

AKTIVITAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENCIPTAKAN PARTISIPASI MASYARAKAT (KASUS PADA PERTAMINA REFINERY UNIT VI BALONGAN)

Ilona V. Oisina Situmeang

Program Pascasarjana, Fakultas Komunikasi UPI-YAI Jakarta
Kampus A Gedung Fakultas Ilmu Komunikasi Lt. 2
Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat
Telp. 081511617896 E-mail: ilonaoisina@yahoo.com

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is an obligatory social activity that must be carried out by companies operating in Indonesia. The CSR undertaken by the company can establish community participation. This study used a qualitative approach with descriptive nature. Data was collected through in-depth interviews (with community of Balongan, Sukaurip, and Majakerta), conducting observation, group discussion, and journal. The obtained results indicate that various CSR programs conducted by Pertamina is very beneficial to the surrounding community. However, it is expected that the community will be involved in all stages of participation. The community have already been involved in level of planning, implementing, and leveraging community activities concurrently with the company, but they have never been involved in the stage of evaluating and therefore they were not well-informed about achieved results of the conducted activities.

Key Words: CSR, community, participation

PENDAHULUAN

Kehadiran perusahaan dalam suatu wilayah merupakan salah satu bukti bahwa wilayah tersebut memiliki potensi yang baik secara ekonomi, sosial budaya, sumberdaya alam dan sumberdaya lainnya, sehingga menimbulkan efek pengganda yang positif bagi masyarakat sekitar. Sangat rugi, jika kehadiran sebuah perusahaan justru menghilangkan potensi sesungguhnya dan membangun jurang pemisah antara masyarakat dengan perusahaan. Untuk menghilangkan jurang pemisah antara perusahaan dengan masyarakat perlu dilakukan komunikasi yang efektif. Berangkat dari pemikiran tersebut, perusahaan berlomba-lomba untuk hadir di tengah masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial: mulai dari pemberian beasiswa pendidikan, ketertiban umum, peningkatan ekonomi, pelayanan kesehatan kepada ibu dan anak, pendampingan untuk menyelesaikan masalah lingkungan hidup serta pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu cara untuk menghindari kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat dapat dilakukan dengan suatu kepedulian perusahaan

dalam bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui kegiatan CSR ini diharapkan dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Program CSR merupakan konsep yang terus berkembang, memberikan panduan bagaimana sebuah organisasi berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sosialnya. Secara umum, menurut Carr dkk, (2004) CSR dipahami sebagai cara organisasi dalam mengintegrasikan kepentingan sosial, lingkungan hidup dan ekonomi dalam nilai-nilai budaya, pengambilan keputusan, strategi dan operasi organisasi dengan cara yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Implementasi berbagai aspek tersebut akan dapat meningkatkan kehidupan sosial masyarakat. Contoh dari program CSR yang dapat dilakukan organisasi di antaranya derma (*charity*), filantropi (*philanthropy*), kerja sukarela (*volunteer work*), dan pengurangan dampak lingkungan (*the reduction of environmental impact*).

Walaupun demikian, dalam pelaksanaannya banyak program CSR yang bias. Kegiatan yang dilakukan seringkali hanya bagian dari kegiatan

promosi produk atau perusahaan yang sifatnya jangka pendek. Seringkali dalam praktiknya program CSR hampir disamakan dengan derma (*charity*), sehingga ketika perusahaan membagikan hadiah kepada masyarakat di sekitar, perusahaan sudah dianggap melaksanakan program CSR kepada masyarakat. Kegiatan derma (*charity*) ini dapat menyebabkan masyarakat menjadi bergantung pada bantuan dari perusahaan. Hal tersebut menyebabkan tidak ada manfaat yang berkelanjutan yang dirasakan masyarakat. Sesungguhnya, konsep program CSR tidak sama dengan derma (*charity*) atau kedermaan (*philanthropy*) yang lebih spontan pemberian dan kegiatan tidak memiliki efek jangka panjang bagi masyarakat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Thamrin dkk, (2010) mengatakan bahwa praktik CSR yang selama ini dilakukan oleh beberapa perusahaan di Indonesia belum menunjukkan hasil yang signifikan khususnya bila dikaitkan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pola *Community Development* (CD) merupakan bentuk CSR yang saat ini banyak dipraktikkan oleh perusahaan besar. Masalahnya, apakah makna yang terkandung dalam CD sudah diimplementasikan secara benar. Dalam Implementasi CD benar-benar dapat terlaksana diasumsikan apabila CSR diimplementasikan melalui model alternatif implementasi CSR yang berbasis pada pemanfaatan modal sosial, maka CSR akan lebih bermakna bagi pemberdayaan masyarakat baik di bidang ekonomi, sosial dan budaya secara berkelanjutan.

Program CSR yang dijalankan oleh perusahaan hendaknya dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek kehidupan masyarakat sehingga memiliki manfaat jangka panjang bagi penerimanya. Komunikasi yang konvergen menjadi kunci kesuksesan bagi program CSR dan melalui komunikasi yang efektif dapat menciptakan kesadaran masyarakat akan keberadaan perusahaan. Upaya mengkomunikasikan kegiatan CSR secara tepat sasaran membantu masyarakat untuk mengetahui berbagai keuntungan yang dapat dirasakan serta membangun brand power perusahaan, sehingga tingkat resiko perusahaan dalam menghadapi gejolak sosial dan konflik masyarakat akan menurun.

Menurut Widiyanarti (2005), pendekatan CSR hendaknya dilakukan secara holistic. Artinya,

pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dalam kegiatan bisnis semata, melainkan juga bergerak dari yang sifatnya derma (*charity*) menuju ke arah CSR yang lebih menekankan pada keberlanjutan pengembangan masyarakat (*community development*). Intinya, bagaimana melalui program CSR, masyarakat menjadi tergerak untuk berpartisipasi dalam berbagai program CSR yang dilaksanakan. Jika masyarakat mulai melibatkan diri untuk berpartisipasi dalam berbagai program CSR akan menciptakan masyarakat yang mandiri dan berdaya, baik secara ekonomi, sosial budaya, lingkungan hidup secara berkelanjutan (*sustainability*) sehingga perusahaan juga dapat terus berkembang dengan dukungan masyarakat sekitar. Dalam konteks ini, CSR lebih dimaknai sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang melakukannya.

