

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT PJB UP PAITON
STUDI KASUS *COMMUNITY BASED TOURISM* WISATA BAHARI “PANTAI BOHAY” DI DESA BINOR
KABUPATEN PROBOLINGGO**

Salsabyla Aguista

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Surabaya

salsabylaaguista16041184075@mhs.unesa.ac.id

Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Surabaya

vindasetianingrum@unesa.ac.id

Abstrak

Program CSR Wisata Pantai Bohay merupakan perpaduan antara program *corporate social responsibility* dan *community based tourism*. Perpaduan tersebut menjadikan program CSR menjadi dapat lebih mengembangkan kemampuan kelompok masyarakat penerima program dan pemberdayaan yang lebih efektif melalui program wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. PJB UP Paiton dalam *Community Based Tourism* Wisata Bahari “Pantai Bohay” Di Desa Binor Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini menggunakan model komunikasi perubahan sosial Figueroa, (2002) yaitu *catalyst*, *community dialogue* dan *collective action* dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi program CSR yang memadukan komunikasi formal dan informal menjadi salah satu poin penting dalam menjalankan program CSR Wisata Pantai Bohay.

. **Kata Kunci:** *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pariwisata berbasis Masyarakat, PT PJB UP Paiton*

Abstract

The Bohay Beach Tourism CSR Program is a combination of corporate social responsibility and community-based tourism programs. This combination makes CSR programs able to increase the ability of the community to receive the program and empower more effectively through tourism programs. This study aims to determine the communication strategy of the Corporate Social Responsibility of PT. PJB UP Paiton in Community-Based Tourism "Bohay Beach" Maritime Tourism in Binor Village Probolinggo. This study uses the social change communication model Figueroa, (2002) that is a catalyst, community dialogue, and collective action and uses descriptive qualitative methods. The research program shows that the CSR communication strategy that combines formal and informal communication is one of the important points in carrying out the Bohay Beach Tourism CSR program

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Community Based Tourism, PT PJB UP Paiton*

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya kebutuhan industri perusahaan pada kegiatan CSR. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) tengah menjadi perbincangan yang menarik juga kian menunjukkan posisinya yang semakin menguat menjadi tren di kalangan perusahaan dalam melakukan praktik bisnisnya. Karena melalui program CSR mampu mempengaruhi citra perusahaan di kalangan stakeholder (Rizka, 2013).

Berhasilnya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah kemenangan dari peran penting komunikasi. Strategi komunikasi menjadi tahapan yang

penting dalam implementasi kegiatan CSR, dengan memberikan arahan yang jelas pada setiap pemangku kepentingan, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan masyarakat penerima program CSR untuk mendapatkan solusi yang terbaik, memastikan masyarakat dan para stakeholder memahami program CSR yang akan dilakukan serta memotivasi masyarakat untuk ikut serta dan aktif dalam kegiatan program CSR agar menjadi program pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

Selaras dengan konsep dasar CSR berupa pembangunan berkelanjutan dengan memberdayakan masyarakat, kebijakan Kepariwisata Indonesia mengalami perkembangan yakni pembangunan pariwisata

dengan melibatkan dan memberdayakan masyarakat lokal serta melestarikan lingkungan sekitar (Suriyana, 2008).

Situasi tersebut juga menjadi dasar lahirnya CBT (*Community Based Tourism*). *Community Based Tourism* atau pariwisata berbasis masyarakat merupakan suatu proses pengelolaan dan pembangunan pariwisata dengan melibatkan masyarakat lokal secara aktif yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat tersebut (Novaria & Rohimah, 2017).

Community Based Tourism dengan CSR memiliki benang merah yang sama melalui salah satu prinsip CSR yakni *triple bottom lines*. Perusahaan yang menjalankan program CSR-nya dengan melakukan pengembangan CBT untuk menunjang keberlanjutan dari pembangunan pariwisata dan masyarakat, berarti harus mengikutsertakan masyarakat ke dalam setiap aspek program.

