampai dengan 13.30 WITA, hal ini berlaku untuk hari Senin sampai hari Sabtu, sementara hari Minggu juga merupakan hari kerja dengan waktu mulai 07.00 sampai dengan 12.00 WITA saja. Selanjutnya, setelah mendapatkan informasi-informasi umum mengenai beberapa aspek dari Ibu Helda, pada pukul 13.00 WITA, kami berangkat ke kantor. Setiba di kantor, penulis kemudian mendapatkan arahan dan sosialisasi singkat mengenai *safety* atau keamanan saat berada di lapangan, *environment*, dan juga area serta lingkungan kawasan-kawasan apa saja di perusahaan. Pukul 15.00 WITA, penulis mendapatkan sosialisasi dan pengetahuan mengenai peraturan di perusahaan dan pengenalan tempat-tempat produksi serta olah produksi, melalui HRD.

Pada Kamis, 02 Maret 2017, pukul 07.00 WITA penulis sudah berada di kantor, di ruangan Departemen CGLM. Setiap pagi karyawan harus menyiapkan atau mengoreksi *daily report* (laporan

harian) mereka, sehingga dapat mengingat target yang harus dicapai tiap minggunya. Penulis menunggu karyawan termasuk pembimbing lapangan untuk melakukan tugas-tugas pagi tersebut, hingga pukul 09.00 WITA, pembimbing lapangan menemui penulis kemudian mengajak penulis untuk melakukan perkenalan diri pada Departemen CGLM, dan seluruh bagian lain di kantor. Penulis berkeliling kantor dengan memperkenalkan diri, lalu kembali pada ruangan Departemen CGLM. Pada ruangan tersebut, dijelaskan oleh Ibu Helda mengenai program-program *community* di perusahaan. Setelah istirahat siang, yaitu mulai pukul 13.30 WITA, penulis kembali ke kantor, dan diberikan pembelajaran mengenai *CGLM Department*. Pembelajaran tersebut adalah mempelajari data-data dan rekap laporan yang sudah ada sejak tahun-tahun yang lalu.

Jumat, 03 Maret 2017, dimulai dari pagi hari pukul 07.00 WITA, penulis diberikan pembelajaran kembali mengenai informasi seluruh desa, yaitu desa Serakaman, Belambus, Mandin, Kanibungan dan Sekapung. Pembelajaran tersebut mulai dari latar belakang desa, hingga profil dan karakteristik setiap desa. Selanjutnya setelah istirahat siang, penulis kembali ke kantor, dan pada pukul 15.30 WITA, pembimbing lapangan beserta penulis mengunjungi desa Sekapung. Desa yang paling dekat berada di sekitar wilayah operasional perusahaan sehari-hari. Kunjungan tersebut dengan

melihat beberapa lahan pertanian, hingga beberapa pemukiman dan bangunan yang ada di desa tersebut.

Pada Sabtu pagi, tanggal 04 Maret 2017, mulai pukul 07.00 WITA penulis sudah berada di kantor, dan diberitahu akan ikut dalam kegiatan pengukuran pipa untuk irigasi kelompok tani cetak sawah, di desa Sekapung. Pukul 09.00 WITA, tim dari Departemen CGLM, berangkat. Pengukuran berlangsung hingga pukul 12.30 WITA, setelah hal itu tim ke *mess* untuk makan siang, kemudian kembali ke kantor pada pukul 13.35 WITA. Di kantor, penulis kembali mempelajari mengenai profil desa dengan perubahan pembangunan ekonomi desa setiap tahunnya. Pukul 16.00 WITA penulis dan beberapa karyawan dalam departemen CGLM, kembali melakukan kunjungan dua sawah di desa Sekapung, dan juga bertemu beberapa warga yang merupakan petani di sawah tersebut.

Minggu, 05 Maret 2017, pukul 07.00 WITA, setelah *morning briefing*, pada pukul 08.00 WITA, penulis ikut serta dengan tim CGLM dalam kunjungan dan pantauan ke desa-desa. Mulai pukul 08.00 WITA, sampai dengan 09.30 WITA, mengunjungi desa Serakaman, Belambus dan Mandin. Kemudian dilanjutkan pukul 10.00 WITA sampai dengan 12.00 WITA ke desa Kanibungan dan Sekapung.



b. Minggu ke-2 (Senin, 06 Maret 2017 – Minggu, 12 Maret 2017)

Pada hari Senin, 06 Maret 2017, penulis berada di kantor pukul 07.00 WITA, kemudian diberikan arahan dan pengetahuan tentang kegiatan POSYANDU, yang dilakukan secara rutin di setiap desa. Pukul 09.30 sampai dengan 12.00 WITA, penulis diminta untuk ikut dalam tim membantu *monitoring* dan dokumentasi kegiatan POSYANDU di desa Serakaman. Lalu dilanjutkan pukul 14.00 sampai dengan 16.00 WITA, *monitoring* kegiatan POSYANDU di desa Belambus. Selasa, 07 Maret 2017, dimulai dari pukul 08.00 sampai dengan 11.00 WITA, penulis ikut serta dengan tim CGLM, dalam pertemuan koordinasi dengan kelompok tani Sekapung, yang membahas masa panen yang sudah dekat. Penulis ditugaskan untuk membantu *monitoring* atau ikut mengamati pemaparan warga. Setelah itu kembali ke kantor, dan hingga pukul 17.00 WITA, diberikan *annual report* PT. BCS untuk diamati dan dipelajari.

Rabu, 08 Maret 2017, penulis berada di kantor dengan mengikuti *briefing* dari pukul 07.30 sampai dengan 08.00 mengenai Demplot atau *Demonstration Plot*. Tempat untuk melakukan kegiatan pengajaran kepada warga maupun karyawan lokal dalam ranah *community development*. Tiba di Demplot pada pukul 09.00 WITA dan melakukan perkenalan karyawan lokal maupun *staff* perusahaan, hingga pukul 16.30 WITA, berada di sana untuk mempelajari bagian-bagian lokasi pelatihan, pencapaian pelatihan dan kelengkapan

infrastruktur. Pada keesokan harinya, 09 Maret 2017, penulis kembali datang ke Demplot dengan tugas *monitoring* kegiatan karyawan lokal di Demplot, dan melakukan wawancara tanya jawab mengenai segala program yang terjadi di Demplot, dan pembangunan Demplot dari tahun ke tahun.

Jumat, 10 Maret 2017, penulis berada dikantor sejak pukul 07.00 WITA, seperti hari-hari sebelumnya, kemudian ikut dengan tim untuk *monitoring* kegiatan POSYANDU di desa Kanibungan. Selanjutnya pada pukul 14.00 WITA, melakukan *monitoring* hasil padi daerah sawah Sekapung. Sabtu, 11 Maret 2017, pada pukul 08.30 WITA terdapat beberapa aparat keamanan pemerintah lokal, yang mengunjungi kantor, dengan agenda akan melakukan kunjungan ke desa-desa, sehingga pada pukul 10.00 WITA, kemudian dilanjutkan pukul 14.00 WITA, penulis, Ibu Helda dan aparat keamanan tersebut melakukan *monitoring* desa bersama-sama. Lalu pada Minggu, 12 Maret 2017, sejak pukul 07.00 WITA sampai dengan pukul 12.00 WITA, penulis diminta untuk menganalisis data terkait *social mapping* yang sudah ada, dan melakukan penyesuaian dengan kondisi perusahaan, bersama dengan tim CSR.

c. Minggu ke-3 (Senin, 13 Maret 2017 – Minggu, 19 Maret 2017)

Senin, 13 Maret 2017, mulai pukul 08.00 WITA, penulis diminta untuk membantu Ibu Arpiah dalam mempersiapkan *meeting*

antara PAMA dan PT. BCS untuk pukul 10.00 WITA, persiapan yang dilakukan adalah mempersiapkan ruangan yang sebelumnya dipakai untuk *teleconference*. Selain itu menghubungi pihak PAMA, untuk koordinasi waktu dan perihal yang akan dibahas. Pukul 10.00 WITA, penulis juga diajak untuk ikut dalam *meeting*, *meeting* tersebut adalah membahas persiapan perpisahan antara PAMA selaku perusahaan kontraktor, dengan warga lokal. Pukul 12.00 sampai 13.30 WITA makan siang bersama. Selanjutnya mulai pukul 14.00 WITA, penulis membantu Ibu Helda dalam menyusun materi yang akan disampaikan dan diajarkan kepada karyawan-karyawan lokal di Demplot.

Pada hari Selasa, 14 Maret 2017, penulis mengikuti pertemuan dan diskusi kembali dengan petani bersama Ibu Helda, terkait dengan kualitas padi yang akan di panen. Selanjutnya pada hari Rabu, 15 Maret 2017, pada pukul 07.00 sampai dengan 12.00 WITA berada di kantor untuk mempelajari beberapa temuan data, hasil dokumentasi dan rekap laporan-laporan program, lalu pada pukul 15.00 WITA ikut bersama tim untuk *monitoring* kegiatan pemeriksaan kesehatan masyarakat di Desa Mandin.

Selanjutnya Kamis, 16 Maret 2017, penulis bersama dengan Ibu Helda dan Ibu Arpia datang ke Demplot untuk *monitoring* kegiatan karyawan dalam melihat beberapa perkembangan tanaman atau tumbuhan seperti buah naga, nanas, dan lainnya dari pukul 08.30 WITA sampai dengan 12.00 WITA, setelah istirahat makan siang, Ibu

Helda memberikan materi kepada karyawan lokal, yaitu sosialisasi analisa dan manajemen usaha terutama dalam bidang pertanian, dengan penulis ditugaskan untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut.