Konsep dan pemahaman program CSR yang baik yang diterapkan perusahaan haruslah sustainable, tidak hanya mengenai masalah lingkungan tetapi masalah sosial yang berkelanjutan. Dari sisi kepentingannya CSR memiliki tiga dasar utama, yaitu: ekonomi, sosial dan lingkungan. Sebetulnya, konsep sosial itu memberikan dimensi-dimensi yang membuat perusahaan tidak hanya baik di mata masyarakat, tetapi juga baik bagi perusahaan sebagai kompensasi atau imbalan terhadap perusahaan yang memperhatikan masyarakat. Minimal dari aspek resiko, perusahaan bisa melakukan operasional perusahaan dengan baik di tengah masyarakat dengan melakukan komunikasi yang efektif dengan masyarakat.

Dalam perusahaan atau organisasi, komunikasi yang terjadi tidak hanya komunikasi yang melibatkan publik internal perusahaan namun juga melibatkan publik eksternal, agar terjadi kesinergian. Komunikasi dengan publik eksternal ini dilakukan agar publik internal dapat berinteraksi dengan publik di luar organisasi. Salah satu cara yang bisa digunakan perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan publik di luar organisasi adalah dengan melakukan program CSR yang berkesinambungan yang memiliki manfaat jangka panjang bagi kehidupan masyarakat sekitar perusahaan. program CSR merupakan salah satu bentuk komunikasi organisasi yang dilakukan oleh perusahaan dan diperuntukkan bagi masyarakat.

Kegiatan ini bermanfaat untuk mengurangi dampak negatif yang terwujud dalam bentuk

kesenjangan antara kemajuan gerak perusahaan, keadaan serta harapan masyarakat sekitarnya. Sebagian masyarakat sekitar wilayah operasi perusahaan sering beranggapan pelaksanaan program CSR di wilayahnya masih belum seimbang dengan sumberdaya yang diambil maupun yang dimanfaatkan oleh perusahaan. Oleh karena itu komunikasi yang efektif kepada masyarakat dan informasi berupa persepsi dari masyarakat akan bermanfaat bagi perusahaan dalam merancang kegiatan yang orientasinya untuk memenuhi harapan dan keinginan masyarakat serta untuk kemajuan perusahaan. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa perusahaan akan berhasil dalam menjalankan program CSR yang berpihak kepada kebutuhan masyarakat (Situmeang, 2012). Konflik dalam aktivitas komunikasi adalah bukti adanya kemacetan komunikasi (Hamijoyo, 2001). Suatu proses komunikasi untuk memberikan informasi yang benar akan menimbulkan suatu ketenangan dalam kehidupan masyarakat. Apabila isu atau informasi yang dikembangkan orang dalam berinteraksi tidak seirama dengan apa yang terjadi, maka timbullah konflik dalam setiap pertukaran pesan, baik yang bersifat individu, kelompok maupun masyarakat. Akibatnya benturan sosial tidak dapat dihindari, baik dalam bentuk fisik maupun penekanan setiap ide yang berkembang dalam setiap komponen kehidupan masyarakat (Usman, 2001).

PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan merupakan salah satu dari tujuh Refinery Unit PT Pertamina yang beroperasi di Indonesia. Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN yang rutin melaksanakan program CSR kepada masyarakat sekitar. Program CSR yang dilakukan merupakan komunikasi organisasi perusahaan untuk masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan partisipasi masyarakat di Balongan dalam berbagai tahapan partisipasi dan berbagai program CSR. Namun seringkali komunikasi lebih mengutamakan pada pandangan perusahaan bukan mengutamakan pada pandangan stakeholder, atau partisipasi mereka dalam program CSR tersebut.

Penerapan program CSR PT Pertamina yang dilakukan oleh divisi Hubungan Pemerintah dan Masyarakat (Hupmas) merupakan refleksi nilai dan budaya perusahaan yang terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan masa kini dan mendatang, yang memberikan manfaat bagi PT Pertamina, *shareholder* dan *stakeholder*. Mengingat kondisi

nyata masyarakat, maka PT Pertamina dalam penerapan program CSR saat ini lebih diprioritaskan untuk membantu pemerintah dan masyarakat dalam memecahkan permasalahan sosial di sekitar wilayah kegiatan operasional perusahaan. Namun pelaksanaan program CSR dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan melalui divisi Hupmas. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi lima wilayah yaitu: wilayah kilang Balongan, wilayah kilang LPG Mundu, wilayah WITP Salamdarma, wilayah Perumahan Bumi Patra dan wilayah Single Boi Mourine (SBM) dan *Single Point Mourine* (SPM). Namun pada penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah kilang Balongan (Situmeang, 2012). Indikator keberhasilan dari program CSR yang dilakukan dapat dilihat dari dua sisi yaitu perusahaan dan masyarakat. Dari sisi perusahaan, citra perusahaan harus semakin baik di mata masyarakat. Sementara itu, dari sisi masyarakat, harus ada partisipasi aktif dari masyarakat dan terciptanya pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu penting bagi perusahaan melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program CSR yang dilakukan oleh Hupmas. Salah satu ukuran penting keberhasilan program CSR adalah jika masyarakat secara aktif berpartisipasi dalam melakukan program CSR (Situmeang, 2012).

Fenomena di atas yang mendorong penelitian ini dilaksanakan di PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan, untuk melihat bagaimana Aktifitas CSR dalam menciptakan partisipasi masyarakat Balongan.