PT. PJB UP Paiton memilih Desa Binor sebagai penerima program CSR-nya. Pembangunan wisata "Pantai Bohay" melalui program CSR PJB UP Paiton memberdayakan masyarakat pesisir untuk bekerjasama dalam menjaga kebersihan dan kondisi laut serta memaksimalkan potensi-potensi yang ada di Desa Binor salah satunya melalui wisata Pantai Bohay (Binor Harmony).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai program dari data yang telah dikumpulkan (Rahardjo, 2017). Sumber data dari penelitian ini berasal dari wawancara, studi dokumen dan observasi lapangan. Narasumber dari penelitian ini adalah Tim Humas PT PJB UP Paiton, Supervisor divisi Umum dan CSR PT PJB UP Paiton serta masyarakat Desa Binor. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan tahapan pengumpulan dan mereduksi data dilanjutkan dengan tahap penyajian dan penarikan kesimpulan dengan pengujian keabsahan data melalui triangulasi hasil wawancara dari berbagai informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis penelitian yang dilakukan, ditemukan beberapa hasil sebagai berikut:

Pengenalan Karakter Masyarakat Oleh Humas PJB Paiton Memperbanyak Diskusi dengan Masyarakat Binor serta Mendengarkan Segala Keluhan dan Kebutuhan Mereka Sebelum Pemberian Program

Humas PJB Paiton melakukan diskusi dengan masyarakat Binor berusaha mencari informasi kondisi, masalah, keluhan, serta kebutuhan masyarakat Binor. Hal ini dilakukan juga karena Humas PJB Paiton berusaha mencoba masuk dan memahami kondisi maupun karakter masyarakat Desa Binor melalui komunikasi dengan

perangkat desa, *opinion leader*, tak terkecuali masyarakat Desa Binor lainnya. Selain itu juga untuk membawa perusahaan hadir di tengah masyarakat Desa Binor, mengurangi jarak yang ada antara perusahaan dengan masyarakat terdampak perusahaan yakni Desa Binor. Humas PJB Paiton meyakini bahwa dengan membawa perusahaan dekat dengan masyarakat maka masyarakat akan terstimulus dan lebih mudah menerima serta kerjasama yang baik antara perusahaan dengan masyarakat akan menjadi optimal.

Setelah Humas PJB Paiton dapat memahami kondisi maupun karakter masyarakat dalam keseharian dan berinteraksi, Humas PJB UP Paiton terus hadir ke tengah masyarakat untuk melihat dan mendengarkan masyarakat menyampaikan pendapat, keluhan, kebutuhan maupun cerita mengenai desa binor agar perusahaan dapat lebih dekat dengan masyarakat dan diterima guna lancarnya pelaksanaan program nantinya.

Tujuannya tidak hanya kedekatan, tetapi melalui proses ini Humas PJB Paiton juga berusaha menyesuaikan program dengan kondisi yang disampaikan oleh masyarakat. Komunikasi langsung yang dilakukan Humas PJB Paiton selama proses ini cukup efektif karena masyarakat dapat memberikan informasi langsung pada Humas PJB Paiton, meski karena proses ini masih tahap awal sehingga tidak mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Hal ini juga menjadi pertimbangan Humas PJB Paiton dalam menentukan strategi komunikasi di tahap selanjutnya agar masyarakat mau lebih terbuka kepada perusahaan sehingga program pemberdayaan yang akan dijalankan menjadi lebih optimal lagi.

Komunikasi Massif antara Perusahaan PT PJB UP Paiton dengan masyarakat Desa Binor dalam Perencanaan Program Wisata

Proses komunikasi yang massif dilakukan PT PJB UP Paiton dengan masyarakat Binor dalam perencanaan program wisata "Pantai Bohay" dilakukan dengan menggandeng Pemdes (Pemerintah Desa) sebagai strategi kontrol komunikasi dan diskusi dengan masyarakat Desa Binor. Strategi ini dibuat Humas PJB Paiton setelah melalui proses pengenalan, dimana dalam tahap itu nampak keinginan masyarakat yang sangat banyak dan beragam pada PJB Paiton sehingga sulit untuk dikontrol dan dapat menjadi ancaman penekanan pada perusahaan jika tidak dapat dikontrol dengan baik.