Gambar 3.5 Ibu Helda Menyampaikan Materi di Demplot

Sumber: Dokumentasi Penulis

Jumat, 17 Maret 2017, pada pukul 08.00 sampai 11.00 WITA, penulis ikut serta dalam tim untuk melakukan pertemuan koordinasi dengan pihak kecamatan Pulau Sebuku, pertemuan ini membahas hal-hal yang sedang terjadi di sekitar lingkup warga lokal, yang penting untuk diketahui oleh perusahaan. Selanjutnya penulis kembali ke kantor untuk membantu merekap beberapa kegiatan program komunitas pada *weekly report*. Sabtu pagi, 18 Maret 2017, penulis dan Ibu Arpiah melakukan persiapan kegiatan POSBINDU Lansia, dengan

menghubungi akomodasi dari dokter yang membantu layanan kesehatan ini, kemudian pada pukul 15.00 WITA program POSBINDU berlangsung dan penulis ditugaskan kembali untuk melakukan *monitoring* serta dokumentasi.

Pada hari Minggu, 19 Maret 2017, pukul 07.30 WITA, penulis dan tim CGLM berangkat untuk melakukan kunjungan ke Puskesmas yang sudah difasilitasi oleh perusahaan, Puskesmas ini dijaga oleh seorang Bidan yang 24 jam bersiaga jika diperlukan oleh warga desa Sekapung. Kemudian pukul 11.00 kembali ke kantor dan melakukan wawancara kepada beberapa pihak di Departemen CGLM dalam melengkapi data yang dibutuhkan oleh Penulis.

d. Minggu ke-4 (Senin, 20 Maret 2017 – Jum'at, 24 Maret 2017)

Senin, 20 Maret 2017, penulis berada di kantor sejak pukul 07.00 sampai dengan pukul 10.00 WITA untuk ikut dalam *morning briefing* serta *refresh* target yang akan dicapai dalam minggu ini. Setelah itu penulis ikut dengan Ibu Helda untuk menjadi perwakilan dari PT. BCS, dalam acara perpisahan yang diselenggarakan oleh PAMA, dengan aparat desa dan perwakilan-perwakilan warga. Pada Selasa, 21 Maret 2017, dimulai dari pagi hari hingga sore hari, penulis ikut dalam *monitoring* dengan tim CGLM, untuk melihat hasil panen padi di dua desa yaitu desa Sekapung dan desa Kanibungan. Pemantauan ini dilakukan untuk melihat apakah hasil panen bagus

atau tidak, termasuk mencari tahu kendala apa saja yang dihadapi dalam panen kali ini, karena program cetak sawah dan pertanian adalah berasal dari perusahaan.

Rabu, 22 Maret 2017, pada pukul 07.00 hingga 12.00 WITA, penulis melakukan pengamatan-pengamatan terhadap rangkaian-rangkaian program, termasuk perubahan-perubahan yang terjadi dan perkembangan program dari laporan yang dimiliki oleh tim CGLM. Pada pukul 14.00 WITA membantu persiapan *meeting* antara Departemen CGLM, manajemen dan kepolisian lokal, penulis juga ikut serta dalam *meeting* tersebut. *Meeting* membahas bentuk-bentuk program yang sedang berlangsung, dan sistem keamanan serta kegiatan setelah PAMA tidak lagi berada di Pulau Sebuku.

Penulis bersama dengan Departemen CGLM, melakukan diskusi bersama, terkait program-program berjalan serta poin-poin permasalahan saat itu untuk kebutuhan *monthly report*, diskusi ini berlangsung pada Kamis 23 Maret 2017, mulai pukul 08.00 sampai 11.00 WITA. Setelah jam makan siang, penulis mendapat kesempatan juga untuk melakukan wawancara dengan bagian *enviro* atau bagian yang bertanggung jawab dalam memerhatikan lingkungan.

Di hari terakhir, yaitu Jum'at 24 Maret 2017, pukul 07.30 sampai dengan 09.00, penulis diminta untuk ikut tim CGLM dan mendokumentasikan kegiatan POSBINDU lansia yang diadakan di desa Serakaman. Lalu kembali ke kantor, untuk mengurus beberapa

kebutuhan administrasi yang dibutuhkan oleh penulis seperti surat keterangan magang, form penilaian, dan lainnya. Kemudian penulis berangkat pulang dari Pulau Sebuku pada pukul 12.00 WITA.

### **3.3 Analisis Hasil Kuliah Kerja Lapangan**

#### **A. Analisis Definisi Komunitas**

Komunitas dikatakan oleh Nasdian (2014, h.1) adalah sebuah perkumpulan yang terstruktur atau terbentuk dengan memiliki sebuah kepentingan yang bersama. Komunitas pun sering diartikan untuk menunjukkan perkumpulan warga, yaitu desa, kota, suku dan seterusnya. PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS), melalui wawancara dengan Ibu Helda, menyatakan bahwa komunitas dalam pandangan mereka adalah warga lokal di desa-desa yang berada di sekitar operasional pertambangan. Hal ini antara terjadi secara sengaja dilakukan oleh perusahaan, atau memang merupakan 'penempatan' yang 'alamiah'.

PT. BCS secara mendalam tidak menjelaskan baik secara hasil wawancara maupun hasil olah data, bahwa perusahaan menggunakan warga lokal sebagai komunitas dengan alasan dilakukan secara sengaja, atau secara alamiah dan otomatis, terjadi karena komunitas tersebut berada dalam area yang berdekatan dengan operasional pertambangan PT. BCS. Secara menyeluruh, dapat diperhatikan bahwa makna komunitas memang terjadi secara alamiah dan juga di sengaja.

Warga berada disekitar area operasional, terbagi dalam beberapa desa, yang kemudian diartikan sebagai kumpulan kelompok. Adapun orang-orang vokal yang juga memiliki peranan, tetap masuk ke dalam kelompok komunitas sebagai warga lokal. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) tidak ditemukan pada daerah ini juga karena daerah ini merupakan wilayah murni terdiri dari warga-warga lokal saja. Perusahaan memiliki rasa tanggung jawab terhadap kelompok-kelompok tersebut karena perusahaan merupakan pihak yang datang dan mengelola lokasi tersebut.

Rasa tanggung jawab tersebut, mendorong perusahaan untuk menetapkan warga lokal tersebut menjadi suatu komunitas. Komunitas tersebut yang kemudian menjadi salah satu *stakeholders* dari PT. BCS. *Stakeholders* ini dikatakan juga oleh Efferin dan Soeherman (2010, h. 219), merupakan pihak yang berpengaruh dalam jalannya usaha dari perusahaan. Tingkat besar atau kecilnya peranan dari *stakeholders* tersebut, ditentukan oleh perusahaan tersebut.

PT. BCS menganggap bahwa warga lokal memiliki dampak yang sangat besar dalam usaha operasional pertambangan, oleh sebab itu perusahaan menjadikan warga lokal tersebut menjadi komunitas, sehingga dapat masuk ke dalam kelompok *stakeholders*. Artinya adalah dengan pemahaman perusahaan bahwa *stakeholders* tersebut penting, maka perusahaan akan berfokus untuk menjalin relasi dengan *stakeholders* tersebut, yang dalam pembahasan ini adalah komunitas.



Pemahaman komunitas dan penggunaan warga lokal menjadi komunitas oleh PT. BCS inipun bukan merupakan hal yang keliru, karena warga lokal juga dapat diartikan sebagai suatu komunitas, terlebih warga-warga lokal tersebut berada dalam desa-desa, yang memiliki strukturnya sendiri, dan tentu memiliki karakter, tujuan dan fokus yang sama. Meskipun tidak dapat secara pasti dinyatakan bahwa pengelompokan warga lokal tersebut menjadi komunitas dilakukan secara teoritis atau berdasarkan suatu kondisi yang alamiah, yang secara sadar tidak sadar, mau tidak mau digunakan oleh perusahaan.

#### **B. Analisis Hubungan Komunitas**

Hubungan dengan *stakeholders* memiliki keterkaitan dengan reputasi dan usaha perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Beard (2001) bahwa hubungan dengan *stakeholders* memberikan dampak terhadap perusahaan agar memperoleh pandangan yang baik, termasuk pandangan yang baik dari publik. Beard juga menambahkan mengenai hubungan komunitas. Hubungan komunitas adalah perihal yang penting bagi perusahaan, ketika komunitas tersebut adalah warga lokal dan perusahaan terkait adalah perusahaan yang bergerak mempengaruhi lingkungan yang juga menghasilkan suara, bau dan limbah.

PT. BCS merupakan perusahaan pertambangan batu bara yang tentu sangat memiliki pengaruh terhadap lingkungan. Secara langsung

memberikan dampak pula baik secara limbah, suara dan lainnya. Dampak ini tentunya juga sangat mempengaruhi kehidupan warga lokal. Melalui alasan tersebut PT. BCS menjadikan warga lokal sebagai komunitasnya. PT. BCS juga melihat bahwa mengembangkan komunitasnya berarti sama dengan mengembangkan diri mereka sendiri, hal ini searah dengan definisi hubungan komunitas dari Beard. Bahwa PT. BCS berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan warga lokal adalah sebagai suatu upaya untuk memiliki nilai positif, baik dari komunitas tersebut maupun dari *stakeholders* lain dan publik, hal ini adalah hal yang akan memberikan keuntungan bagi PT. BCS sendiri.

Sumartono (2010) maupun Burke (1999) semakin menjelaskan secara mendalam bahwa suatu hubungan komunitas adalah suatu upaya pendekatan diri yang dilakukan oleh perusahaan kepada komunitasnya. Hingga pada ranah untuk dapat memperoleh kepercayaan dari komunitas tersebut. Hubungan komunitas dianggap merupakan dasar atau pondasi yang dibutuhkan yang sangat berpengaruh dalam hubungan komunitas berbentuk objek yaitu program-program hubungan komunitas tersebut. Keberlangsungan berjalannya usaha perusahaan juga sangat membutuhkan dukungan dari warga lokal sekitar perusahaan tersebut.

