

PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI MEDIA PENGHUBUNG PT. KALTIM PRIMA COAL DENGAN MASYARAKAT (STUDY KASUS DUSUN KABOJAYA DESA SWARGA BARA KEC. SENGATA UTARA)

Diah Agustinah¹

Abstrak

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan program-program CSR apa saja yang sudah dijalankan PT. Kaltim Prima Coal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap daerah yang terkena dampak dari kegiatan operasional tambang batubara khususnya Dusun Kabojaya. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Kaltim Prima Coal Sengata khususnya di Dept. Community Empowerment. Pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan (pengamatan, wawancara, dan dokumentasi). Melihat kondisi dan kebutuhan masyarakat Dusun kabojaya ada empat program yang dijalankan PT. Kaltim Prima Coal di Dusun Kabojaya, yakni Program Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan, Program Peningkatan Kesehatan pada Masyarakat, Program Pelestarian Alam dan Budaya Sekitar dan Program Pemberdayaan Ekonomi Lokal/UKM. Program-program CSR yang dijalankan PT. Kaltim Prima Coal di Dusun Kabojaya masih perlu dikembangkan serta adanya pembenahan, agar masyarakat dapat merasakan manfaat yang berjangka panjang dari program-program CSR yang dijalankan PT. Kaltim Prima Coal di Dusun kabojaya, serta dapat menciptakan masyarakat yang mandiri.

Kata Kunci : *Program CSR, PT. Kaltim Prima Coal, Masyarakat Dusun Kabojaya*

Pendahuluan

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Undang-undang tentang CSR di Indonesia diatur dalam UU PT No.40 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa PT atau perusahaan yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

Salah satu daerah yang dekat dengan operasional perusahaan pertambangan adalah Dusun Kabojaya yang mana secara langsung dampak dari operasional perusahaan pertambangan ini berimbas ke masyarakat sekitar, selain

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: agustinahdiah@gmail.com

itu pembangunan di Dusun Kabojaya juga masih kurang, begitu juga dalam hal pengembangan masyarakatnya. Salah satu perusahaan yang beroperasi di daerah Dusun Kabo Jaya adalah perusahaan pertambangan batubara terbesar di dunia yaitu PT. Kaltim Prima Coal (KPC) yang didirikan dengan akta No. 28 tanggal 8 Maret 1982. Sejak tahun 2003, PT. Kaltim Prima Coal (KPC) mulai menerapkan program CSR. PT. Kaltim Prima Coal (KPC) mengalokasikan dana US\$5 juta setiap tahun bagi aksi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berbentuk tujuh program untuk masyarakat sekitar daerah operasional tambang KPC.

Sesuai dengan pemerintah, maka perusahaan memiliki tanggung jawab serta perhatian pembangunan terhadap masyarakat dan daerah/Desa tempat mereka beroperasi termasuk Dusun Kabojaya, oleh karena itu penulis meneliti tentang Pelaksanaan Program CSR Sebagai Media Penghubung PT. Kaltim Prima Coal Dengan Masyarakat (Study Kasus Pada Dusun Kabojaya Desa Swarga Bara Kec. Sengata Utara).

Kerangka Dasar Teori

Teori dan Konsep

Teori Komunikasi Pembangunan

Proses komunikasi pembangunan diawali oleh komunikator yang menyusun materi/program/pemrakarsa.

Selain itu adapun pengertian komunikasi pembangunan secara khusus yaitu, segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian pesan/gagasan dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat, kemudian masyarakat memahami, menerima dan ikut melaksanakan gagasan tersebut. Kaitan judul penelitian yang diangkat penulis dengan teori komunikasi pembangunan terletak pada proses dari komunikasi pembangunan dan konsep dari komunikasi pembangunan yang mana komunikasi pembangunan adalah segala upaya dan cara serta tehnik penyampaian pesan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat. Yang pasti, tujuan seluruh aktivitas komunikasi pembangunan adalah untuk menggerakkan dan memberdayakan masyarakat secara mandiri. Peran utama dukungan komunikasi adalah membantu menciptakan lingkungan manusiawi yang diperlukan untuk keberhasilan suatu proyek/program pembangunan.

Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bittner (Rakhmat, 2003: 188), yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah disebut dengan media cetak.

Kaitan teori komunikasi massa dengan judul penelitian yang penulis angkat adalah bahwa dalam penyampaian beberapa program CSR kepada masyarakat, PT. Kaltim Prima Coal menggunakan media massa seperti koran dan melalui saluran radio.