Proses komunikasi massif ini dimulai dari proses "pengakuan masalah", selain menemukan permasalahan yang diketahui sebelumnya yakni dari sampah dan kebiasaan BAB di tepi pantai dari masyarakat. Humas PJB Paiton juga menemukan adanya permasalahan dari kelompok nelayan Desa Binor terkait batasan daerah bagi nelayan untuk menangkap ikan di laut, karena wilayah PT

PJB UP Paiton sebagai OVITNAS (Objek Vital Nasional) dengan aturan batasan wilayah yang tidak boleh sembarang dimasuki oleh pihak-pihak tanpa izin. Sedangkan, sebelum adanya kompleks PLTU Paiton masyarakat pesisir Desa Binor yang mayoritas berprofesi sebagai nelayan sudah sejak dulu melakukan aktivitasnya sebagai nelayan di lokasi tersebut.

Setelah mendiskusikan dan meninjau kembali adanya permasalahan-permasalahan dilanjutkan ke proses identifikasi keterlibatan PT PJB UP Paiton dengan Kepala Desa Binor selaku pemimpin di daerah tersebut dalam menindaklanjuti diskusi sebelumnya mengenai permasalahan di Desa Binor dengan mengajak masyarakat Desa Binor. Proses ini dilakukan melalui diskusi informal yang cukup efektif diterapkan sejak pertama dalam proses pengenalan masyarakat yang dilakukan Humas PJB Paiton. Hingga akhirnya mendapatkan solusi awal yakni berupa bantuan kapal nelayan dan apartemen fish untuk kelompok nelayan saat itu.

PT PJB UP Paiton berdiskusi dan mengklarifikasi bantuan kembali pada kelompok nelayan KUB Putra Pesisir hingga akhirnya kelompok nelayan dengan melihat potensi terumbu karang yang mereka miliki juga mengusulkan dan menagih wacana yang sempat diberikan PT PJB UP Paiton mengenai wisata Snorkeling dan diving akan tetapi wacana tersebut masih hanya sekedar ide kosong tanpa adanya konsep atau model yang jelas.

Lalu Humas PT PJB UP Paiton menyamakan persepsi dan mengklarifikasinya dengan KUB Putra Pesisir sehingga memiliki sudut pandang yang sama terkait masalah dan solusinya, PT PJB UP Paiton kembali memberikan kesempatan pada KUB Putra Pesisir untuk menyampaikan bagaimana model pelaksanaan wisata yang diinginkan, hal ini bertujuan agar bantuan atau solusi yang dilaksanakan nantinya sukses karena sesuai dengan kebutuhan dan kemauan dari masyarakat penerima yakni kelompok nelayan KUB Putra Pesisir Desa Binor. Dari hasil diskusi ini didapati kesepakatan pengelolaan wisata oleh kelompok nelayan KUB Putra Pesisir.

Akan tetapi selama proses pelaksanaannya ada konflik internal dalam KUB Putra Pesisir Setelah Kepala Desa Binor mengetahui kondisi dan permasalahan tersebut, Beliau turut bekerjasama dengan Humas PT PJB UP Paiton, karena perusahaan tidak dapat serta merta mengintervensi pengelolaan program terlalu jauh terlebih dalam dinamika konflik internal kelompok penerima program.

Akhirnya, melalui hasil FGD disepakati untuk pengelolaan wisata Bahari “Pantai Bohay” dikelola oleh BUMDES Binor Energy dan kelompok-kelompok masyarakat di Desa Binor berada di bawah naungan BUMDES Binor Energy termasuk KUB Putra Pesisir.

Implementasi dan Pengelolaan Program CSR Wisata Pantai Bohay oleh BUMDES Binor Energy sebagai Perwakilan Masyarakat Desa Binor

Hingga tahap implementasi komunikasi yang dilakukan oleh Humas PJB Paiton masih massif dilakukan akan tetapi dalam tahap implementasi interaksi dan komunikasi yang dilakukan lebih sering sebagai upaya kontrol dan pengembangan program. Dalam tahap ini pun Humas PJB Paiton masih sering menerapkan komunikasi non formal, lebih bersifat santai dalam segala aspek meski untuk beberapa kepentingan memang perlu melakukan komunikasi formal dalam tahap implementasi ini seperti rapat bulanan maupun evaluasi tahunan, akan tetapi humas PJB Paiton berusaha meminimalkan karakteristik komunikasi yang kaku atas dasar karakter masyarakat yang susah menerima bila disampaikan dengan komunikasi yang kaku juga lebih rawan konflik.