Konsep tersebut secara langsung telah diterapkan oleh PT. BCS. Semenjak tahun berdirinya, dikatakan bahwa perusahaan sudah sadar

benar dengan posisi sebagai pendatang yang akan menggunakan alam dan lingkungan. Aspek yang dihadapi oleh perusahaan pada awal, salah satunya tentu merupakan warga lokal tersebut. Negosiasi bahkan pendekatan diri dapat dilihat berdasarkan laporan perusahaan adalah hal yang pertama dilakukan oleh perusahaan. Penerimaan dari warga lokal tentu adalah hal yang sangat penting bagi keberadaan perusahaan selanjutnya.

Tentu dapat dipastikan pula bahwa kegagalan perusahaan adalah jika hanya menjaga dan mendekatkan diri dengan komunitas di masa awal lalu kemudian meninggalkannya di pertengahan jalan. Pemahaman akan hubungan komunitas pada intinya adalah untuk menjaga relasi karena relasi memiliki dampak yang cukup besar bagi perusahaan tersebut sendiri. Kesalahan mungkin saja terjadi jika perusahaan hanya mengira bahwa relasi hanya dapat dijalankan di masa awal atau sebagai 'ijin masuk' perusahaan, namun selanjutnya tidak lagi terjalin relasi.

Relasi dengan warga lokal sebagai komunitas juga bukan merupakan persoalan yang mudah, warga lokal juga memiliki segala jenis kebutuhan hidup yang tidak sedikit diantaranya juga mencoba untuk memanfaatkan organisasi. Berdasarkan obesrvasi mengenai relasi atau hubungan pemerintah dengan komunitas, PT. BCS hingga saat ini tentu menghadapi banyak permasalahan dan tantangan. Permasalahan dan tantangan ini mencakup banyak hal terkait dengan

keberlangsungan tambang, mulai dari aspek pembebasan lahan hingga kepada usaha perusahaan untuk menggantikan lokasi pemukiman warga di area tertentu untuk menjaga keamanan dan keselamatan dari dampak tambang. Permasalahan yang sering terjadi adalah menyangkut dengan relasi tersebut sendiri.

Relasi atau hubungan komunitas yang dijalin oleh PT. BCS dan komunitasnya tidak diartikan gagal namun perlu diingat bahwa perusahaan harus benar-benar memastikan apakah hubungan yang terjalin ini merupakan hubungan yang benar dan baik bagi kedua belah pihak. Sesuai dengan yang dipaparkan oleh Baskin, Aronoff dan Lattimore (1997) bahwa hubungan komunitas tersebut dapat selalu terjalin dengan baik ketika perusahaan dapat mengetahui dan mempelajari juga dengan baik isu-isu apa yang ada di komunitas dalam kehidupan mereka sehari-hari.

PT. BCS menurut Ibu Helda dalam penjelasannya, dengan seiring berjalannya waktu dengan berbagai pengalaman menghadapi permasalahan dan tantangan, juga sangat menyadari bahwa hubungan yang dijalin dengan komunitas tidak hanya sekedar hubungan yaitu menjalin relasi lalu kemudian memberikan keuntungan kepada perusahaan. Digambarkan bahwa hubungan komunitas merupakan hal yang lebih kompleks daripada hal tersebut. Mempelajari mengenai karakteristik warga lokal tersebut, isu-isu apa saja yang ada di sekitar kehidupan sehari mereka, hingga kebutuhan-kebutuhan tertentu, harus

lebih dalam diketahui oleh perusahaan, hal ini yang membuat PT. BCS dapat melewati permasalahan dan tantangan tersebut, karena hubungan komunitas dimaknai sebagai hal yang kompleks dan mendalam, dan harus dijalankan secara terus-menerus.

### C. Analisis Bentuk-Bentuk Aktivitas dalam Hubungan Komunitas

Menggunakan prinsip bahwa hubungan komunitas merupakan hal yang kompleks dan mendalam, menjadikan perusahaan harus lebih mendalami juga akan komunitasnya, hal tersebut yang dilakukan oleh PT. BCS dengan tujuan untuk meningkatkan hubungan komunitas yang lebih baik lagi. Pemahaman ini kemudian yang mempengaruhi bentuk-bentuk aktivitas dalam ranah hubungan komunitas yang dilaksanakan oleh PT. BCS. Gambaran secara umum digambarkan oleh Beard (2001, h. 24) mengenai aktivitas-aktivitas yang sering dijalankan oleh perusahaan pada komunitasnya.

Aktivitas-aktivitas tersebut adalah aktivitas yang sudah dikelompokkan pada program-program. Beard menggambarkan aktivitas tersebut meliputi menjadi sponsor, amal, bantuan perusahaan hingga pengembangan masyarakat. Program-program tersebut juga termasuk dalam aktivitas hubungan komunitas, namun secara jenis program pengembangan masyarakat terdapat tiga aspek yang telah dijelaskan oleh Juanda (2014), yaitu *community relations*, *community services*, dan *community empowering*.

*Community relations*, sebagai aktivitas mengembangkan masyarakat namun dengan menggunakan hasil komunikasi dan hubungan, dengan bentuk program adalah seperti sosialisasi tentang pengetahuan yang baru. Untuk aktivitas seperti ini, dijelaskan oleh Ibu Helda bahwa program tersebut banyak dilakukan, mulai dari segi pertanian, pendidikan hingga kesehatan, perusahaan terutama Departemen CGLM sering melakukan hal tersebut kepada komunitas. Sosialisasi atau aktivitas yang memanfaatkan komunikasi sering diimplementasikan ketika perusahaan melihat suatu kebutuhan warga untuk mendapat pengetahuan tertentu.

*Community services* yang mengatakan bahwa mengembangkan masyarakat dengan mengembangkan atau memberikan fasilitas kepada masyarakat tersebut, juga dilakukan oleh PT. BCS, membangun masyarakat dengan membentuk sekolah-sekolah yang layak dan sesuai dengan standar pendidikan yang baik, bagi warga hingga *community empowering* yang mengembangkan kemandirian masyarakat. Bahkan pada PT. BCS dibentuk suatu plot khusus untuk mengembangkan masyarakat agar nantinya dapat menjadi mandiri dan dapat menghasilkan keuntungan sendiri tanpa keberadaan perusahaan, yaitu dengan adanya *Demonstration plot* (demplot). Di demplot, perusahaan mengajarkan segala bentuk usaha untuk menanam tanaman yang nantinya akan menjadi pemasukan ekonomi sendiri bagi warga.

Pada dasarnya PT. BCS sesuai dengan pengakuan Ibu Helda memiliki sendiri bentuk-bentuk aktivitas yang digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu pola pengembangan komunikasi, pengembangan masyarakat dan pembangunan infrastruktur. Pola membangun komunikasi digambarkan dengan aktivitas-aktivitas kunjungan lapangan, ikut hadir dalam pertemuan warga dan mengambil bagian dalam komunikasi tersebut dalam rangka mendalami kebutuhan dan permasalahan warga. Aktivitas ini dilakukan secara rutin, hal ini didasarkan kepada kondisi perusahaan yang selalu menjaga 'diri' dari segala isu atau konflik atau masalah yang mungkin saja datang tanpa diketahui oleh perusahaan. Sehingga PT. BCS sangat berusaha untuk selalu terkoneksi dengan warga lokal untuk mengetahui isu-isu apa yang sedang berjalan.

Hal ini juga yang kemudian mendasari alasan *community* berada dalam satu departemen sendiri yang CGLM, karena perusahaan sangat menganggap hal ini merupakan salah satu bagian kunci yang penting untuk keberlangsungan operasional perusahaan sehari-hari. Lalu kemudian aktivitas juga digolongkan kepada pengembangan masyarakat. Aktivitas ini dipaparkan oleh Ibu Helda merupakan suatu aktivitas yang secara aturan tidak diharuskan untuk dilakukan oleh perusahaan. Namun ini terjadi berdasarkan rasa tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan menganggap bahwa adalah mudah untuk disimpulkan sebuah perusahaan memiliki kepedulian terhadap warganya, ketika perusahaan tersebut mampu untuk mengembangkan masyarakatnya dalam berbagai macam bidang. Terutama ketika pengembangan tersebut dilakukan untuk dampak yang berkelanjutan yaitu kemandirian warga. Maka aktivitas-aktivitas dalam mengembangkan warga akan dilakukan, mulai dari termasuk dalam program demplot untuk *community development* hingga sosialisasi-sosialisasi ringan tentang pengetahuan-pengertian yang dibutuhkan oleh warga.

Hingga pada bagian terakhir yaitu pembangunan infrastruktur, sekali lagi merupakan implementasi bahwa, pembangunan perusahaan artinya juga harus membangun desa. Perusahaan akan memiliki nilai dan bisa saja *track record* yang baik, ketika memiliki bentuk fisik pembangunan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh warga. Mulai dari jalan hingga sistem perairan sawah. Semua ini menjadi aktivitas juga yang digolongkan berbeda oleh departemen CGLM. Aktivitas ini dilaksanakan bukan hanya sebagai tanggung jawab sosial ataupun program untuk melakukan pendekatan kepada warga, melainkan juga kepada keinginan atau keharusan yang dilakukan bagi perusahaan sendiri untuk lingkungan tersebut.

Ketiga bagian ini secara teoritis terjadi dalam bagian yang terpisah-pisah, namun dapat diperhatikan pula memenuhi kriteria-



kriteria yang buat oleh Baskin, Aronoff, dan Lattimore (1997, h. 282) yang menggambarkan kriteria aktivitas adalah menciptakan sesuatu yang dibutuhkan dan sebelumnya belum ada pada lingkungan tersebut, menyaring dan mencari serta mengolah masalah komunitas, mengembangkan sarana untuk meningkatkan nasib individu, aktivitas memperluas dan membentuk kepercayaan diri komunitas dengan apa yang mereka miliki, seperti halnya adalah membentuk usaha perekonomian mapan dengan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki warga yaitu gula merah, kerupuk ikan hingga padi. Selanjutnya adalah memfasilitasi warga yang memiliki bakat di bidang-bidang tertentu, memberikan pelatihan dan pengajaran kepada komunitas, hingga mengajak pihak lain seperti dokter dan bidan menjadi sukarelawan dalam komunitas.

