

PERAN PUBLIC COMMUNICATION PT. KALTIM PRIMA COAL DALAM MELAKSANAKAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI SANGATTA – KUTAI TIMUR

Rusmawati¹

Abstrak

Peran Public Communication PT. Kaltim Prima Coal (KPC) dalam melaksanakan program corporate social responsibility (CSR) di Sangatta telah dilaksanakan sesuai dengan UUD tentang CSR, yakni dalam Undang-undang Republik Indonesia pasal 74 No.40/2007, pemerintah mengatur dengan tegas bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran dan fungsi public communication PT Kaltim Prima Coal dalam melaksanakan program CSR kepada masyarakat Sangatta-KUTIM. Dengan menggunakan informan sebagai sumber data, data-data yang disajikan menggunakan data primer dan sekunder melalui wawancara, dokumen PT. KPC, buku-buku dan internet.

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh dua pembahasan, bahwa Public Communication PT. KPC telah melakukan penerapan konsep Communication Facilitator dan Problem Solving Facilitator didalam menjalankan tugasnya sebagai pelaksana program CSR di Sangatta. Program CSR PT KPC terdiri dari 3 bidang yang pertama yaitu ekonomi (pengembangan agribisnis dan pengembangan UKM), yang kedua yaitu bidang sosial (kesehatan, pendidikan dan pelatihan, pemberdayaan SDM), dan yang ketiga yaitu lingkungan (pengembangan infrastruktur dan pelestarian alam dan budaya). Melalui ketujuh bidang program CSR tersebut diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar tambang.

Keyword : Peran, Public Communication, CSR

Pendahuluan

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep bahwa organisasi khususnya perusahaan memiliki

¹ Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rusmakembayun@gmail.com

tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan “pembangunan berkelanjutan” Berbagai perusahaan ditanah air terus berupaya mewujudkan tanggung jawab sosial tersebut melalui beragam program kemasyarakatan seperti pengembangan agribisnis, kesehatan dan sanitasi, pendidikan dan pelatihan pengembangan UKM, pembangunan infrastruktur, pelestarian alam dan budaya, serta pemberdayaan SDM.

Proses penambangan batubara disadari bisa menimbulkan dampak sosial kepada masyarakat sekitar tambang. Berdasarkan studi Analisa Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) KPC, dampak sosial tersebut berupa hilangnya potensi pendapatan masyarakat karena alih fungsi lahan pertanian, dan menurunnya tingkat kesehatan masyarakat karena debu, kebisingan, getaran dan termasuk juga penurunan tingkat kualitas air dan lingkungan. Dampak sosial lainnya yang bisa ditimbulkan adalah hilangnya mata pencaharian langsung dan tidak langsung yang ada kaitannya dengan penambangan batubara.

Dalam skripsi ini peneliti mengangkat perihal peran public communication PT. Kaltim Prima Coal dalam melaksanakan program CSR di Sangatta demi mengatasi kerusakan-kerusakan lingkungan dan alih fungsi lahan yang menjadi lokasi pertambangan. Dalam pelaksanaan CSR milik PT Kaltim Prima Coal terdapat beberapa peningkatan mutu di wilayah Sangatta, tujuh bidang program CSR yang dilaksanakan oleh public communication KPC telah mengalami peningkatan disetiap masing-masing program. Contohnya pada program kesehatan dan sanitasi, KPC mengadakan peningkatan fasilitas kesehatan, pengobatan dan operasi gratis, maka fasilitas yang diberikan KPC ini dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat setempat. KPC melalui Departemen Eksternal Relations merumuskan dan menjalankan berbagai program untuk menanggulangi dampak tersebut. Program yang dijalankan berupa program peningkatan ekonomi masyarakat, peningkatan derajat sosial, serta dukungan terhadap pelestarian alam dan budaya.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam beberapa tahun belakangan ini menjadi buah bibir dan primadona bagi perusahaan diberbagai Negara termasuk Indonesia. Banyak perusahaan yang seakan berlomba mengekspose diri dalam kegiatan yang berorientasi social, mereka bergiat mencitrakan diri sebagai perusahaan yang peduli terhadap masalah lingkungan dan social, perusahaan biasanya melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR) yang merujuk pada kegiatan terpadu dan berkelanjutan. PT Kaltim Prima Coal adalah sebuah perusahaan yang telah aktif menerapkan *corporate social responsibility* sebagai bagian dari perwujudan tanggung jawab sosial pada stakeholders pemerintah dan masyarakat sekitar operasi tambang. Tanggung jawab sosial secara sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan terhadap masyarakat dilingkungan sekitar lokasi operasi perusahaan karena telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan

sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan seperti debu yang bertebaran disepanjang lokasi pemukiman masyarakat (Kabupaten Kota Sangatta).

Tanggung jawab sosial menjadi bagian yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan, seperti yang tercantum dalam Undang-undang Republik Indonesia pasal 74 No.40/2007, pemerintah mengatur dengan tegas bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Peran

Menurut Soerjono Soekanto (2002:243) peran adalah “sebuah aspek dinamis kedudukan (status). “Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kewajiban dan sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran”. Sedangkan menurut (Kozier Barbara, 1995:21) peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam suatu system. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar dan bersifat stabil. Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu.