Dalam mengelola program CSR wisata Pantai Bohay, Bumdes Binor Energy memimpin kelompok-kelompok masyarakat Desa Binor dan bersama-sama mengelola wisata Pantai Bohay dengan sistem “Satu Pintu, Satu Manajemen”. Sistem ini diterapkan guna meminimalkan konflik-konflik yang mungkin terjadi selama proses implementasi pengelolaan program wisata. “Satu Pintu, Satu Manajemen” merupakan sistem yang hanya dapat dilakukan melalui Bumdes Binor Energy, segala perizinan dan pengelolaan melalui satu pintu pengelola yakni Bumdes Binor Energy.

Dalam implementasi program CSR wisata Pantai Bohay yang berbasis *Community Based Tourism* Humas PJB UP Paiton benar-benar memberikan kesempatan dan wewenang dengan porsi besar bagi masyarakat pesisir Desa Binor untuk mengelola program tersebut, akan tetapi Humas PJB UP Paiton tetap mengawasi setiap perkembangan program tersebut bekerja sama dengan Bumdes Binor Energy tanpa banyak mengintervensi ke dalam pengelolaan program.

Berdasarkan bagan implementasi alur komunikasi dalam pengelolaan program CSR wisata Pantai Bohay tersebut dapat diketahui bahwa Supervisor Umum & CSR menjadi pihak yang bertanggung jawab dan menjadi *center* komunikasi atas program dibantu dengan Staff Officer Humas dan CSR dan CDO dalam pelaksanaannya. Humas PJB UP Paiton menggunakan CDO yang merupakan tenaga kontrak sebagai penanggungjawab lapangan program. Pada awal kedatangan CDO yang ditugaskan sebagai delegasi dari perusahaan untuk mengkomunikasikan program CSR wisata Pantai Bohay tidak langsung berjalan dengan baik, melainkan butuh pendekatan secara personal yang ekstra dan adanya kendala Bahasa yang berbeda namun dapat diatasi seiring intensitas komunikasi yang semakin sering dilakukan dengan masyarakat Desa Binor,

Dalam prosesnya jika masyarakat ingin menyampaikan usulan atau bahkan menyampaikan keluhan dapat melalui CDO, Staff Humas dan CSR, bahkan langsung kepada Supervisor Umum dan CSR. Tetapi dalam pelaksanaannya, tak jarang masyarakat menyampaikan pada CDO terlebih dahulu, karena CDO merupakan delegasi dari perusahaan sebagai penanggungjawab program CSR di lapangan, meski pada awal pendekatan ada kelompok masyarakat yang merasa lebih terbuka dan nyaman untuk menyampaikan pendapatnya pada CDO namun juga ada kelompok masyarakat yang justru tidak nyaman dengan CDO karena menganggapnya sebagai orang asing atau bukan pihak dari perusahaan.

Berdasarkan proses komunikasi yang dilakukan oleh staff CDO maupun staff Humas dan CSR sebagai penanggungjawab program CSR wisata Pantai Bphay di lapangan juga mengalami kendala komunikasi lainnya ketika terdapat usulan dari banyak kepala, sehingga staff CDO dan staff Humas-CSR PT PJB Paiton melakukan tindakan dengan mendatangi pihak-pihak yang bersangkutan atau yang mengusulkan tersebut lalu memberikan pengertian mana usulan yang dapat ditindaklanjuti dan mana yang tidak. Tindakan itu dilakukan guna menghindari miss komunikasi antara perusahaan PT PJB UP Paiton selaku pemberi program dengan masyarakat pesisir Desa Binor selaku penerima program, selain itu juga untuk meminimalkan kemungkinan konflik yang dapat terjadi ketika pihak-pihak pengusul yang begitu banyak dikumpulkan langsung menjadi satu.