Seluruh kriteria aktivitas tersebut dapat dikatakan telah dilakukan oleh PT. BCS, yang dapat dilihat tentunya tidak secara sekaligus terjadi dengan lengkap dan baik, namun melalui sisi pembelajaran serta selalu berusaha untuk *keep in touch* dengan warga lokal sebagai komunitas, yang membuat perusahaan ini secara mengalir memiliki program-program yang berisi aktivitas-aktivitas tersebut.

#### **D. Analisis Tahapan Penyusunan Program dan Aktivitas dalam Ranah Hubungan Komunitas dengan Manajemen *Public Relations***

Berbicara mengenai aktivitas yang sering terwujud dalam suatu program sebagai upaya perusahaan membangun hubungan dengan komunitas, adalah berarti membahas mengenai bagaimana tahap penyusunan terbentuknya sebuah program, yang tentu secara otomatis di dalamnya dapat ditemukan beragam aktivitas, yang juga berarti merupakan aktivitas hubungan komunitas. Maka menurut Simamora (2013, h. 323) tahapan tersebut dapat mengikuti tahapan program dalam manajemen *public relations* atau PR, yang meliputi *fact finding*, mendefinisikan permasalahan, perencanaan program, aksi dan komunikasi, hingga evaluasi.

##### **1. Mengumpulkan fakta atau *fact finding***

Pengumpulan fakta memiliki berbagai macam metode, yang salah satunya merupakan riset. Riset sesuai dengan yang dikatakan oleh Beard (2001, h. 49) merupakan suatu bentuk pencarian data dari segala peristiwa di masa silam, selain itu digunakan untuk membantu bagaimana persepsi tentang perusahaan. Namun riset yang dimaknai dalam PT. BCS merupakan pengamatan langsung yang berisikan observasi biasa dan bukan dalam rangka penelitian secara khusus. Perusahaan melakukan interaksi lalu kemudian menganalisis hasil interaksi beserta informasi yang didapat.

Namun secara lebih terperinci, Ibu Helda menjelaskan bahwa dalam melakukan *fact finding*, perusahaan berusaha untuk mengumpulkan berbagai macam informasi terkait dengan suatu isu. Ketika sebuah isu masuk dalam penemuan perusahaan, maka perusahaan akan mendalami isu tersebut dengan melihatnya berdasarkan pihak-pihak yang berkaitan dengan isu tersebut, lokasi desa, karakteristik warga desa tersebut, orang vokal dalam desa tersebut, aparat desa, hingga bagaimana kebiasaan alur kebijakan dalam desa tersebut terkait dengan struktur. Dikatakan hal ini dilakukan karena setiap desa memiliki segala aspek yang berbeda-beda. Sebuah isu pun sangat dipengaruhi keberadaannya, dengan aspek-aspek tersebut, serta maksud di balik isu.

Sesuai dengan pemaparan dalam bagaimana cara *fact finding* yang dijelaskan oleh Baskin, Aronoff, dan Lattimore (1997, h. 276) yaitu saat melakukan *fact finding*, perusahaan harus melihat bagaimana bentuk struktur komunitas, pemimpin, nilai-nilai, dan *channel* yang digunakan. *Channel* diartikan oleh PT. BCS sebagai orang atau pihak 'vokal' maupun karyawan lokal yang berada dalam PT. BCS yang dapat kapan saja memberikan dan menyebarluaskan informasi. Baskin, Aronoff dan Lattimore juga menambahkan bahwa perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan kondisi

komunitas, baik secara ekonomi hingga politik. Hal ini juga sudah diperhatikan oleh PT. BCS.

PT. BCS melihat hal tersebut, lebih mengarah kepada kelebihan dan kelemahan kondisi lingkungan sekitar tiap desa, terutama dalam hal pengembangan ekonomi, karena banyaknya isu yang beredar dan kejadian lainnya adalah ketika warga mengalami kesulitan bidang ekonomi. Maka perusahaan juga menggunakan hal tersebut untuk melakukan *fact finding*. Hal ini dirasa sesuai dengan bagaimana perusahaan memiliki strategi untuk mengumpulkan fakta dengan tidak sepenuhnya mempercayai warga, sehingga memiliki banyak sumber informasi yang kemudian dapat dibandingkan dan diperhitungkan berdasarkan berbagai macam aspek terkait suatu desa. Hal ini mengurangi resiko di masa mendatang yang bisa saja membuat suatu posisi perusahaan menjadi posisi yang dimanfaatkan maupun dipersalahkan.

Pemahaman akan hal ini begitu terlihat semenjak berbagai permasalahan di selesaikan oleh PT. BCS, dari berbagai permasalahan tersebut, dapat dilihat karakter warga lokal sendiri dengan latar belakang masalah, baik tentang kondisi ekonomi yang sedang menurun, maupun relasi antar warga yang kurang baik. Oleh sebab itu ketelitian perusahaan untuk mengumpulkan fakta dapat dikatakan sudah menyesuaikan diri

dengan bagaimana karakter warga yang terlihat berdasarkan segala pengalaman di masa sebelumnya.

## **2. Mendefinisikan permasalahan**

Secara teoritis, setelah mendapatkan fakta-fakta di lapangan, maka akan didapatkan permasalahan dan potensi permasalahan. Perusahaan harus menimbang potensi masalah dan masalah yang sudah ada, yang akan mempengaruhi atau memiliki dampak pada perusahaan. Hal ini yang akan membantu perusahaan untuk dapat memberikan respon atau solusi dalam menjawab potensi masalah dan permasalahan yang ada. Termasuk dalam memperhatikan bentuk pandangan dari perusahaan.

Konsep tersebut secara kompleks juga diterapkan oleh PT.BCS, lebih mendalam perusahaan telah melakukan pemetaan masalah, bukan hanya dengan melihat apakah akan berdampak atau tidak terhadap perusahaan saja, tetapi dengan memerhatikan permasalahan dan potensi masalah tersebut berdasarkan aspek-aspek yang digunakan juga dalam pencarian fakta, yaitu karakter desa, warga, orang vokal dan lainnya. Perusahaan berdasarkan pengalaman melihat bahwa permasalahan yang sering terjadi juga dipengaruhi oleh aspek-aspek tersebut.

Maka pemetaan program ini dilakukan secara kompleks atau terperinci merupakan langkah yang baik bagi perusahaan terutama dalam menyiapkan solusi dan program-program yang ada, sehingga usaha untuk menyelesaikan masalah dapat dilakukan secara maksimal. Pemetaan masalah dengan langkah ini pun disampaikan mulai dari departemen CGLM, kepada manajemen PT. BCS, sehingga pada tingkat manajemen pun, perusahaan paham benar mengenai komunitas mereka.

### 3. Perencanaan program

Baskin, Aronoff, dan Lattimore (1997, h. 276) memberikan panduan dalam merencanakan sebuah program yang efektif bagi komunitas, yaitu memetakan dengan jelas program tersebut sesuai dengan kemampuan perusahaan atau tidak, bentuk hasil *fact finding* hingga posisi perusahaan di tengah warga lokal. Dengan mengetahui hal tersebut maka perusahaan dapat menyusun strategi program, perusahaan harus menyiapkan segala alternatif terkait bentuk respon komunitas pada program, selain itu mematangkan program dengan baik terutama agar memiliki daya tarik yang baik, hingga melakukan pemahaman terkait kondisi eksternal yang dapat mempengaruhi program.

Sementara itu PT. BCS, berdasarkan observasi data, dapat dilihat juga melakukan hal demikian dalam perencanaan

program, meskipun tidak secara menyeluruh. PT. BCS dalam membentuk program dilandasi oleh prioritas permasalahan dan kesanggupan perusahaan untuk membentuk suatu solusi. Solusi yang diberikan adalah beragam dengan salah satunya adalah program. Program ini didasarkan kepada strategi perusahaan untuk menyelesaikan suatu atau lebih masalah dengan memanfaatkan aspek-aspek yang dapat dengan mudah digunakan. Contoh adalah ketika banyak warga lokal dengan umur produktif memiliki permasalahan dalam penyakit seperti kolestrol dan asam urat, kemudian perusahaan membentuk program yang dikaitkan juga dengan program *community development*, maka perusahaan dapat mengajarkan kepada warga bagaimana cara penanaman sayur dan buah untuk dijual, sekaligus menjadi sesuatu yang dapat dikonsumsi oleh warga sendiri dan dapat mengurangi jenis-jenis penyakit yang bisa terjangkau.

Kembali pada banyaknya pengalaman dalam program-program sebelumnya, yang menjadikan perusahaan semakin memahami tentang program apa yang diinginkan oleh masyarakat, program yang mudah untuk diterapkan oleh warga hingga program yang kurang diminati. Dengan menggunakan siklus evaluasi, seluruh siklus penyusunan program diketahui adalah berputar, maka sebagian program bukan merupakan

program yang baru namun sebagai program hasil evaluasi dari program sebelumnya. Berdasarkan hal ini dapat dilihat tidak semua program yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mempersiapkan alternatif solusi ketika sebuah program tidak diterima oleh warganya, melainkan beberapa program dibentuk saja kemudian hasilnya jika tidak sesuai dengan *goal* perusahaan, maka akan dibuat program yang menyelesaikan suatu permasalahan tersebut. Meskipun begitu terlihat bahwa bentuk evaluasi program pun langsung terjadi setelah program dilakukan beberapa saat dan membuat departemen CGLM dapat meninjau strategi lainnya dalam program. Teknik perencanaan program ini yang diterapkan oleh PT. BCS dengan didasari pengalaman-pengalaman sebelumnya.