Teori Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Kaitan teori komunikasi kelompok dengan judul yang penulis angkat adalah pada beberapa program CSR yang dijalankan PT. Kaltim Prima Coal agar masyarakat dapat mandiri dan bekerjasama, PT. Kaltim Prima Coal

membentuk suatu organisasi/kelompok agar mereka dapat menjalankan program yang dicanangkan PT. Kaltim Prima Coal dengan baik sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Konsep

Public Relations

Public relation (PR) merupakan suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik yang dapat memperdalam kepercayaan publik secara lebih baik atau pemberdayaan lebih tinggi terhadap suatu lembaga atau organisasi (Ruslan, 2000:8). *Public Relations* (PR) menurut Jefkins (2003:10) adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Corporate Social Responsibility

Sebagaimana yang dikemukakan oleh B. Tamam Achda (dalam Syailendra Wisnu, 2009) mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku “*Cannibals with Forks : The Triple Bottom Line in 21st Century Business*” tahun 1998 karya John Elkington. John Elkington mengembangkan tiga komponen penting pembangunan

berkelanjutan (*Sustainable Development*), yakni *Economic Growth*, *Enviromental Protection*, dan *Social Equity*, yang digagas *The World Commission on Enviroment and Development* (WCED) dalam *Brundtland Report* (1987). Melalui konsep ini, Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P, yaitu *Profit*, *People* and *Planet*. Perusahaan yang menjalankan usahanya tidak dibenarkan hanya mengejar keuntungan semata (*profit*), tetapi mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Peran PR dalam Implementasi CSR

British Institute Public Relations mendefinisikan PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Menurut Hopkins, CSR merupakan bagian dari kehumasan (PR), karena salah satu tujuan dari kegiatan CSR adalah pembentukan citra perusahaan di mata public eksternalnya. Dalam implementasi CSR ini peran PR sangat penting baik secara internal maupun eksternal, dalam konteks pembentukan citra perusahaan di semua bidang. Bisa dikatakan PR terlibat di dalamnya sejak *fact finding*, *planning*, *communicating*, hingga *evaluation*, jadi ketika kita membicarakan CSR berarti kita juga membicarakan PR dalam sebuah perusahaan, dimana CSR merupakan bagian dari *community relations*. Karena CSR pada dasarnya adalah kegiatan dari PR, maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai langkah-langkah CSR.

Klasifikasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Lantos (dalam Suharto, Edi 2007). Disampaikan pada 6th *Round Table Discussion* “Menggagas Standar Audit Program CSR: Implementasi UU Perseroan Terbatas, Asosiasi Auditor Internal (AAI), Financial Club Jakarta, 27 Maret 2008. www.policy.hu/suharto diakses 22 Desember 2011), menggunakan klasifikasi Archie B. Carrol sebagai dasar untuk melihat pelaksanaan CSR pada perusahaan yaitu :

- a. Tanggung Jawab Ekonomis
- b. Tanggung Jawab Hukum
- c. Tanggung Jawab Etik
- d. Tanggung Jawab Filantropis

Model Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Saidi dan Abidin sedikitnya ada empat model atau pola (CSR) *Corporate Social Responsibility* yang pada umumnya diterapkan di Indonesia, yaitu :

- a. Terlibat langsung
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan
- c. Bermitra dengan pihak lain
- d. Mendukung atau bergabung dengan suatu lembaga sosial

Media Penghubung

Menurut Santoso S. Hamidjojo dalam Amir Achsin (1980), media adalah semua bentuk perantara yang dipakai orang menyebarkan ide, sehingga ide atau gagasan itu sampai pada penerima. Menurut Asosiasi Teknologi dan Komunikasi (*Association of Education and Communication Technology/ AECT*) di Amerika memberi batasan yaitu: Media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan/ informasi. Keterkaitan definisi media penghubung dengan judul penelitian penulis yaitu dimana yang menjadi media penghubung antara perusahaan PT Kaltim Prima Coal dengan masyarakat adalah program-program CSR yang dijalankan oleh PT Kaltim Prima Coal, untuk mendapatkan timbal balik dari masyarakat sehingga dapat tercapainya tujuan yang diharapkan. Dengan menggunakan program-program CSR sebagai media maka akan terjadilah hubungan atau komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat.