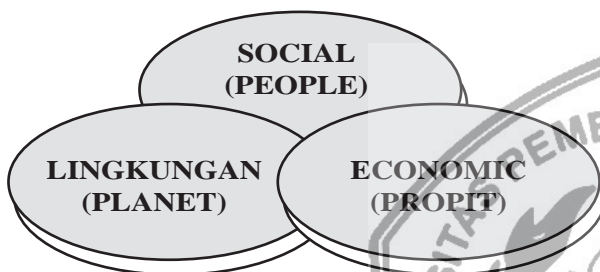
Corporate Social Responsibility

Seiring dengan peradaban modern eksistensi suatu perusahaan atau dunia usaha terus menjadi sorotan. Salah satu isu penting yang masih terus menjadi perhatian dunia usaha hingga saat ini adalah soal CSR sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, persoalan kegiatan CSR mengalami rumusan konseptual yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang dialami oleh dunia usaha itu sendiri. Pada awalnya dan untuk waktu yang sangat panjang, dunia usaha barang kali tidak perlu atau tidak pernah berfikir mengenai CSR. Hal ini karena proposi teori klasik, sebagaimana dirumuskan oleh Adam Smith tugas korporasi diletakkan semata-mata mencari keuntungan, "*the only duty of the corporation is to make profit*. Motivasi utama setiap perusahaan atau industri atau bisnis adalah

meningkatkan keuntungan (Djalil, 2003).

Elkington dalam Wibisono (2007), mengembangkan konsep Triple bottom lines dalam istilah economic prosperity, environmental quality, social justice. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memikirkan 3P (profit, people, planet), yaitu selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet).

Penelitian Iryani (2009) mengatakan bahwa triple bottom lines merupakan suatu konsekuensi dari definisi sustainable development yang mana mempunyai tiga elemen penting yaitu pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan dan kesejahteraan sosial, terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1.
Triple Bottom Lines dalam Kegiatan
Tanggungjawab Sosial Perusahaan
Sumber: Iryani, 2009

Penelitian Pflieger dalam Machiavelli (2011), menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan stakeholders terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab. Hasil lain mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern menyadari sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan sosial juga merupakan bagian penting dari perusahaan. Ferreira dalam Machiavelli (2011), menyatakan bahwa persoalan konservasi lingkungan merupakan tugas setiap individu, pemerintah dan perusahaan. Sebagai bagian dari tatanan sosial, perusahaan seharusnya melaporkan

pengelolaan lingkungan perusahaannya dalam annual report, Hal ini karena terkait dengan tiga aspek persoalan kepentingan: keberlanjutan aspek ekonomi, lingkungan dan kinerja sosial.

Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat sering kali dikaitkan dengan kegiatan pembangunan dalam masyarakat. Keberhasilan pembangunan nasional sangat ditentukan oleh peran serta dan partisipasi masyarakat. Partisipasi merupakan peran serta individu atau sekelompok masyarakat dalam suatu kegiatan. Menurut Rogers (2003) pembangunan itu sendiri adalah partisipasi. Pendapat tersebut dikuatkan oleh Slamet (2003) yang mengemukakan bahwa indikator keberhasilan pembangunan bisa diukur dari ada tidaknya partisipasi masyarakat. Slamet (2003) mendefinisikan partisipasi sebagai keterlibatan aktif dan bermakna dari penduduk pada tingkatan yang berbeda: (1) Dalam proses pembentukan keputusan untuk menentukan tujuan dan pengalokasian sumberdaya untuk mencapai tujuan tersebut, (2) Pelaksanaan program secara sukarela, dan (3) Pemanfaatan hasil-hasil dari suatu program.

Menurut Asngari (2008) berdasarkan area-area pembangunan maka partisipasi dapat dikelompokkan dalam dua pilihan yaitu: (1) Partisipasi sebagai alat, dimasukkan untuk menciptakan teknik atau metoda untuk mengimplementasikan partisipasi dalam praktek pembangunan, dan (2) Partisipasi sebagai tujuan, dimaknai sebagai pemberdayaan masyarakat sesuai kemampuan mereka, untuk secara bersama mengambil bagian dan bertanggungjawab atas pembangunan mereka sendiri.

Asngari (2003) juga menjelaskan makna partisipasi atas enam di antaranya: (1) Partisipasi dalam pengambilan keputusan, (2) Partisipasi dalam pengawasan, (3) Partisipasi mendapatkan manfaat dan penghargaan, (4) Partisipasi sebagai proses pemberdayaan (*empowerment*), (5) Partisipasi bermakna kerja kemitraan (*partnership*), dan (6) Partisipasi akibat pengaruh *stakeholder* dalam pengambilan keputusan, pengawasan dan penggunaan "resource" yang bermanfaat.

Agar partisipasi bisa tumbuh, menurut Slamet (2003) paling tidak ada tiga syarat yang harus dipenuhi, yaitu: (1) Adanya kesempatan untuk membangun kesempatan dalam pembangunan, (2) Adanya kemampuan untuk memanfaatkan

kesempatan itu, dan (3) Adanya kemauan untuk berpartisipasi.

Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Partisipasi merupakan keterlibatan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap pembangunan mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Masyarakat tidak lagi menjadi obyek dari pembangunan tetapi menjadi subyek aspirasi, menentukan pilihan, memanfaatkan peluang dan menyelesaikan masalahnya. Melalui pendekatan partisipatif ini masyarakat dapat memiliki pengaruh dan kontrol terhadap berbagai inisiatif pembangunan dan pemanfaatan sumberdaya yang akan mempengaruhi kehidupannya maupun lingkungannya. Partisipasi sepadan dengan arti peran serta, ikut serta, keterlibatan atau proses belajar bersama saling memahami menganalisis, merencanakan dan melakukan tindakan oleh sejumlah anggota masyarakat.