Metode pendekatan yang diterapkan khususnya oleh staff CDO PT PJB UP Paiton yakni dengan berusaha memposisikan diri sebagai teman atau bagian dari masyarakat Desa Binor serta memperbanyak interaksi dengan masyarakat diluar jam kerja, meski dalam pelaksanaannya hingga saat ini masih ada dua kelompok masyarakat berdasarkan kecenderungan melakukan proses komunikasi, kelompok masyarakat Desa Binor yang tergolong memiliki pendidikan yang tinggi dan status ekonomi yang tinggi di Desa Binor lebih sering untuk melakukan proses komunikasi pada staff Humas-CSR, sedangkan panah berwarna biru merupakan golongan masyarakat Desa Binor yang tergolong dalam masyarakat dengan tingkat pendidikan maupun ekonomi lebih rendah lebih banyak melakukan proses komunikasi dengan Staff CDO.

Hal ini juga dipengaruhi visual dari Staff CDO yang tidak mengenakan seragam perusahaan dalam bekerja, dirasa seragam juga mempengaruhi psikologit masyarakat dalam melakukan proses komunikasi dengan perusahaan.

Pada proses evaluasi program partisipasi masyarakat sangat penting agar masyarakat Desa Binor sebagai penerima dan pengelola program maupun PT PJB UP Paiton sebagai perusahaan pemberi dan penanggungjawab program mendapatkan pembelajaran apa saja yang berhasil dan kurang berhasil. Hasil dari evaluasi partisipatif ini ditujukan untuk membuat pihak-pihak yang berkaitan didalamnya lebih siap lagi dalam memperbaiki dan memperbarui proses, bergerak lebih maju lagi, dan membuat tindakan lebih lanjut untuk masalah yang sama atau bahkan masalah yang berbeda.

Karakter komunikasi yang santai dibangun PT PJB UP Paiton dengan masyarakat pesisir Desa Binor dalam setiap prosesnya, tak terlepas saat melakukan evaluasi. Komunikasi santai, berdiskusi membahas hasil evaluasi dan apa yang harus diperbaiki serta kendala-kendala yang ada dengan minum kopi atau *ngopi*, hal ini cukup efektif dilakukan pada masyarakat pesisir Desa Binor lebih nyaman dan solutif saat proses evaluasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Humas PJB UP Paiton memiliki strategi komunikasi khusus dan unggul dalam program CSR wisata Pantai Bohay karena analisis komunikasi perubahan sosial yang berhasil disesuaikan dengan kondisi masyarakat Desa Binor selaku penerima program. Melalui analisis ini, diperoleh proses tahapan strategi komunikasi yang diterapkan Humas PJB Paiton mulai dari pra-perencanaan program, perencanaan program, hingga implementasi dan evaluasi program. Humas PJB Paiton menerapkan komunikasi santai dan interaksi komunikasi non formal juga dengan menggandeng Pemdes Binor merupakan strategi yang tepat diterapkan pada masyarakat Desa Binor selaku penerima program. Humas PJB Paiton tak hanya melakukan kerja sama yang baik dengan Pemdes Binor sebagai kontrol masyarakat, namun Humas PJB juga memanfaatkan adanya tenaga kontrak CDO (community development) yang juga menjadi bagian Humas PJB Paiton untuk berinteraksi dan melakukan komunikasi massif dengan masyarakat Desa Binor meski terkadang komunikasi dan interkasi yang dijalin perlu dilakukan diluar jam kerja sehingga menciptakan kepercayaan (trust) di masyarakat Binor, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program CSR sehingga dapat mendukung berjalannya program berbasis CBT hingga menjadi program CSR wisata yang optimal.

Saran

Bagi PT PJB Paiton untuk menjaga komitmen dan gaya komunikasi dalam pengelolaan program CSR, serta mengoptimalkan kualitas SDM guna mengembangkan program CSR wisata khususnya dalam kegiatan berpromosi.

Bagi akademisi, bila penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya, pengkajian dan wawancara lebih mendalam sebaiknya dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal terkait strategi komunikasi program CSR khususnya dalam sektor pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Hajuda, R. (2013). Perbandingan Pelaksanaan CSR Unilever pada UK sebagai *Home Country* dan Indonesia sebagai *Host Country*. *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Novaria, R., Rohimah, A. (2017). Pengembangan *Community Based Tourism* sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat dan Pemasaran Pariwisata di Wonosalam Kabupaten Jombang. *FISIP Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 Surabaya*.
- Rahardjo, M. (2017). Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya. *Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Suryani, A. (2008). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal. *STKIP PGRI Sumatera Barat*.