CSR Sebagai Media Penghubung

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab perusahaan sebagai media untuk membangun hubungan yang harmonis adalah merupakan salah satu tujuan perusahaan untuk mewujudkan tanggungjawab perusahaan

kepada para *stakeholders* atau masyarakat sekitar operasi perusahaan. Dengan adanya program pengembangan masyarakat ini diharapkan perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dengan masyarakat setempat, hal ini mengacu pada komitmen bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Fundamental hubungan yang baik tersebut, harus diletakkan pada prinsip-prinsip simbiosis mutualistik, saling pengertian dan saling member manfaat. Melalui konsep ini, masyarakat diharapkan dapat berperilaku santun dan kooperatif terhadap eksistensi perusahaan, sementara perusahaan tetap dapat beroperasi secara sehat dalam mengejar keuntungan ekonominya namun tetap meningkatkan tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya, tanpa perlu takut akan adanya gangguan sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan melakukan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau

mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan (Sugiyono, 2006:212).

Lokasi Penelitian

- a. PT. Kaltim Prima Coal, *Dept. Community Empowerment*
- b. Dusun Kabojaya Desa Swarga Bara Kec. Sengata Utara

Fokus Penelitian

1. Program Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan
 - a. Pemberian Beasiswa
 - b. Pelatihan untuk Guru
2. Program Peningkatan Kesehatan pada Masyarakat
 - a. Intervensi gizi atau peningkatan status gizi (PERGIZI)
3. Program Pelestarian Alam dan Budaya Sekitar
 - a. Program Ecowisata Kabojaya
4. Program Pemberdayaan Ekonomi Lokal/UKM
 - a. Program Pengembangan Produk Refill (daur ulang sampah plastik isi ulang).

Jenis dan Sumber Data

1. Sumber data primer,
 - a. Penentuan Key Informan (purposive sampling) dan Informan
Yang menjadi Key Informan dalam penelitian ini adalah Pimpinan setiap section masing-masing program yang berjumlah 4 orang, sedangkan yang menjadi informan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :
 - a. Staff Humas berjumlah 4 orang
 - b. Perangkat Desa Kabojaya
 - Kepala Desa
 - Ketua RT
 - c. Masyarakat Dusun Kabojaya berjumlah 15 orang
 - d. Lembaga terkait

Sumber data sekunder, data yang didapat bukan dari narasumber melainkan dari dokumentasi, arsip, foto, rekaman, buku-buku perpustakaan, internet, dan lain-lain mengenai masalah yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Penelitian kepustakaan (library research)
Berupa data sekunder yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, dll
- b. Penelitian lapangan (field work research)
Pengamatan (Observasi), Wawancara, Dokumentasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti menyajikan gambaran umum, hasil penelitian, serta analisis dan pembahasan data yang diperoleh melalui observasi dan penelitian berbagai dokumen.

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Letak Geografis PT. Kaltim Prima Coal (KPC)

PT. Kaltim Prima Coal (KPC) adalah perusahaan berbadan hukum Indonesia dengan status penanaman modal asing (PMA), didirikan pada tahun 1992. Dasar hukum operasi PT. KPC adalah perjanjian kerjasama perusahaan pertambangan batubara (PKP2B) tanggal 8 April 1982 antara pemerintah Indonesia dan PT. KPC. Lokasi penambangan PT. KPC terletak di Kecamatan Sengata, Kabupaten Kutai Timur. PT. KPC memiliki visi untuk hidup berdampingan secara harmonis dengan masyarakat setempat dan akan selalu mendukung mereka sambil menanamkan sikap mandiri, menjaga martabat dan penuh tanggung jawab. Bersama-sama masyarakat sekitar, pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat (LSM) serta perguruan tinggi, PT. KPC mengembangkan sebuah program kemasyarakatan, setiap program dirancang secara teliti, dengan tujuan akhir untuk membantu masyarakat supaya mandiri.