Partisipasi masyarakat merupakan proses yang melibatkan masyarakat umum dalam pengambilan keputusan, perumusan, pelaksanaan dan pengawasan kebijakan dalam penyelenggaraan pemerintah, pembinaan masyarakat dan pembangunan. Masyarakat harus memiliki kesempatan ikut berpartisipasi dalam segala kegiatan yang ada, mulai pemeriksaan awal masalah, daftar pemecahan yang mungkin diambil, pemilihan satu kemungkinan tindakan, mengorganisasi pelaksanaan, evaluasi dalam tahap pelaksanaan, hingga memperdebatkan mutu dari mobilisasi atau organisasi lebih lanjut (Goulet, 1990). Pemrakarsa partisipasi dapat berasal dari atas (penguasa atau para ahli), bawah (masyarakat) atau pihak ketiga dari luar. Jika berasal dari atas, maka biasanya disertai oleh kontrol sosial tertentu atas proses dan pelaku-pelaku partisipasi. Pembangunan dalam sebuah sistem yang non demokratis biasanya masih memperbolehkan partisipasi di tingkat mikro (pemecahan masalah) asalkan tidak mengganggu ketentuan atau aturan di tingkat makro (Goulet, 1990). Partisipasi ideal yang sulit ditemukan dalam tataran praktis adalah partisipasi yang dimulai dari tingkat bawah dan berkembang ke tingkat atas menuju bidang-bidang yang semakin meluas dalam pembuatan keputusan. Bentuk partisipasi ideal diprakarsai, atau sekurang-kurangnya disetujui, oleh masyarakat non elit yang berkepentingan pada tingkat awal dalam urutan

keputusan-keputusan (Goulet, 1990).

Pemberdayaan pada dasarnya adalah pemberian kekuatan kepada pihak yang kurang atau tidak berdaya (*powerless*) agar dapat memiliki kekuatan yang menjadi modal dasar aktualisasi diri. Aktualisasi diri merupakan salah satu kebutuhan mendasar manusia. Pemberdayaan yang dimaksud tidak hanya mengarah pada individu semata, tetapi juga kolektif (Hikmat, 2001). Pengertian ini kurang-lebih sama dengan pendapat Payne dan Shardlow (Adi, 2002) mengenai tujuan utama pemberdayaan adalah membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan, yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Pemberdayaan menyangkut permasalahan bagaimana individu, kelompok ataupun masyarakat berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Pembangunan merupakan proses peningkatan kemampuan manusia untuk menentukan masa depannya mengandung arti bahwa masyarakat perlu dilibatkan dalam proses pembangunan dan masyarakat perlu berperan serta. Peran serta masyarakat dalam pembangunan harus melibatkan masyarakat secara keseluruhan dalam pembangunan tersebut. Dalam artian masyarakat harus berperan serta mulai dari tahap perencanaan sampai dengan tahap evaluasi. Menumbuhkan partisipasi dalam masyarakat desa pada awalnya memang bukan pekerjaan yang mudah, karena menyangkut perubahan sikap mental dan budaya yang mungkin sudah melembaga dalam masyarakat bersangkutan. Menurut Ife (1995) agar masyarakat terdorong untuk berpartisipasi perlu diperhatikan dan dipertimbangkan beberapa prasyarat (*condition*), di antaranya: (1) Anggota-anggota masyarakat akan berpartisipasi apabila isu atau kegiatan yang ditawarkan dianggap penting oleh mereka, (2) Kegiatan yang ditawarkan kepada masyarakat, oleh setiap masyarakat dirasakan akan memberikan perbedaan yang nyata bagi perubahan yang lebih baik, (3) Apapun bentuk partisipasi dari setiap anggota masyarakat harus dihargai dan diberi nilai tinggi, (4) Tersedia peluang atau kesempatan bagi setiap anggota masyarakat untuk berpartisipasi dan apapun bentuk partisipasi tersebut harus didukung, dan (5) Struktur dan proses kegiatan bukan merupakan sesuatu yang asing bagi anggota-anggota masyarakat, artinya harus komparabilitas

dengan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat.

Dalam hal pendekatan pembangunan, tuntutan akan partisipasi ini telah mengubah paradigma mengenai posisi masyarakat dalam proses pembangunan. Masyarakat tidak lagi ditempatkan sebagai obyek, tetapi ikut terlibat mulai dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan hingga pertanggungjawabannya. Pendekatan ini menyadari betapa pentingnya kapasitas masyarakat untuk meningkatkan kemandirian dan kemampuan internalnya atas segala sumberdaya yang dimilikinya. Model semacam ini sangat menekankan pentingnya pemberdayaan (empowerment) dan inisiatif rakyat sebagai inti dari sumberdaya pembangunan.

Stephens dkk, dalam Sutrisno (2000) membedakan tahap partisipasi dalam proses pembangunan atas: (1) Partisipasi pada tahap perencanaan; (2) Partisipasi pada tahap pelaksanaan; (3) Partisipasi pada tahap pemanfaatan, dan (4) Partisipasi pada tahap penilaian pembangunan. Partisipasi dalam perencanaan dan pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, pemanfaatan hasil pembangunan dan dalam pemantauan dan evaluasi kegiatan pembangunan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam menjawab permasalahan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif yang memiliki kata kualitatif menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya (Denzin dan Lincoln dalam Juliansyah, 2011).

Sifat penelitian dengan menggunakan sifat deskriptif penelitian yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan (Arikunto, 2009)

Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam termasuk wawancara semi terstruktur. Wawancara ini dilakukan dengan dua cara, yaitu wawancara secara mendalam dilakukan kepada tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh adat, perangkat desa serta perwakilan dari masyarakat dan wawancara terstruktur dilakukan kepada semua responden penelitian pada saat disebar kuesioner, diskusi kelompok dengan beberapa perwakilan dari masyarakat Balongan, Sukaurip dan Majakerta

untuk diajak berdiskusi terhadap manfaat yang dirasakan masyarakat akan adanya program kegiatan CSR yang dilakukan PT Pertamina, observasi terhadap aktivitas, perilaku, tindakan, percakapan, interaksi antar personal, proses dalam organisasi atau masyarakat, atau aspek lain dari pengalaman manusia yang dapat diamati dan dibuat dalam bentuk catatan lapangan yaitu: deskripsi rinci, termasuk konteks pengamatan (Patton, 2002), dan dokumentasi (*documentation*) dari dokumen, arsip, maupun referensi yang relevan di instansi yang ada kaitannya dengan penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari: Company Profile PT Pertamina, *Company Profile program CSR PT Pertamina (Persero) Refinery Unit VI Balongan*, Instansi Pemerintahan Daerah Indramayu, Jawa Barat, serta Buku-buku literatur yang digunakan, jurnal, majalah maupun data lain yang didapat dari sumber sekunder.