#### **4. Aksi dan komunikasi**

Aksi dan komunikasi yang ada dalam suatu program bukan merupakan hal yang baru dilakukan dan menyesuaikan dengan ketika ada program saja. Hasil bina komunikasi yang dilakukan jauh semenjak sebelum ada sebuah program yang digunakan sebagai bantuan dalam mewujudkan program di tengah komunitas. PT. BCS mengakui bahwa tidak mudah dengan masuk ke komunitas, memberikan program kepada mereka namun tidak memiliki landasan yang kuat sebelumnya.



Hal ini akan sangat memberikan resiko terhadap keberhasilan program tersebut.

Sesuai dengan pemaparan berdasarkan White dan Mazur (1994) dan Argenti (2007) bahwa sebuah program dapat berjalan dengan baik ketika komunitas memiliki rasa percaya kepada perusahaan dan tidak ragu untuk mengikuti program. Hal ini dilihat selalu dipegang oleh PT. BCS, dengan menyadari bahwa perusahaan ini adalah pihak luar yang kemudian datang ke tengah masyarakat, dan tidak akan dengan mudah memiliki relasi hingga kepercayaan yang baik, jika tidak dimulai sejak awal oleh perusahaan dan terus dijalin hingga saat ini. Perusahaan juga menggunakan strategi dalam aksi dan komunikasi pada suatu program, dengan menggunakan karyawan lokal untuk mengikuti juga program tersebut, karena akan menjadi suatu langkah yang lebih mudah ketika menggunakan pihak internal terlebih dahulu terutama jika pihak internal adalah berasal dari komunitas. Warga lokal di setiap desa dengan minimnya pendidikan dianggap sebagai pihak yang lebih percaya kepada bukti nyata.

Maka dengan adanya karyawan lokal yang mengikuti program dan memperoleh keuntungan yang baik bagi diri mereka sendiri, secara langsung akan sangat mempengaruhi minat dari warga lokal lainnya untuk mencoba. Hal ini dapat

dianggap menjadi aksi suatu perusahaan, bukan hanya bergantung pada relasi yang sudah ada dan mengira bahwa program akan selalu diterima, tetapi juga mempersiapkan solusi lain, karena pandangan perusahaan terhadap diri sendiri sebagai seorang pendatang yang harus memiliki sikap untuk mempertahankan diri di lingkungan tersebut.

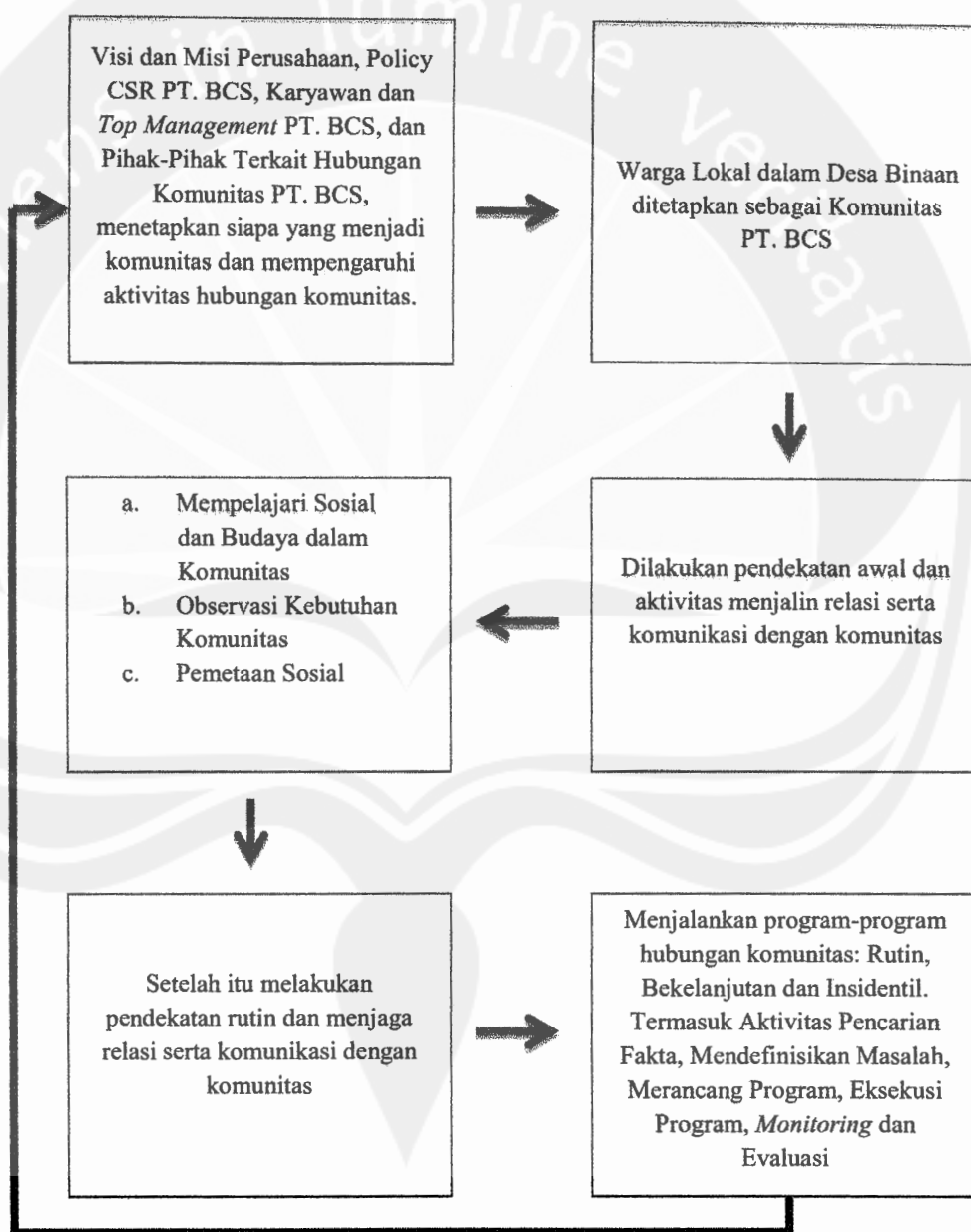
#### 5. Evaluasi

Evaluasi merupakan bagian penting yang secara teori harus dilakukan berdasarkan riset, kuisisioner, dan wawancara dengan komunitas. Tidak sepenuhnya dapat dijalankan dengan mudah oleh perusahaan. Perusahaan melihat bahwa dengan karakteristik warga di setiap desa, perusahaan harus menggunakan teknik evaluasi yang mudah dipahami oleh warga itu sendiri, dan juga memudahkan perusahaan untuk mengetahui secara langsung pendapat dan pemahaman warga akan sebuah program. Dengan sudut pandang seperti ini pilihan perusahaan untuk melakukan evaluasi dapat dikatakan juga benar, selama perusahaan dapat menjamin bahwa evaluasi tersebut dijalankan dalam bentuk wawancara yang mendalam dan lengkap, seperti yang dikatakan adalah perusahaan akan tanya jawab dengan beberapa warga lokal, pemerintah lokal dan karyawan lokal terkait respon sebuah program.

Selama perusahaan dapat menjamin sumber informasi adalah lengkap dan objektif maka hasil evaluasi dengan mencari tahu kondisi di lapangan dapat membantu perusahaan untuk menilai sebuah program tersebut benar atau tidak untuk dijalankan. Program-program solusi atas program sebelumnya pun dapat tepat sasaran, dan sesuai dengan strategi yang ingin diterapkan oleh PT. BCS ini.

Selain evaluasi, PT. BCS juga melakukan *monitoring* sebagai upaya untuk memperhatikan secara langsung apa yang menjadi respon dari komunitas terhadap program dan aktivitas-aktivitas di dalamnya yang diberikan oleh perusahaan, hal ini juga yang menjadi bagian penting untuk dilakukan oleh perusahaan sebagai salah satu data dan bahan evaluasi. Meskipun demikian, PT. BCS melakukan evaluasi dan *monitoring* masih pada tahap observasi langsung terus-menerus, namun belum menciptakan laporan ataupun hasil observasi secara visual atau dalam bentuk yang lengkap dan kompleks. Hal tersebut jika dijalankan bisa sangat membantu perusahaan untuk melihat grafik pergerakan dari setiap aktivitas hubungan komunitas, berpengaruh atau tidak, dan berapa besar persentase pencapaian perusahaan. Maka jika diadakan sistem ini, dapat membantu perusahaan dalam evaluasi secara terus-menerus.

Secara menyeluruh, penulis menggambarkan rangkaian proses dan tahapan aktivitas dan program dalam ranah hubungan komunitas yang dijalankan oleh PT. BCS sebagai berikut:



Gambar 3.6 Skema Tahapan dan Proses Aktivitas Hubungan Komunitas yang Dijalankan oleh PT. BCS

Skema di atas merupakan gambaran secara menyeluruh mengenai bagaimana proses dari tahapan yang dilakukan oleh PT. BCS dalam aktivitas hubungan komunitas. Tahapan tersebut seluruhnya dipertimbangkan juga dengan memerhatikan visi dan misi, kebijakan perusahaan, pihak manajemen, hingga seluruh pihak yang berpengaruh dalam aktivitas hubungan komunitas, yang akan dijelaskan pada bagian-bagian selanjutnya beserta dengan analisis program-program yang ada.

#### **E. Analisis Program-Program Hubungan Komunitas**

Program-program hubungan komunitas merupakan hasil ketergantungan yang ada antara perusahaan dan komunitas. Program dibuat tidak hanya sebagai upaya menyelesaikan masalah melainkan sebagai upaya dalam meneruskan relasi dengan memudahkan akses informasi dan komunikasi dua arah (Yudarwati, 2004). Ditambahkan oleh Parsons (2004, h. 145) mengenai program hubungan komunitas, bukan hanya untuk menjadikan nama perusahaan baik di mata publik, tetapi berdasarkan manfaat program tersebut bagi komunitasnya.