1) Dept. Community Empowerment PT. Kaltim Prima Coal (KPC)

Dept. Community Empowerment adalah salah satu departemen yang dibawah oleh PT. Kaltim Prima Coal dan di khususkan untuk berada di bagian pelaksanaan program-program CSR yang dikembangkan oleh PT. KPC. Dalam pelaksanaan program-program CSR *Dept. Community Empowerment* bekerjasama dengan pemerintah dan lembaga terkait lainnya. Dalam rangka peningkatan kualitas hidup masyarakat, berikut tujuh program CSR PT. KPC, Pengembangan Agribisnis, Peningkatan Kesehatan Masyarakat dan Sanitasi, Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan, Penguatan Ekonomi Lokal dan UKM,

Peningkatan Infrastruktur Masyarakat, Pelestarian Alam dan Budaya, Penguatan Kapasitas Masyarakat dan Kelembagaan.

b. Letak Geografis Dusun Kabojaya

Secara administrasi, Dusun Kabojaya dalam struktur pemerintahan daerah Kutai Timur termasuk dalam wilayah Desa Swarga Bara Kec. Sengata Utara Kabupaten Kutai Timur dengan luas wilayah 37.450 ha.

Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Swarga Bara

Sebelah Selatan : Sungai Sengata

Sebelah Barat : Desa Mukti Jaya Rantau Pulung

Sebelah Timur : Desa Sepaso Selatan, Bengalon

Jumlah penduduk Dusun Kabojaya sebesar 1.320 jiwa, dengan jumlah kepala keluarga 279 kk. Terdiri dari Laki-laki sebanyak 690 jiwa, dan Perempuan sebanyak 630 jiwa.

1) Dari segi agama atau keyakinan penduduk, warga Dusun Kabojaya hanya menganut agama Islam dan Kristen, dengan jumlah warga yang

beragama islam sebanyak 986 jiwa dan yang beragama kristen sebanyak 334 jiwa.

- 2) Tingkat pendidikan, keadaan penduduk Dusun Kabojaya menurut tingkat pendidikan yaitu terdiri dari warga yang belum sekolah jumlahnya 172 jiwa, usia 7-45 tahun tidak pernah sekolah jumlahnya 57 jiwa, pernah sekolah SD tapi tidak tamat jumlahnya 78 jiwa, tamat SD/Sederajat jumlahnya 122 jiwa, tamat SLTP/Sederajat jumlahnya 114 jiwa, tamat SLTA/Sederajat jumlahnya 515 jiwa, lulusan D1 jumlahnya 22 jiwa, lulusan D2 tidak ada, lulusan D3 jumlahnya 63 jiwa, lulusan S1 jumlahnya 162 jiwa, lulusan S2 jumlahnya 15 jiwa, dan Lulusan S3 tidak ada.

Hasil Penelitian

Pelaksanaan Program-Program CSR PT. Kaltim Prima Coal

a. Program Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan

1) Program Pemberian Beasiswa

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yuliana Datubua selaku Superintendent CHE (*Community Health & Education*) Dept. *Community Empowerment* bahwa program pendidikan yang dijalankan oleh PT. KPC adalah program pemberian beasiswa dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar khususnya di Dusun Kabojaya. Dalam pelaksanaan program pendidikan PT. KPC bekerjasama dengan Dinas Pendidikan dan departemen terkait lainnya. Namun, yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan program pendidikan ini dari tahap perencanaan hingga tahap evaluasi adalah staff dari Dept. *Community Empowerment* (CE) itu sendiri, dimana mereka yang berada di dalam Dept. *Community Empowerment* berlatar belakang seorang Humas (PR). Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Budi Santoso, selaku supervisor program pendidikan mengenai bentuk komunikasi seperti apa yang digunakan dalam menyampaikan informasi mengenai program pendidikan dalam halnya pemberian beasiswa, dimana pada bab sebelumnya dibahas mengenai definisi komunikasi langsung yaitu komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, antara komunikator dan komunikannya harus langsung bertemu dan prosesnya dipengaruhi oleh emosi, perasaan diantara kedua belah pihak. Persyaratan "harus langsung bertemu" dalam komunikasi itu karena masing-masing pihak dapat memperoleh umpan balik dari proses komunikasi yang sedang terjadi. Pengaruh komunikator bisa sangat besar terhadap komunikannya atau bisa sebaliknya. Selain menggunakan komunikasi langsung dalam penyampaian program ini juga didukung komunikasi massa yang menurut Bittner (Rakhmat, 2003: 188), yakni

komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah, keduanya disebut media cetak.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Budi Santoso selaku Supervisor section *Community Health and Education*, bahwa dalam pemberian beasiswa PT. KPC sudah memiliki kriteria tertentu. Sesuai hasil penelitian pemberian beasiswa tidak dilakukan secara simbolis dan tidak bekerjasama dengan aparat Desa. Meskipun tidak ada kerjasama dengan aparat Dusun Kabojaya program pemberian beasiswa tetap berjalan dengan baik hingga saat ini, namun ke depannya tetap dibutuhkan komunikasi dengan aparat Desa terlebih dahulu, agar terciptanya saling menghargai antara perusahaan dengan masyarakat dan sebaliknya.