PEMBAHASAN

Partisipasi harus dipahami dengan baik sehingga tujuan pemberdayaan masyarakat melalui pembangunan secara partisipasi dapat tercapai. Sejalan dengan perkembangan pembangunan dan tuntutan paradigma pembangunan berkelanjutan. Pertamina melaksanakan kegiatan CSR dimulai dengan pendekatan *do good* dan *to look good*, yang bersifat *charity* dan *filantropis*, karena kedua hal tersebut dipandang tidak mampu untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat lokal, khususnya penerima manfaat seperti jenis bantuan tunai untuk anggota masyarakat, mengikuti perlombaan, peringatan hari ulang tahun Pertamina, dan kegiatan seremonial lainnya. Sehingga bila tetap dijalankan akan menimbulkan ketergantungan masyarakat terhadap perusahaan yang telah dilaksanakan dalam program kegiatan CSR akan menjadi tidak ada artinya.

Pemilihan program kegiatan pengembangan ekonomi bagi masyarakat lokal untuk penanggulangan kemiskinan bukan tidak beralasan. Pengembangan ekonomi lokal yang berbasis pada kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah harus difokuskan bukan hanya pada individu atau keluarga tetapi juga pada masyarakat. Dalam konteks partisipasi masyarakat harus berusaha menciptakan usaha produktif yang dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat secara keseluruhan. Pengembangan ekonomi lokal bertujuan untuk mendorong

partisipasi masyarakat lokal untuk mengembangkan sumber-sumber yang ada secara lebih mandiri dengan inisiatif yang tumbuh secara lokal (Suparjan, 2008).

Oleh karena itu kegiatan CSR yang dijalankan oleh Pertamina bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat bukan didasarkan atas keinginan masyarakat saja namun juga berdasarkan pada pendekatan dan partisipasi aktif dari masyarakat. Kegiatan CSR yang dilaksanakan harus dengan melibatkan masyarakat lokal. Keterlibatan masyarakat dalam seluruh program kegiatan CSR sangat menentukan keberhasilan dari program tersebut. Pendekatan partisipasi top down menjadi pendekatan bottom up yang berkelanjutan dalam strategi program kegiatan CSR masyarakat diikutsertakan dalam berbagai perencanaan program, pelaksanaan program, pemanfaatan program dan evaluasi program kegiatan yang dilaksanakan oleh Pertamina.

Bentuk partisipasi masyarakat dalam menentukan jenis program kegiatan pembangunan dirasakan masyarakat sebagai kebutuhan dan cara mengatasi berbagai masalah yang dihadapi masyarakat. Dalam kaitan ini Pertamina menunjuk UU No 22 tahun 1999 sebagai landasan kegiatan pemberdayaan masyarakat: "Bahwa dalam rangka pemberdayaan masyarakat pihak ketiga yang melaksanakan pembangunan bagi wilayah desa/kelurahan (di sekitar masyarakat) menjadi wilayah industri harus melibatkan masyarakat sekitar baik melalui pendekatan kelembagaan atau kelompok masyarakat maupun individu". Partisipasi masyarakat dilakukan dengan pendekatan bahwa kegiatan yang dilakukan Pertamina merupakan kegiatan yang bertujuan untuk kepentingan dan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah kilang Balongan. Pentingnya keterlibatan masyarakat secara sadar dalam berbagai kegiatan CSR akan menumbuhkan rasa memiliki dan mengetahui terhadap program kegiatan yang dilaksanakan sehingga masyarakat merasa bahwa kegiatan yang dilaksanakan merupakan kegiatan Pertamina yang bermanfaat bagi dirinya dan keluarganya. Hal ini juga diungkapkan oleh Angeningsih, (2008) mengatakan bahwa yang mengkhawatirkan tumbuhnya partisipasi masyarakat bukan karena kesadaran dari masyarakat itu sendiri melainkan karena kepentingan dan kemauan dari agen pendana.

Partisipasi merupakan sebuah konsep dan

praktek terhadap keterlibatan masyarakat dalam menciptakan dan berbagi pengetahuan, pengalaman, serta keinginannya untuk mengejar dan memilih tujuannya sendiri (Cornish & Alison, 2009). Partisipasi merupakan keterlibatan masyarakat secara aktif dan mengambil bagian dalam suatu kegiatan CSR. Inisiatif kegiatan atau program dapat berasal dari perusahaan, pemerintah daerah maupun dari masyarakat itu sendiri. Partisipasi masyarakat merupakan suatu proses dimana masyarakat dilibatkan dalam suatu kegiatan dimulai dari tahapan merencanakan kegiatan, melaksanakan kegiatan, memanfaatkan kegiatan dan mengevaluasi kegiatan. Tujuan dari partisipasi masyarakat dalam berbagai program kegiatan CSR adalah untuk menciptakan persepsi dan citra positif masyarakat terhadap kegiatan CSR dan perusahaan. Selain itu untuk menciptakan keberdayaan masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat.