Secara praktik di lapangan, PT. BCS sudah membagi program-program nya ini ke dalam tiga bagian yaitu program rutin, program berkelanjutan dan program insidental. Program rutin, memiliki berbagai macam tujuan, yang pada dasarnya secara garis besar adalah dalam rangka untuk menjalin hubungan yang terus menerus baik dengan warga. Perusahaan melakukan pendekatan, tidak hanya

dibatasi oleh ketika ada permasalahan yang ada berkaitan dengan perusahaan saja, melainkan perusahaan ikut mengenal komunitas secara lebih baik lagi. Hal tersebut yang membuat PT. BCS juga melakukan kunjungan baik ke acara agama, seni dan buday dan lainnya. Melalui kehadiran ini maka dianggap dapat membantu perusahaan membuka akses informasi dan komunikasi lebih luas dan intim.

Program berkelanjutan, berkaitan dengan bidang pendidikan, kesehatan, dan pengembangan ekonomi, merupakan sebuah ujud tanggung jawab perusahaan untuk melakukan peningkatan kualitas hidup warga lokal tersebut. Termasuk dalam program insidental, perusahaan mempersiapkan segala jenis alternatif ketika suatu saat harus menghadapi bencana alam misalnya. Program-program ini tentunya dapat dilihat sebagai upaya rasa tanggung jawab dari perusahaan.

Namun lebih spesifik, terkait program tersebut juga untuk melambungkan nama perusahaan atau tidak, dan manfaatnya memang untuk dan atas dasar warga atau tidak. Dapat dilihat seperti ini, ketika perusahaan menjalankan program dengan tujuan meningkatkan kehidupan warga, berdasarkan yang dilihat dari hasil selama Kuliah Kerja Lapangan atau KKL ini, tidak sepenuhnya untuk meningkatkan pamor perusahaan. Perusahaan ini mulai dari prinsip kerja, visi misi dan lainnya adalah berfokus kepada operasional tambang dan bisnis.

Maka yang menjadi fokus adalah bagaimana dapat memaksimalkan operasional, dan memiliki kualitas produksi yang baik. Dengan perusahaan yang juga memiliki ijin resmi, tingkat untuk ingin memiliki nama atau *track record* yang baik di mata publik adalah tidak terlalu tinggi. Tentu ada, namun kembali sebagai kebutuhan akan bisnis, bukan hanya nama yang baik saja.

Berdasarkan tahapan penyusunan program dapat diperhatikan pula bahwa perusahaan fokus untuk menyelesaikan masalah dan meningkatkan kehidupan warga agar mengurangi segala jenis resiko terjadinya hambatan dalam operasional tambang. PT. BCS akhir-akhir ini memiliki *track record* yang baik dalam hal *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dengan keberhasilan perusahaan meningkatkan kualitas hidup warga nya dengan baik, terutama dalam sektor pertanian. Merupakan sebuah bonus untuk menjadi *track record* yang baik bagi perusahaan untuk dapat memperoleh gelar tersebut, namun hasil nyata nya pun dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh warga. Benang merah dari seluruh proses ini adalah, perusahaan menjadikan warga atau komunitas nya aktif, ketika aktif, maka nilai-nilai negatif dan perlakuan negatif seperti ingin memanfaatkan perusahaan, mencuri di area perusahaan hingga demosntrasi penutupan tambang, akan hilang dengan sendirinya. Perusahaan menjadikan warga independen dengan usaha mereka sendiri, dan akan

menguntungkan perusahaan dari segi hambatan, bukan keuntungan lainnya.

#### **F. Analisis Pihak-Pihak Berpengaruh dalam Aktivitas Hubungan Komunitas dan Program Hubungan Komunitas**

Pihak-pihak yang berpengaruh dalam aktivitas hubungan komunitas menurut Beard (2001) maupun Baskin, Aronoff dan Lattimore (1997) adalah:

- a. Karyawan. Sesuai dengan yang dinyatakan bahwa karyawan merupakan pihak penting dalam seluruh aktivitas perusahaan, maka terkait juga dengan aktivitas hubungan komunitas. PT. BCS memiliki departemen tersendiri yaitu CGLM yang juga mengurus tentang komunitas, dengan karyawan yang terbagi berdasarkan berbagai bagian. Juga termasuk di dalamnya adalah karyawan lokal, yang memiliki peranan aktif tersendiri sesuai dengan strategi departemen sebagai salah satu jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dengan komunitas. Begitu juga dengan karyawan lainnya. Karyawan yang berada *on site* artinya hidup berdekatan dengan warga, sehingga harus menjalin relasi yang baik pula dengan warga. Hal tersebut secara otomatis menjadi tanggung jawab karyawan. Perusahaan pun harus memperhatikan secara lebih karyawan



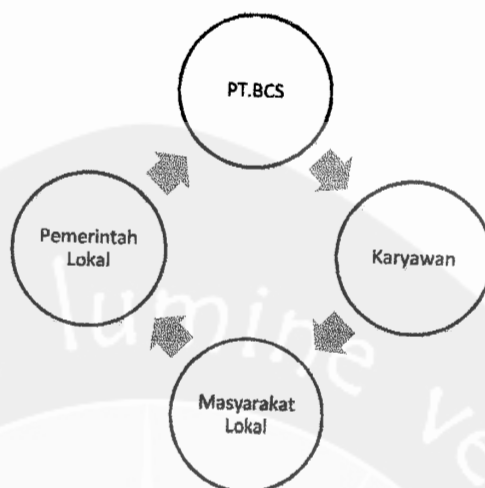
yang berada *on site* karena memiliki peranan yang lebih besar, termasuk peranan dengan menjalin *community relations*.

- b. Pemerintah Lokal. Pemerintah lokal dapat digolongkan menjadi satu bagian dengan warga lokal, karena tentu mereka akan lebih pro rakyat dibanding perusahaan pendatang. PT. BCS juga menyadari akan hal itu sehingga menempatkan hubungan pemerintah ke dalam satu departemen dengan hubungan komunitas. Tampak, yang menjadi fokus perusahaan adalah dengan menggandeng pemerintah lokal, untuk melihat sendiri bagaimana perusahaan berusaha untuk membangun warga, selain itu membantu perusahaan untuk mengetahui kriteria warga lokal. Bahkan untuk menjadi partner program yang baik, yaitu ketika terdapat program yang sama bagi komunitas, dan dapat didukung oleh perusahaan ataupun sebaliknya. Secara menyeluruh hal ini yang kemudian menjadikan pemerintah pun tidak semata-mata hanya pro rakyat, namun menjadikan pemerintah lokal dapat lebih objektif. Terlebih ketika perusahaan menunjukkan bahwa mereka merupakan perusahaan yang taat hukum dan mau mengikuti jalur hukum dengan baik. Maka pemerintah lokal pun merupakan pihak yang baik untuk dapat membantu perusahaan melihat komunitas, dan menjadi pagar bagi

perusahaan agar tidak melakukan tindakan yang salah terhadap komunitas.

- c. Lembaga Sukarelawan dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Merupakan pihak eksternal yang sering memiliki kaitan kuat dengan komunitas. Baik mempengaruhi pandangan komunitas terhadap perusahaan, maupun membantu perusahaan untuk melakukan sebuah program bagi masyarakat. Namun di lokasi PT. BCS berdasarkan pemaparan Ibu Helda, hingga saat ini belum ditemukan adanya LSM atau lembaga sukarelawan di tengah warga maupun perusahaan, sehingga benar-benar hanya warga lokal saja. Adapun pihak sukarelawan hanyalah berbentuk seperti dokter dan bidan yang membantu program dari perusahaan saja. Selain itu adalah lembaga independen lainnya yang diminta oleh perusahaan untuk melakukan pemetaan sosial saja untuk digunakan oleh perusahaan dalam penentuan program-program. Lembaga sukarelawan dirasa cukup ketika itu sesuai dengan kebutuhan yang ada dan selama perusahaan dapat meng-*handle* kejadian lainnya. Sementara untuk LSM belum ditemukan karena memang dipengaruhi oleh faktor lokasi yang cukup sulit untuk diakses, serta keutuhan dari warga lokal sendiri yang sudah memiliki karakter masing-masing hingga orang-orang vokalnya tersendiri.

d. Masyarakat Lokal. Seperti yang dipaparkan oleh PT. BCS dan juga secara teoritis merupakan pihak utama dalam terjalinnya hubungan komunitas. Masyarakat lokal juga lebih diartikan sebagai bagian dari binaan perusahaan, maka memiliki nilai dan dampak yang sangat tinggi kepada perusahaan. Adalah sebagai pihak yang harus didalami, dengan dampaknya yang cukup besar namun juga sebagai pihak yang harus dicermati setiap langkahnya sebagai pihak yang harus diwaspadai bagi perusahaan. Kewaspadaan ini diartikan sebagai langkah perusahaan yang menyiasati selalu kemungkinan-kemungkinan negatif yang bisa saja dilakukan komunitas atau pihak-pihak dalam komunitas untuk menjatuhkan perusahaan. Misalnya seperti memanfaatkan permasalahan yang pernah terjadi ketika divisi operasional 'diserang' oleh komunitas karena kurang memahami dengan baik tentang informasi dari komunitas, tidak seperti pada *support division* yang didalamnya terdapat departemen CGLM. Beberapa bagian dalam komunitas mengira bahwa di luar departemen CGLM tidak memahami mengenai komunitas dan isu yang terjadi sehingga sering menggunakan kesempatan tersebut untuk melakukan hal yang berpotensi merugikan perusahaan.