2) Program Pelatihan Guru atau disebut dengan nama Quantum Teaching yang diselenggarakan di Kabupaten Kutai Timur merupakan bagian dari program kerjasama antara PT. Kaltim Prima Coal (KPC) dengan Dinas Pendidikan Kabupaten Kutai Timur. Program pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan agar kualitas guru-guru di Kabupaten Kutai Timur dapat meningkat melalui serangkaian kegiatan di bidang pendidikan. Hal ini sesuai dengan teori pembangunan yang ada pada bab sebelumnya, Pembangunan pada hakikatnya adalah perubahan yang terencana dari situasi ke situasi yang lainnya yang dinilai lebih baik Katz (dalam Moeljarto, 1987 dalam Andriyani, Fauziah Yulia.2011. blog Aplikasi Teori Sosiologi dalam Penyuluhan Pembangunan, diakses 16 September 2012). Maksud tersebut bahwa hakikat dari konsep pembangunan adalah suatu usaha yang dilakukan dengan mengadakan perubahan-perubahan atau perkembangan menuju ke arah yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan adanya pelatihan guru seperti ini wawasan setiap guru akan berkembang dan kualitas guru di Kutim akan menjadi lebih baik. Pelatihan guru pada tahun 2012 ini diikuti oleh 41 guru SD dari Sengata Utara, Sengata Selatan, Bengalon, Teluk Pandan seta Rantau Pulung mengikuti pelatihan yang diselenggarakan di Sengata. Khususnya di Dusun Kabojaya hanya ada 1 orang guru yang menjadi peserta pelatihan, jumlah yang sangat kecil sehingga dinilai tidak efektif, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan wakil kepala sekolah SDN 003 Dusun Kabojaya, bahwa para guru di Dusun Kabojaya berharap ke depannya jumlah peserta yang mengikuti pelatihan semakin banyak karena SD di Dusun Kabojaya hanya ada 1, maka diperlukannya mutu pendidikan yang baik, agar dapat

menciptakan SDM yang berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Budi Santoso selaku Supervisor bidang Pendidikan adapun bentuk komunikasi yang digunakan dalam penyampaian Program Pelatihan ini adalah komunikasi langsung yaitu komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, antara komunikator dan komunikannya harus langsung bertemu dan prosesnya dipengaruhi oleh emosi, perasaan diantara kedua belah pihak. Persyaratan "harus langsung bertemu" dalam komunikasi itu karena masing-masing pihak dapat memperoleh umpan balik dari proses komunikasi yang sedang terjadi. Selain menggunakan komunikasi langsung dalam penyampaian program ini juga didukung komunikasi massa yang menurut Bittner (Rakhmat, 2003: 188), yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah, keduanya disebut media cetak. Kedua media diatas digunakan oleh pihak PT. KPC untuk menyampaikan informasi mengenai program pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat. Jadi dalam penyebaran informasi mengenai program pelatihan selain langsung datang ke tempat tujuan, KPC juga menyebarkan informasi mengenai program ini melalui radio dan koran. Dari hasil penelitian dilapangan dapat disimpulkan bahwa program pendidikan dan pelatihan sudah berjalan dengan cukup baik, biarpun masyarakat menilai tidak efektif hal ini dikarenakan kurangnya komunikasi dengan masyarakat. Seharusnya PT. KPC mengikut sertakan partisipasi dari kepala Desa, Kepala Dusun dan masyarakat setempat dalam melaksanakan program ini, agar apa yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai dan kebutuhan masyarakat juga terpenuhi.

b. Program Peningkatan Kesehatan Pada Masyarakat

1) PERGIZI (Program Intervensi dan Edukasi Status Gizi Balita)

Program peningkatan kesehatan yang dijalankan PT. Kaltim Prima Coal di Dusun Kabojaya adalah Program PERGIZI, karena melihat kondisi dan kebutuhan dari masyarakat Dusun Kabojaya ini sendiri. Pelaksanaan program PERGIZI dilakukan dengan melakukan penjarangan anak gizi buruk dan gizi kurang di puskesmas yaitu Puskesmas Teluk Lingga di Sengata Utara dan Puskesmas Sengata di Kecamatan Sengata Selatan dengan membentuk klinik gizi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Yuliana Datubua selaku Superintendent bidang kesehatan adapun Bentuk komunikasi yang digunakan KPC dalam mensosialisasikan program ini adalah komunikasi langsung yaitu komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, antara komunikator dan komunikannya harus langsung bertemu dan prosesnya dipengaruhi oleh emosi, perasaan diantara kedua belah pihak. Persyaratan "harus langsung bertemu" dalam komunikasi itu karena masing-masing pihak dapat memperoleh umpan balik dari proses komunikasi yang sedang terjadi.