Merencanakan Kegiatan

Perencanaan merupakan suatu upaya penyusunan kegiatan, baik kegiatan yang sifatnya umum maupun spesifik, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Keterlibatan masyarakat dalam merencanakan berbagai kegiatan merupakan suatu manifestasi pemenuhan kebutuhan dan sebagai bentuk kesadaran masyarakat sebagai bagian dari suatu komunitas. Partisipasi masyarakat dalam merencanakan kegiatan akan membantu Pertamina sebagai penyelenggara kegiatan dalam menentukan arah kegiatan yang akan dilaksanakan. Sebagian dari masyarakat yang ikut merencanakan kegiatan tersebut mengungkapkan alasan pragmatisnya yaitu merencanakan kegiatan yang bersifat charity untuk mendapatkan bantuan, santunan atau fasilitas yang lain dari Pertamina pada saat kegiatan berlangsung. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa sebagian masyarakat masih menaruh harapan yang besar agar kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini mampu memberikan manfaat dan keuntungan bagi kehidupan masyarakat baik yang bersifat jangka panjang maupun pendek. Hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa:

"..Masyarakat Balongan, Sukaurip dan Majakerta sering dilibatkan dalam tahap merencanakan berbagai program kegiatan CSR baik di bidang ekonomi, sosial dan pengelolaan lingkungan hidup, namun dalam hal-hal tertentu seperti menentukan

kegiatan apa yang nantinya dilaksanakan, waktu pelaksanaan, lokasi pelaksanaan, peserta dan dana dari kegiatan CSR yang akan dilaksanakan tetap diputuskan oleh pihak penyelenggara kegiatan yaitu Pertamina dan pendamping program kegiatan.”

Sisi positif dari partisipasi masyarakat dalam tahap perencanaan, adalah mendorong munculnya keterlibatan masyarakat secara emosional terhadap berbagai program kegiatan CSR yang akan dilaksanakan oleh Pertamina baik kegiatan yang bersifat *charity* maupun *community development* baik dalam bidang ekonomi, sosial dan pengelolaan lingkungan hidup sehingga masyarakat secara bersama-sama dapat merencanakan kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

Melaksanakan Kegiatan

Dari hasil diskusi kelompok yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa dalam tahap melaksanakan kegiatan, di antaranya (1) sebagian besar masyarakat menganggap kegiatan yang berlangsung telah sesuai dengan keinginan dari masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk mengikuti kegiatan CSR yang dilaksanakan, (2) dalam melaksanakan kegiatan CSR secara langsung masyarakat memperoleh santunan dari perusahaan seperti pembagian sembako, susu cair, uang tunai, dan sebagainya, (3) kegiatan yang berlangsung memberikan manfaat bagi masyarakat serta bagi perusahaan, dan (4) beberapa program kegiatan yang dilaksanakan bertujuan untuk menciptakan kedekatan antara Pertamina dengan masyarakat, biasanya Pertamina maupun pemerintah daerah menyerahkan sepenuhnya kepada masyarakat untuk melaksanakan kegiatan CSR tersebut. Pertamina maupun pemerintah daerah hanya sebagai pengontrol dari kegiatan yang dilaksanakan, hal ini dilakukan agar masyarakat menyadari bahwa kegiatan yang dilakukan Pertamina merupakan kegiatan yang memberikan manfaat bagi masyarakat.

Pertamina sepenuhnya mempercayakan masyarakat untuk terlibat dalam merencanakan serta melaksanakan kegiatan CSR, namun dalam menentukan kegiatan yang akan berlangsung ditentukan oleh Pertamina. Hal ini disebabkan oleh berbagai alasan diantaranya masyarakat dianggap belum mempunyai untuk melaksanakan kegiatan yang sesuai dengan yang telah direncanakan

sebelumnya, sehingga semua kegiatan yang ingin dilaksanakan semuanya disusun oleh Pertamina, sedangkan masyarakat diundang untuk mengikuti pertemuan dalam merencanakan kegiatan yang akan berlangsung. Pertamina memiliki alasan tertentu untuk tidak melibatkan sepenuhnya masyarakat dalam beberapa kegiatan CSR, hal ini dikarenakan bahwa untuk dapat berpartisipasi dalam kegiatan harus memiliki pengetahuan, kemampuan serta kemauan dari masyarakat. Namun untuk sebagian besar masyarakat daerah ring satu sangat sedikit ditemukan sumberdaya manusia yang memiliki kualitas yang dibutuhkan dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, Pertamina telah menyusun program terpadu yang dibagi berdasarkan masing-masing ring dan dibedakan atas wilayah pendukung utama unit produksi serta wilayah dengan pendukung sarana penunjang, sehingga informasi yang disampaikan untuk masing-masing ring akan berbeda juga. Seperti contohnya informasi tentang diperbolehkannya untuk menggunakan lahan kosong milik Pertamina hanya untuk masyarakat ring satu untuk ditanam padi yang mana hasilnya diberikan untuk masyarakat dan organisasi kemasyarakatan sesuai dengan pembagian yang telah disepakati oleh Pertamina dan masyarakat.

Memanfaatkan Kegiatan

Tahapan dalam memanfaatkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk masyarakat dirasakan benar-benar bermanfaat dan berguna bagi masyarakat sekitar. Hal ini terbukti dari hasil wawancara dengan salah seorang masyarakat Desa Sukaurip dan pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa:

“..masyarakat dalam memanfaatkan kegiatan CSR yang dilakukan oleh Pertamina masih memilih-milih kegiatannya sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing masyarakat dan masyarakat biasanya harus melihat bukti dari hasil dan manfaatnya, baru masyarakat tertarik untuk memanfaatkan kegiatan tersebut.”

Hasil wawancara yang dilakukan dengan salah seorang masyarakat Sukaurip di lapangan,

mengatakan bahwa:

“Kegiatan yang dilakukan oleh Pertamina sangat bermanfaat jika kegiatan yang dilaksanakan melibatkan masyarakat dalam merencanakan dan menentukan kegiatan CSR apa yang dilakukan oleh Pertamina, sehingga masyarakat dapat memberikan masukan dan saran untuk jenis kegiatan yang diperlukan, dan merasa bahwa informasi yang disampaikan melalui kegiatan merupakan kegiatan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.”