**Gambar 3.7 Skema Pihak-Pihak Berpengaruh dalam Aktivitas Hubungan  
Komunitas oleh PT. BCS**

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1. Kesimpulan

Melalui hasil Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang dijalani di PT. Bahari Cakrawala Sebuku sejak 01 Maret 2017 sampai 24 Maret 2017, sebagai mahasiswa magang pada posisi *Community, Government, Land Management* (CGLM) Department, dan berdasarkan hasil temuan data, pengamatan dan pembelajaran, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa, aktivitas-aktivitas yang dijalankan oleh tim PT. BCS dalam ranah hubungan komunitas adalah aktivitas yang memiliki alur, fungsi, dampak dan proses yang sesuai dengan beberapa teori yang digunakan oleh penulis sebagai landasan teori dalam laporan KKL ini.

Aktivitas-aktivitas hubungan komunitas yang dilakukan oleh PT. BCS, adalah terbagi menjadi dua bagian, yaitu aktivitas-aktivitas dalam melakukan pendekatan dan pendalaman kepada komunitas, dan aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam program-program hubungan komunitas. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam pendekatan dan pendalaman kepada komunitas adalah aktivitas kunjungan lapangan, tatap muka dan pembelajaran masalah yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk menjalin relasi dan komunikasi, memahami dan mempelajari secara terus-menerus tentang karakter, dan kehidupan sosial sehari-

hari serta hal lain dalam komunitasnya, yang merupakan warga lokal dalam desa binaan PT. BCS.

Aktivitas lainnya adalah aktivitas yang terjadi dalam berjalannya program hubungan komunitas, baik rutin maupun berkelanjutan. Aktivitas yang terjadi dalam ranah program adalah melakukan pencarian fakta dengan berbagai macam sumber informasi, pemetaan masalah yang dilakukan berdasarkan prioritas dalam perusahaan, perencanaan dan pembuatan program, menjalankan program dengan strategi-strategi komunikasi, hingga tahap aktivitas *monitoring* dan evaluasi program, hal tersebut pula yang menjadi tahapan dan siklus dalam perusahaan melakukan penyusunan program hubungan komunitas.

Seluruh aktivitas ini secara umum dapat dilihat dari cara dan tujuan perusahaan dalam menempatkan komunitasnya. Komunitas dapat dilihat dalam upaya untuk mengembangkan komunitas tersebut secara utuh, atau juga dapat dipengaruhi oleh berbagai konflik maupun pengalaman yang terjadi antara perusahaan dan komunitas. PT. BCS dapat dikatakan menjalankan aktivitas hubungan komunitas dengan baik dalam rangka menjaga agar sistem operasionalnya dapat berjalan lancar, yang berarti konflik-konflik yang terjadi, seperti yang diketahui sebagian besar terkait kehidupan ekonomi komunitas, harus dituntaskan, yaitu dengan cara mengembangkan komunitas. Maka, setiap perusahaan bisa saja memiliki aktivitas hubungan komunitas yang sama pada umumnya, namun tidak selalu demikian dengan tujuan dari aktivitas tersebut.

## 4.2 Saran

Setelah menjalani program magang di PT. Bahari Cakrawala Sebuku (BCS) ini penulis juga memiliki beberapa saran bagi Departemen CGLM maupun PT. BCS secara menyeluruh yang dapat digunakan atau dimanfaatkan.

1. Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis diketahui bahwa pemetaan sosial yang dilakukan oleh PT. BCS masih pada batas mengklasifikasikan desa binaan saja, menjadi lebih baik jika PT. BCS juga melakukan pemetaan sosial menyesuaikan dengan program-program yang akan dijalankan. Pemetaan sosial, identifikasi komunitas termasuk segala pihak di dalamnya, dan perkembangan eksekusi program dapat dibuat dalam bentuk visual, baik secara diagram atau bentuk lainnya, yang akan membantu perusahaan dalam melihat dan mencocokkan bagaimana jalannya program, sudah sesuai dengan tujuan atau belum. Diagram atau visual tersebut juga dapat membantu perusahaan untuk melakukan evaluasi secara terus menerus dan mencapai target atau tujuan yang ingin dicapai dengan lebih maksimal lagi.
2. Menurut penulis, sebuah pilihan yang akan lebih baik jika Departemen CGLM juga melakukan forum-forum diskusi dengan beberapa perwakilan warga termasuk mengundang warga-warga 'vokal' dengan tidak membahas mengenai hal yang berkaitan dengan program perusahaan dan komunitas saja, namun juga dengan materi-materi yang dapat dimanfaatkan oleh warga atau membangun warga. Hal ini sebagai tambahan dalam upaya perusahaan agar warga mulai terlatih mandiri. Mandiri dalam ranah untuk memikirkan metode pembangunan dan peningkatan taraf hidup termasuk menerapkannya. Jadi

bukan saja memberikan materi dalam sebuah program, namun menjalankan forum diskusi umum yang dapat dikonsumsi oleh warga, kesempatan tersebut juga dapat digunakan oleh perusahaan untuk melihat dan memantau pandangan warga terhadap perusahaan.

3. Perusahaan dapat membuat siklus atau struktur yang berkesinambungan antara Departemen CGLM dengan bagian atau departemen lain. Sehingga komunitas dapat melihat bahwa seluruh pihak dalam perusahaan memahami dan mengetahui komunitas PT. BCS secara baik. Karena struktur yang ada saat ini menimbulkan kesan bahwa hanya CGLM yang memahami secara lengkap tentang komunitas, sehingga lebih membuat potensi besar untuk komunitas melakukan hal-hal tertentu yang bersifat 'menyerang' terhadap departemen lain dan internal perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Argenti, Paul. A 2007, *Corporate Communciation: Fourth Edition*, The McGraw Hill Companies, US.
- Baskin, O., Aronoff, C & Lattimore, D 1997, *Public Relations: The Profession and the Practice*, Brown & Benchmark Publishers
- Beard, M 2001, *Manajemen Departemen Public Relations*, Penerbit Erlangga, Jakarta, INA
- Burke, E 1999, *Corporate Community Relations: The Principle of The Neighbor of Chrice*, Praeger Publishers, UK, viewed 29 June 2016, <https://books.google.co.id>
- Cochrane, G 2017. *Anthropology in the Mining Industry*, Springer International Publishing AG, Switzerland, viewed 06 June 2017, <https://books.google.co.id>
- Efferin, S & Soeherman, B 2010, *Seni Perang Sun Zi dan Sistem Pengendalian Manajemen: Filosofi dan Aplikasi*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, viewed 06 June 2017, <https://books.google.co.id>
- Gainess-Ross, Leslie 2008, *Corporate Reputation: 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation*, John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, NJ
- Juanda, E 2014, *Pengertian Stekholder*, viewed 29 June 2016, <http://www.komunikasi.us/index.php/course/strategic-corporate-communication/2060-pengertian-stakeholder>
- Nasdian, F. T 2014, *Pengembangan Masyarakat*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, viewed 06 June 2017, <https://books.google.co.id>

- Parsons, P.J 2004, *Etika Public Relations*, PT Erlangga Group, viewed 07 June 2017, <https://books.google.co.id>
- Rachman, N., Efendi, A & Wicaksana, E 2011, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, Penebar Swadaya, INA, viewed 28 June 2016, <https://books.google.co.id>
- Retnaningsih, H 2015, *Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat*, viewed 06 June 2017, <file:///Users/andreasmichael1/Downloads/512-1069-1-SM.pdf>
- Simamora, B 2003, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, PT Gramedia Pustaka Utama, INA, viewed 29 June 2016, <https://books.google.co.id>
- Sumartono, D 2010, *Hubungan Manfaat Kegiatan Community Relations dengan Citra Perusahaan PT Indah Kiat Pulp&Paper Tbk pada Masyarakat*, viewed 28 June 2016, <https://books.google.co.id>
- Triyono, A 2014. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program POSDAYA (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap*, viewed 28 June 2016, <https://books.google.co.id>
- Waluya, Bagja 2007, *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*, PT Setia Purna Inves, Bandung, viewed 28 June 2016, <https://books.google.co.id>
- White, J & Mazur, L 1994, *Strategic Communications Management: Making Public Relations Work*, Addison-Wesley Publishing Company.

Yudarwati, G.A 2004. *Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.01 No.2 pp. 143-155. Viewed 07 June 2017, <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/164/250>