Sesuai hasil penelitian program PERGIZI yang dilakukan PT. KPC tidak berkembang dengan baik karena kurangnya partisipasi warga dalam pelaksanaan program ini dan kurangnya pendekatan dengan masyarakat di Dusun Kabojaya, padahal kesehatan sangat penting bagi setiap manusia, seharusnya ada tindak lanjut yang dilakukan oleh pihak PT. KPC, agar program yang dijalankan dapat menghasilkan dampak yang sangat besar untuk masyarakat Dusun Kabojaya. Dari pihak Kader yang menjalankan posyandu di Dusun Kabojaya mengharapkan adanya rasa menghargai, setidaknya dari pihak PT. KPC melihat jerih payah yang dilakukan ibu-ibu Kader dalam pelaksanaan kegiatan PERGIZI ini, jika PT. KPC tidak menindak lanjuti hal ini, program PERGIZI di Dusun Kabojaya akan terhenti.

c. Program Pelestarian Alam dan Budaya Sekitar

1) Program Ekowisata Kabojaya

Program Ekowisata Kabojaya dikenal dengan sebutan Eco Kabojaya. Eco kabojaya berada di Dusun Kabojaya. Kabojaya merupakan salah satu Dusun yang berbatasan langsung dengan kawasan Taman Nasional Kutai. Di Dusun Kabojaya ini terdapat sebuah dermaga sungai yang terkenal dengan sebutan "Papa Charlie" sebagai tempat penyeberangan menuju stasiun penelitian Orangutan di Prewab Taman Nasional Kutai. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nugroho selaku supervisor Post Mining Development dan Kepala Dusun Kabojaya bahwa yang mendorong PT. KPC untuk mengadakan program Ekowisata Kabojaya adalah masyarakatnya yang lebih heterogen ada 5 etnis besar di Dusun Kabojaya, dan melalui observasi langsung Dusun Kabojaya sudah memiliki potensi untuk dijadikan tempat wisata. Karena Dusun Kabojaya masih memiliki hutan alami dan berbatasan langsung dengan TNK (Taman Nasional Kutai).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dusun Kabojaya bahwa dampak kegiatan tambang PT. KPC sangat dirasakan oleh masyarakat Dusun Kabojaya, salah satunya adalah satwa liar yang keluar dari hutan untuk

mencari tempat aman, dan akhirnya lari ke kampung warga. Karena sering terjadi kejadian seperti ini maka PT. KPC membuat penangkaran satwa liar yang disebut Prewab, seiring berjalannya waktu banyak wisatawan yang tertarik dengan adanya penangkaran ini. Dari sini PT. KPC melihat adanya potensi Dusun Kabojaya untuk dijadikan tempat wisata. Karena untuk menuju Prewab para wisatawan pasti melewati Dusun Kabojaya. Sampai saat ini PT. KPC masih menggunakan cara dengan adanya pendamping wilayah untuk memotivasi masyarakat yang nantinya akan menjadi masyarakat yang mandiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nugroho hal yang akan dilakukan PT. KPC ke depannya adalah bekerjasama dengan tour dan travel wisata untuk menarik pengunjung, namun sampai sekarang belum terlaksana dikarenakan kurangnya peran dari pemerintah dan Dinas-dinas terkait. Dari sini PT. KPC berharap adanya turun tangan dari Pemerintah dan Dinas Pariwisata Kutim agar program ini dapat berjalan dengan baik dan lebih mudah. Seiring menunggu hal itu program Ecowisata saat ini tetap berjalan walaupun banyak hambatan yang dirasakan.

d. Program Pemberdayaan Ekonomi Lokal/UKM

1) Program Pengembangan Produk Kerajinan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) dan Berbasis Lingkungan