Hasil pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat Balongan dalam memanfaatkan kegiatan CSR melihat hasil yang sudah ada. Seperti contoh dalam memanfaatkan kegiatan di bidang pengelolaan lingkungan hidup yaitu mengelola limbah Pertamina menjadi pupuk, dan pupuk yang dihasilkan dapat memberikan hasil yang baik bagi tanaman yang ditanam masyarakat. Karena hasilnya sesuai dengan yang disampaikan oleh Pertamina, masyarakat Balongan menggunakan pupuk tersebut. Pupuk dibagikan kepada masyarakat sebagai bentuk kepedulian Pertamina kepada masyarakat dalam bidang lingkungan hidup.

Mengevaluasi Kegiatan

Dalam melakukan mengevaluasi kegiatan CSR biasanya dilakukan oleh pihak Pertamina, pendamping program (pemerintah daerah maupun LSM) dan kadang-kadang melibatkan tokoh informal, karena dianggap memiliki pengetahuan yang lebih baik dibandingkan dengan non tokoh informal. Idealnya dalam mengevaluasi program kegiatan CSR Pertamina, masyarakat dilibatkan agar dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari program kegiatan yang telah berlangsung. Dalam mengevaluasi program kegiatan secara akademik, merupakan metode kerja evaluasi CD sama dengan riset ilmiah umumnya, hanya dalam evaluasi diberikan penekanan aspek praktis secara lebih khusus. Artinya, evaluasi program lebih ditujukan untuk menilai capaian kerja serta bagaimana menyempurnakan program selanjutnya. Namun demikian, masalah obyektivitas, netralitas, validitas, serta reliabilitas adalah sama dengan

penelitian akademik karena hasil evaluasi harus obyektif agar absah digunakan sebagai dasar kebijakan program selanjutnya.

Melalui evaluasi kegiatan yang berlangsung Pertamina mengharapkan banyak masukan dari tokoh informal agar memberikan penilaian terhadap kegiatan yang telah berlangsung sehingga untuk kegiatan selanjutnya yang sejenis akan memperoleh hasil yang lebih baik dan menghindarkan kesalahan yang sama terjadi. Melalui evaluasi kegiatan yang dilaksanakan diharapkan mendapatkan sesuatu yang lebih baik dan bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat dari salah seorang staf Hupmas Balongan mengatakan bahwa:

“Masyarakat yang sering terlibat dalam mengevaluasi kegiatan CSR adalah masyarakat yang dituakan yaitu tokoh masyarakat, karena masyarakat setempat menganggap bahwa tokoh masyarakat merupakan opinion leader sehingga keputusan dan pendapat dari opinion leader masih menjadi panutan bagi masyarakat setempat. Tokoh masyarakat yang terlibat dalam mengevaluasi kegiatan CSR dianggap oleh perusahaan merupakan perwakilan dari seluruh masyarakat, karena sudah menyampaikan aspirasi dari masyarakat. Masyarakat tidak dilibatkan dalam tahap pengevaluasian kegiatan dikarenakan masyarakat mayoritas memiliki pendidikan yang rendah, kemampuan dan pengalaman yang masih kurang.”

Tokoh informal di lingkungan setempat menunjukkan bahwa seseorang yang dipercaya untuk menyampaikan informasi dan mengeluarkan pendapat di dalam masyarakat. Masyarakat setempat masih mempercayai tokoh informal sebagai seorang yang patut untuk dimintai pendapatnya pada saat masyarakat sedang menghadapi masalah, sebagai katalisator, sebagai pembantu proses perubahan dan sebagai penghubung sehingga pendapat dari tokoh informal masih dipercayai oleh masyarakat setempat. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh Pertamina pada

saat melibatkan tokoh informal secara aktif dalam berpartisipasi terhadap program kegiatan CSR. Pendapat mereka dianggap representatif untuk mewakili aspirasi dari masyarakat dalam tahap merencanakan, melaksanakan, memanfaatkan dan mengevaluasi kegiatan CSR. Fungsi tokoh informal sebagai perantara atau sebagai mata rantai penghubung antara dua sistem sosial yaitu dari perusahaan kepada masyarakat. Tokoh informal sebagai penyambung dari kepentingan perusahaan dan keinginan masyarakat lokal.

Menurut Nurudin (2005) bahwa tokoh informal memiliki ciri komunikasi di antaranya: partisipasi sosialnya lebih besar, lebih sering mengadakan komunikasi interpersonal dengan anggota sistem lainnya, lebih sering mengadakan hubungan dengan orang asing, lebih sering mengadakan hubungan dengan agen pembaru, lebih sering bertatap muka dan dengan menggunakan media massa, banyak mencari informasi mengenai inovasi, lebih tinggi tingkat kepemimpinannya, menjadi anggota sistem yang bernorma lebih modern.

Masyarakat setempat masih mengutamakan pendapat tokoh informal sebagai panutan dalam kehidupan sehari-hari. Tokoh informal berpartisipasi secara aktif dalam berbagai kegiatan CSR, rutin melakukan komunikasi interpersonal dengan pendamping program kegiatan CSR dan dengan staf Hupmas. Sehingga informasi yang diperoleh tokoh informal dari media massa dan pendamping program merupakan informasi yang dapat dipercaya oleh masyarakat setempat, karena melalui tokoh informal ini informasi diterima oleh masyarakat. Tokoh informal sampai dengan saat ini, masih sebagai panutan dan pedoman bagi masyarakat setempat.

Partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan bertujuan untuk menambah pengetahuan dan kepercayaan diri masyarakat setempat tentang kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Pertamina. Keterlibatan dari masyarakat dalam dengar pendapat tentang kegiatan CSR dapat bermanfaat untuk mempromosikan Pertamina sebagai salah satu perusahaan yang peduli kepada lingkungan dan masyarakat setempat. Tujuan program kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat di bidang ekonomi, sosial dan pengelolaan lingkungan hidup. Keberhasilan dan kegagalan dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh Pertamina ditentukan oleh kemampuan masyarakat

dalam berpartisipasi. Untuk memahami realitas masyarakat dan lingkungannya, sistem kepercayaan dan sistem nilai masyarakat tentang arti perubahan dan arti masa depan dan *mindscape* masyarakat dalam bersikap dan berperilaku serta faktor-faktor yang menentukan terbentuknya *mindscpe* tertentu. Pemahaman budaya dan faktor-faktor yang mempengaruhi adanya perubahan budaya masyarakat akan menentukan keberhasilan kegiatan CSR untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat.

Partisipasi masyarakat sebagai agen pembangunan dalam melaksanakan kegiatan CSR dapat membentuk kekuatan-kekuatan sosial di dalam masyarakat, yang dapat dikelompokkan dalam kelompok sosial dalam desa. Dimana dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan, pemerintah dan masyarakat duduk bersama dalam satu level sehingga tercipta komunikasi yang bersifat formal maupun informal, komunikasi vertikal dan horizontal yang dapat memudahkan terjadinya koordinasi dan penyelesaian masalah yang mungkin saja terjadi. Tingkat keberhasilan kegiatan dengan menggunakan pendekatan seperti ini lebih terlihat jelas, karena perusahaan, pemerintah menjadi mitra bagi pendukung keberhasilan program pemberdayaan masyarakat.

SIMPULAN

Aktivitas CSR Pertamina Refinery Unit VI Balongan terdapat empat tahapan partisipasi masyarakat, yaitu merencanakan kegiatan, melaksanakan kegiatan, memanfaatkan kegiatan dan mengevaluasi kegiatan. Aktivitas yang berlangsung, partisipasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan agar setiap kegiatan yang dilakukan diketahui dan dilaksanakan oleh masyarakat. Hasil wawancara, observasi, dan diskusi kelompok yang dilakukan bahwa dalam setiap tahapan partisipasi masyarakat selalu dilibatkan namun dalam mengevaluasi kegiatan masyarakat tidak dilibatkan secara langsung tetapi melalui pemimpin informal.

DAFTAR PUSTAKA

Adi IR. 2002. *Pemikiran-pemikiran dalam pembangunan kesejahteraan sosial*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia.

Angeningsih LR. 2008. *Peran balai latihan kerja (BLK) dalam penanggulangan kemiskinan*

- (Suatu kajian nilai sosial). *Jurnal Ilmu Sosial Alternatif*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD. Vol IX, No 96-112.
- Arikunto S. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asngari PS. 2003. "Pentingnya memahami falsafah penyuluhan pembangunan dalam rangka pemberdayaan masyarakat." *Dalam membentuk pola perilaku manusia pembangunan*. Diedit oleh : Adjat Sudrajat dan Ida Yustina. Bogor: Institut Pertanian Bogor Press.
- _____ 2008. *Peranan perguruan tinggi dalam pengembangan SDM pembangunan di dalam pemberdayaan manusia pembangunan yang bermatabat*. Diedit oleh Adjat Sudrajat dan Ida Yustina. Bogor: Syndex Plus
- Carr E, Kristy HJ, Greg M, Sara M. 2004. Corporate social responsibility: A Study of Four Successful Vermont Companies, Vermont.
- Cornish L, Alison D. 2009. Creating knowledge for action: the case for participatory communication in research. *Development in practise*. Vol. 19. No 4-5.
- Djalil S. 2003. *Kontek teoritis dan praktis Corporate social responsibility*, Jurnal Reformasi Ekonomi. Vol.4. No.1: 4-11.
- Goulet MS. 1990. *How to develop competency*. Jakarta: Varqista Quality & Management Consultants.
- Hamijoyo S. 2001. *Konflik sosial dengan tindak kekerasan dan peranan komunikasi*. Jurnal Mediator, Vol 2 No 1: 1-15.
- Hikmat. 2001. *Strategi pemberdayaan masyarakat*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Ife J. 1995. *Community development: creating community alternatives – vision, analysis and practice*. Australia: Longman Australia Pty.LTD.
- Iryani E. 2009. Komitmen stakeholders perusahaan terhadap kinerja sosial dan kinerja keuangan, [tesis]. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Machiavelli DG. 2011. Pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan terhadap kinerja ekonomi perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. <http://garryaditya.blogspot.com/2011/01/jurnal-csr.html/> [diakses 23 Juni 2011].
- Nurudin. 2005. *Sistem komunikasi Indonesia*. Jakarta : Rajawali Press
- Patton MQ. 2002. *Qualitative research and evaluation methods*. 3rd Ed. London: Sage Publication.
- Rogers EM. 2003. *Diffusion of innovations*. Fifth Edition. New York: The Free Prees.
- Situmeang IVO. 2012. Komunikasi Organisasi melalui Kegiatan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Kasus PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan). [disertasi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Slamet M. 2003. *Membentuk pola perilaku manusia pembangunan*. Penyunting, Ida Yustina dan Adjat Sudrajat. Bogor: IPB Press.
- Suparjan. 2008. Penanggulangan kemiskinan di perdesaan dalam perspektif pembangunan sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Alternatif*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD. Vol IX, No 1-18.
- Thamrin H, Syafganti I, Rangkuti B. 2010. Implementasi Corporate Social Responsibility Berbasis Modal Sosial di Sumatra Utara. *Journal of Strategic Communication* Vol 1 No 1: 76-89.
- Usman R. 2001. Konflik dan perspektif komunikasi. *Jurnal Mediator* Vol 2 No 1: 16-29.
- Wibisono Y. 2007. *Membedah konsep dan aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*.

Gresik: Fascho Publishing.

Widiyanarti T. 2005. Corporate sosial responsibility
: Model comunity development. *Jurnal
Antropologi Sosial Budaya*. Vol 1 dan 2.
USU: LPM ANTROP-FISIP.FISIP.