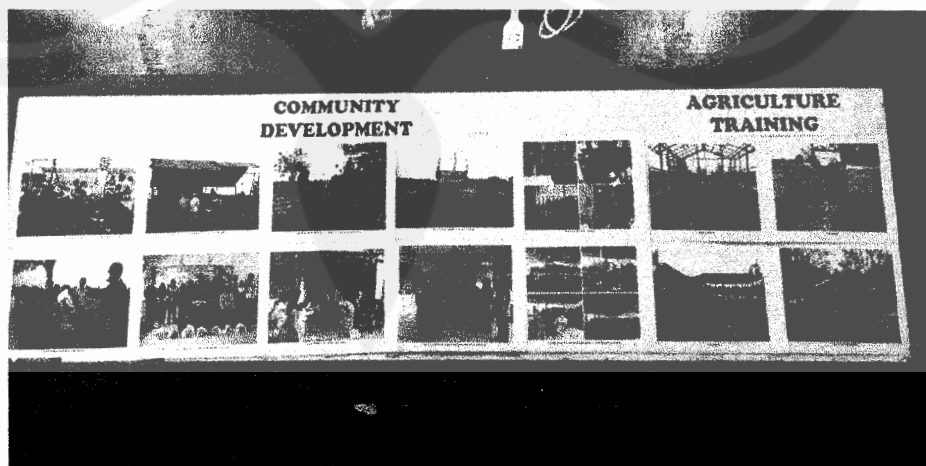


## LAMPIRAN

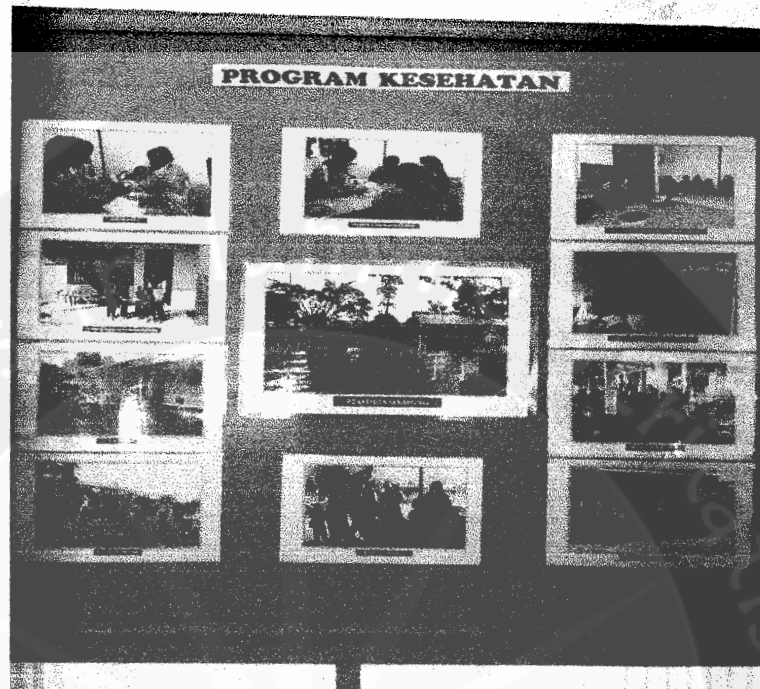
### i. Portofolio Dokumentasi Kegiatan Departemen CGLM oleh Penulis



Kumpulan Pemberitaan Media Lokal tentang CSR PT. BCS



Kumpulan Dokumentasi tentang Comdev PT. BCS



**Kumpulan Dokumentasi tentang Program Kesehatan PT. BCS**



**Hasil Padi Milik Warga dari Program Cetak Sawah PT. BCS**



**Pembelajaran Budidaya Buah Naga di *Demonstration Plot* (Demplot)**



**Dokumentasi Kunjungan Lapangan ke Sawah Milik Warga**



**Dokumentasi saat Kegiatan Posbindu Lansia**



**Dokumentasi saat Kegiatan Posbindu Lansia**



**Dokumentasi saat Kunjungan ke Sawah dan Kebun milik Warga**



**Dokumentasi Penulis Bersama Tim *Community Development***





**Dokumentasi Penulis di Depan Kantor PT. BCS di Pulau Sebuku**



**Dokumentasi Penulis di Area Tambang PT. BCS**



## PT. BAHARI CAKRAWALA SEBUKU

Branch Office :  
Panin Tower 10<sup>th</sup> Level  
Grand Sudirman  
Jl. Jend Sudirman No. 7 Balikpapan  
East Kalimantan – 76113 Indonesia  
10610  
Phone : 62-(542) 7524 000  
Fax : 62-(542) 3001 730

Mine Office  
Sebuku Coal Mine  
Pulau Sebuku  
South Kalimantan, Indonesia  
Phone : 62-(0542)-760375  
Fax : 62-(0542)-760379

Head Office :  
Kem Tower 17<sup>th</sup> Floor  
Jl. Landasan Pacu Barat  
Block B.10 Kav. No. 2 Kota Baru  
Bandar Kemayoran Jakarta Pusat  
Phone : 62-21-29987900  
Fax : 62-21-65703971

Sebuku, 24 Maret 2017

Kepada Yth.

Perkuliahan Bagian KKL

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Di\_

Tempat

Melalui surat ini, kami memberitahukan bahwa mahasiswa berikut,

Nama : Cindy Yolanda

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Telah menyelesaikan program magang pada CGLM Departement PT.BCS. di Pulau Sebuku.

Periode Maret, terhitung sejak 01 Maret 2017 s/d 24 Maret 2017, dengan perincian setiap hari adalah hari kerja, untuk karyawan yang berada di lokasi/site.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan agar dapat dipergunakan sesuai fungsinya.


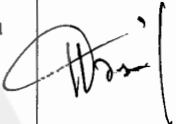
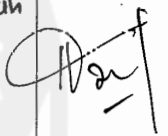

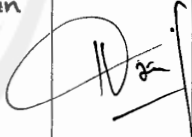
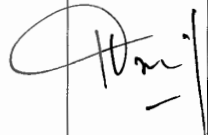
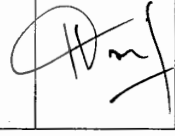
Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih

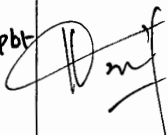
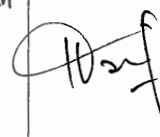
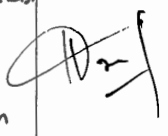
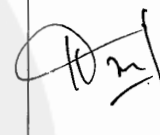
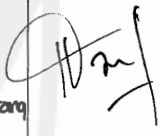
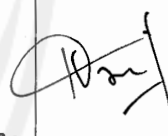
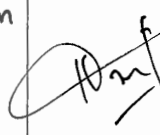
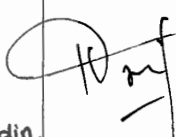
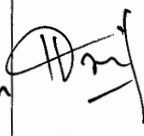
Hormat kami,

  
  
Adrianus.A.  
HRD PT. Bahari Cakrawala Sebuku

## Lembar Kegiatan KKL

Tanggal: 01 Maret 2017 s/d 24 Maret 2017


No.	Hari/ Tanggal	Jam	Divisi/ Departemen	Uraian Kegiatan	Tanda Tangan
01.	Rabu, 01 Maret 2017	13.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Sosialisasi singkat tentang safety, environment dan lingkungan kawasan di perusahaan. 2) Sosialisasi peraturan di perusahaan dan pengenalan tempat-tempat.	
02.	Kamis, 02 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Perencanaan dan penjelasan tentang program Community di Perusahaan 2) Pembelajaran mengenai CGLM Department	
03.	Jumat, 03 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Pembelajaran mengenai seluruh desa, terkait dengan latar belakang desa dan profil desa 2) Kunjungan ke desa Sekampung	
04.	Sabtu, 04 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Kegiatan pengukuran pipa untuk irigasi kelompok tani cetak sawah. 2) Ikut serta dalam kunjungan ke warga sekitar sawah	
05.	Minggu, 05 Maret 2017	07.00 s/d 12.00	CSR / CGLM	1) Kunjungan dan pemantauan langsung ke desa-desa yang ada sekitar PT.BCS	
06.	Senin, 06 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Monitoring kegiatan posyandu balita di desa Serakaman dan desa Belambus	
07.	Selasa, 07 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Ikut pertemuan koordinasi kelompok tani Sekampung. 2) Pembelajaran Annual Report	

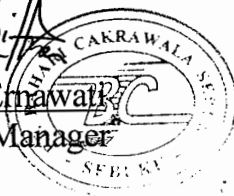
08.	Rabu, 08 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Kunjungan ke Dempot 2) Perkenalan karyawan Dempot dan penqarahan lokasi	
09.	Kamis, 09 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Monitoring kegiatan karyawan Dempot dan wawancara tentang Dempot	
10.	Jumat, 10 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Kunjungan dan bantu dokumentasi kegiatan Posyandu desa Kambungan 2) Monitoring hasil padi daerah sawah sekampung.	
11.	Sabtu, 11 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Ikut serta dalam monitoring desa-desa dengan aparat keamanan pemerintah lokal.	
12.	Minggu, 12 Maret 2017	07.00 s/d 12.00	CSR / CGLM	1) Analisis data terkait pemetaan sosial yang pernah ada disesuaikan kondisi sekarang dengan tim CSR.	
13.	Senin, 13 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Membantu mempersiapkan materi untuk karyawan lokal di demplot 2) Mempersiapkan meeting Pama & Bcs	
14.	Selasa, 14 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Ikut dalam pertemuan dan diskusi dengan petani di Desa Kambungan dan Desa Sekampung.	
15.	Rabu, 15 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Bantu dokumentasi dan persiapan dalam pemeriksaan kesehatan masyarakat di Desa Mandin.	
16.	Kamis, 16 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Kunjungan ke Dempot 2) Sosialisasi analisa dan manajemen usaha pertanian karyawan lokal di Dempot.	

17.	Jumat, 17 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	Kunjungan dalam pertemuan koordinasi dengan pihak kecamatan pulau Sebuku.	
18.	Sabtu, 18 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Persiapan dan monitoring kegiatan Posyandu Lansia di Desa Belambur	
19.	Minggu, 19 Maret 2017	07.00 s/d 12.00	CSR / CGLM	1) Pertemuan dengan bidan untuk daerah desa Sekampung. Yang disasilitasi perusahaan 2) Wawancara dengan CGLM tim di PT. BCS	
20.	Senin, 20 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Ikut team CGLM sebagai perwakilan dalam persisahan PAMA dengan aparat desa	
21.	Selasa, 21 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	Monitoring dengan team CGLM terhadap hasil panen Padi Desa Sekampung dan Desa Kanibungan	
22.	Rabu, 22 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Membantu persiapan meeting dan ikut dalam meeting manajemen dan kepolisian lokal	
23.	Kamis, 23 Maret 2017	07.00 s/d 17.00	CSR / CGLM	1) Diskusi dengan CGLM department untuk kebutuhan monthly report 2) Wawancara enviro	
24.	Jumat, 24 Maret 2017	07.00 s/d 10.00	CSR / CGLM	1) Dokumentasi kegiatan Posbindu Lansia desa Serakaman 2) Mengurus administrasi mahasiswa	

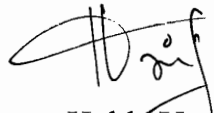
Sebuku, 24 Maret 2017

Kepala Departemen

  
Editha Ernawati  
CGLM Manager



Kepala Divisi

  
Helda Yanti  
CSR Supervisor