Program pengembangan produk 3R di gagas pertama kali pada tahun 2005, ketika melihat plastik kemasan minuman dijual ke luar Sengata masih sesuai bentuk aslinya. Dari hasil wawancara dengan mantan Kepala Desa Swarga Bara, bahwa demi kelancaran dari program ini PT. KPC memberikan bantuan melalui program CSR berupa mesin pencacah. Pendapatan dari pencacahan plastik di Dusun Kabojaya pada tahun 2011 mencapai Rp. 189.800.00,-. Sesuai hasil wawancara dengan Bapak Anton mantan kepala Desa Swarga Bara, tidak semua sampah plastik bisa dicacah. Plastik yang tidak dapat dicacah ini masih banyak jenisnya, terutama wadah/kemasan plastik isi ulang cair/bubuk. Jumlah sampah plastik yang tidak dapat dicacah masih sangat banyak, sehingga jumlah sampah yang ada di Kutim, khususnya di Dusun Kabojaya belum mencapai jumlah sampah minimal.

Melihat masih besarnya jumlah sampah yang tidak dapat dicacah, PT. KPC mengadakan program pengembangan produk kerajinan refill, yaitu daur ulang sampah plastik kemasan yang tidak bisa di cacah. Di dalam program ini PT. KPC memberi kontribusi berupa pelatihan, stimulan alat, stimulan operasional, membangun link pemasaran, membangun link sinergi program dengan perusahaan dan instansi pemerintah terkait. Dari 36 peserta, yang mau mencoba hanya 5 orang peserta dan mereka inilah yang menjadi pelopor pembuatan aneka kerajinan berbahan plastik kemasan isi ulang (Refill) dan

sepakat membentuk kelompok Haviera yang terdiri dari lima orang ibu-ibu rumah tangga biasa. kelompok Haviera sebagai produsen kerajinan dan kemasan plastik isi ulang (refill) telah banyak membantu meminimalkan jumlah sampah yang akan dikirim ke TPA (Tempat Pembuangan Akhir), tidak kurang dari 1 ton sampah plastik setiap tahun dimanfaatkan kembali untuk aneka kerajinan. Pendamping dari PT. KPC selalu memantau kegiatan dari kelompok Haviera, jika ada pemesanan atau ada masalah kelompok haviera selalu di dampingi oleh PT. KPC, dengan adanya pogram ini ibu-ibu rumah tangga di Dusun Kabojaya sangat terbantu dan merasakan manfaat yang luar biasa. Dan manfaat lain yang mereka rasakan adalah dengan adanya program ini maka dapat terjalin hubungan antara PT. KPC dengan masyarakat, mereka merasa program ini yang menjadi media antara perusahaan dan masyarakat. Adapun hambatan didalam program ini yaitu masyarakat luas yang masih melihat kerajinan refill ini dengan nilai jual yang rendah, dan biarpun banyak hambatan diharapkan program ini tetap berjalan, dan pada akhirnya nanti kelompok Haviera mempunyai kios tetap untuk memperkenalkan produk-produk mereka ke masyarakat luas.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Program pendidikan dan pelatihan sudah berjalan dengan cukup baik, biarpun masyarakat menilai tidak efektif hal ini dikarenakan kurangnya komunikasi dengan masyarakat dan kerjasama dengan aparatdesa.
2. Program Peningkatan Kesehatan Pada Masyarakat, kegiatan PERGIZI ini semakin lama berjalan semakin tidak baik tenaga kerja di Posyandu pun semakin semakin berkurang karena sebagian ibu-ibu Kader posyandu mengharapkan adanya insentif untuk menggantikan waktu dan tenaga mereka.
3. Program Pelestarian Alam dan Budaya Sekitar, program yang dijalankan PT. KPC di Dusun Kabojaya untuk mendukung program pelestarian alam dan budaya adalah program Ecowisata, program tersebut sudah berjalan cukup baik. Walaupun dalam konteks wisata saat ini belum berkembang dan masih perlu pembenahan.
4. Program Pemberdayaan Ekonomi Lokal/UKM, saat ini sudah berjalan sangat baik, tetapi dengan cara melalui via pemesanan melalui pendamping dari PT. KPC kelompok haviera masih berjalan hingga saat ini, dengan jumlah pemesanan yang tidak sedikit.

Saran-Saran

1. Didalam program pendidikan dan pelatihan, disarankan di dalam pemberian beasiswa pelajar hendaknya dikoordinasikan terlebih dahulu. Sehingga program CSR yang dijalankan di Dusun Kabojaya diketahui aparat Desa dan masyarakat setempat.
2. Di dalam Program PERGIZI agar anggota kader semakin lama tidak semakin berkurang dan pada akhirnya program PERGIZI terhenti sebaiknya pihak PT. KPC memberikan insentif kepada anggota Kader posyandu, agar program PERGIZI bisa tetap berjalan dan bisa membaik. Di dalam program pelestarian alam dan budaya sebaiknya pihak desa membuat baliho atau pamflet untuk memperkenalkan ekowisata Kabojaya ke masyarakat. Program peningkatan UKM Disarankan untuk kelompok refiill agar tidak selalu bergantung oleh pihak KPC.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi, 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Djaja, Danan, 1985. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Bandung : Alumni.
- Effendy, Onong U, 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Jefkins, Frank, 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Press : Malang
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Milles dan A. Michael Huberman, 1992. *Analisis Data kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Morrison, 2006. *Pengantar Public Relations (Strategi Menjadi Humas Professional)*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Nugraha, Aat. 2008. *Konteks Sosologis Perkembangan CSR dan Implementasinya di Indonesia*, jurnal tidak diterbitkan. Bandung : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran.
- Ruslan, Rosady. 2000. *Kiat dan Strategi Kampanye PR*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility : Antara Teori dan Kenyataan*. Media Pressindo : Yogyakarta.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri : Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Refika Aditama : Bandung.
- Suharto, Edi. 2008. *Pekerjaan Sosial dan Kesejahteraan Sosial*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Suharto, Edi. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*. Alfabeta : Bandung.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan : Kajian, Program, dan Implementasi*. Nuansa Cendekia : Bandung.

- Susiloadi, Priyanto. 2008. Implementasi Corporate Social Responsibility. Bumi Aksara : Jakarta..
- Soekanto, Soerjono. 2005. Sosiologi Suatu Pengantar. Raja Grafindo Perkasa : Jakarta.
- Majalah Bisnis dan CSR (2007), Regulasi Setengah Hati. Edisi Oktober.
- Sonny A . Keraf. 1991. *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta, Kanisius.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang : CESPUR.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta : Kencana.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiata Komala dan Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar : Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan : Pendekatan Terpadu*. Simbiosis Rekatama Media : Bandung.

Sumber lain

- Wisnu, Syailendra. 2009. “*Konsep Corporate Social Responsibility Perusahaan*”, (online), (<http://www.csrindonesia.com/data/resensi/20090219081019-resdoc>) diakses, 29 Januari 2012.
- Badri, M. 2006. “*Peran PR dalam membangun citra perusahaan melalui program CSR*”, (Online), (http://percikanpikiran-badri.blogspot.com/2006/07/makalah-public_relations.html), diakses 29 Januari 2012)
- Wikipedia (2008), Corporate Social Responsibility, (http://en.wikipedia.org/wiki/corporate_social_responsibility) (diakses 20 februari)
- Laporan Pembangunan Berkelanjutan 2009 PT. Kaltim Prima Coal, “Tidak Hanya Menambang”.
- Majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian-masyarakat/
- Kurnia El-Qorni, Ahmad, 2008. “Tujuan dan Fungsi Public Relations”, (online), (<http://www.manajemenkomunikasi.blogspot.com/2008/01/tujuan-fungsi-publicrelations.html>), diakses 14 Januari 2012)
- Lesmana, Timotheus, 2006. “Program CSR yang berkelanjutan”, (online), (<http://www.businessenvironment.wordpress.com>), diakses 13 maret 20012).
- Nurdiana, Nurdiana (2008) *Analisis efektivitas implementasi corporate social responsibility pt.kaltim prima coal*. Masters thesis, IPB. (online).
- Kajian.CSR.blogspot.com/2011/01/tujuan-csr.html, diakses 04 April 2012
- Repository.mb.ipb.ac.id/478/ (diakses 04 April 2012)
- Repository.mb.ipb.ac.id/478/2/36.02-Nurdiana.abstrak.pdf (diakses 04 april 2012)
- Febrina.2008. *Pengertian KIP/K(Komunikasi InterPersonal/ Konseling)*. (diakses 08 Juli 2012).
- Prakosa, A. 2007. *Pengertian Komunikasi Antar Pribadi*. (diakses 08 Juli 2012).