Hubungan Masyarakat (Humas)

Menurut Dozier (1992) peranan praktisi *public relations* dalam organisasi merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman akan fungsi public relations dan komunikasi organisasi disamping sebagai sarana pengembangan pencapaian profesionalitas dari praktisi public relations. Secara sederhana tugas praktisi public relations adalah menjadi penghubung antara lembaga publik dengan masyarakat luas, agar tercapai saling pengertian, kerjasama dan sinergi yang positif antara berbagai pihak yang ada. Dalam konteks lembaga-lembaga publik seperti pemerintah, sejatinya peran melayani dan mengembangkan dukungan publik guna mencapai tujuan organisasi yang sangat penting dimainkan oleh praktisi public relations. Maka praktisi public relations harus bisa membentuk nilai-nilai, pemahaman, sikap-sikap, sampai perilaku dari public agar sejalan dengan kebutuhan organisasi. Melalui pengemasan pesan-pesan komunikasi public yang lebih banyak berisikan tentang apa dan siapa serta apa manfaat keberadaan organisasi. Pesan-pesan ini dapat dikomunikasikan melalui media massa atau media lain yang dipilih sesuai dengan target sasaran.

Selain itu F. Rachmadi (1994) juga menyebutkan bahwa hubungan masyarakat adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi atau perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen.

Jefkins (2003) juga menambahkan pendapatnya bahwa humas adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik internal dan eksternal, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-

tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Hubungan masyarakat menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (*management by objectives*). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bias diukur secara jelas, mengingat hubungan masyarakat merupakan kegiatan yang nyata. Sedangkan British Institute Public Relations mendefinisikan hubungan masyarakat adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara aterencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Tugas Public Relations

Tugas *Public Relations* adalah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, amelalui tampilan visual kepada publik.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum (publik).
- c. Memperbaiki citra atau *image* organisasi.
- d. Tanggung jawab sosial, dimana public relations merupakan instrument untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut.

Fungsi Public Relations

Fungsi public relations atau Hubungan masyarakat yang juga sering disingkat dengan sebutan humas adalah seni menciptakan pengertian public yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan public yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan public terhadap suatu individu/ organisasi.

Pada perusahaan PT Kaltim Prima Coal (KPC) sebuah praktisi Humas atau Public Relations lebih familiar dengan sebutan Public Communication.

Menurut *international Public Relations Association* (IPRA) humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau public untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upaya mempertahankan, menciptakan dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya. Posis humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran

humas adalah public internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi diantara keduanya. Contoh dari kegiatan-kegiatan humas adalah melobi, berbicara didepan public, menyelenggarakan acara, dan membuat pernyataan tertulis.

Menurut Edward L. Bernays humas memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Memberikan penerangan kepada public
- b. Melakukan persuasi kepada public untuk mengubah sikap dan tingkah laku public
- c. Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat, atau sebaliknya.

Peran Public Relations

Peran public relations merupakan sebuah kunci penting untuk pemahaman fungsi public relations dan komunikasi organisasi. Ada beberapa fungsi dominan yang harus dilaksanakan seorang public relations, antara lain berperan sebagai :

a. Technician Communication

Kebanyakan praktisi masuk ke bidang ini sebagai teknisi komunikasi. Deskripsi kerja dalam lowongan pekerjaan biasanya menyebutkan keahlian komunikasi dan jurnalistik, sebagai syarat. Teknisi komunikasi disewa untuk menulis dan melakukan editing newsletter karyawan, menulis news release dan feature, mengembangkan isi website, dan menangani kontak media. Praktisi yang melakukan peran ini biasanya tidak hadir disaat manajemen mendefinisikan problem dan memilih solusi. Mereka baru bergabung untuk melakukan komunikasi dan mengimplementasikan program, terkadang tanpa mengetahui secara menyeluruh motivasi dan tujuan yang diharapkan. Mekipun mereka tidak hadir saat diskusi tentang kebijakan baru atau keputusan manajemen baru, merekalah yang diberi tugas untuk menjelaskannya kepada karyawan dan pers.

b. Expert Prescriber Communication

Para praktisi mengambil peran sebagai pakar/ahli, orang lain akan menganggap mereka sebagai otoritas dalam persoalan PR dan solusinya. Manajemen puncak menyerahkan PR ditangan para ahli dan manajemen biasanya mengambil peran pasif saja. Praktisi yang beroperasi sebagai praktisi pakar bertugas mendefinisikan problem, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya.

c. Communicator Facilitator

Peran fasilitator komunikasi bagi seorang praktisi humas KPC adalah sebagai pendengar yang peka dan perantara komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (liason), interpreter, dan mediator antara organisasi dan publiknya. Praktisi ini menjalin komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan maenyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah member informasi

yang dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun public untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama. Praktisi yang berperan sebagai fasilitator komunikasi ini bertindak sebagai sumber informasi dan agen kontak resmi antara organisasi dan public. Mereka menengahi interaksi, menyusun agenda mendiagnosis dan memperbaiki kondisi-kondisi yang mengganggu hubungan komunikasi diantara kedua belah pihak. Fasilitator komunikasi menempati peran ditengah-tengah dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan public.

d. Problem Solving Facilitator

Praktisi publik relations melakukan peran ini sebagai pemecah masalah. Praktisi ini menjadi bagian dari tim perencanaan strategis. Kolaborasi dan musyawarah dimulai dengan persoalan pertama dan kemudian sampai ke evaluasi program final. Praktisi pemecah masalah membantu manajer lain dan organisasi untuk mengaplikasikan PR dalam proses manajemen bertahap yang juga dipakai untuk memecahkan masalah organisasi lainnya.

Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Tanggung jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan "*pembangunan berkelanjutan*", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Menurut beberapa ilmuwan Petkoski dan Twose (2003) mendefinisikan CSR adalah komitmen bisnis untuk berperan dan mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat local dan masyarakat luas serta meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan. Mereka juga mengungkapkan bahwa CSR belum mengambil banyak peran disektor public, baik dinegara industry atau Negara berkembang. Sebagian pemerintah yang berinisiatif melakukannya dijuluki sebagai "pro-CSR initiatives", meskipun begitu banyak orang yang sudah mendukung secara efektif promosi tentang tanggung jawab sosial yang lebih besar.

Dalam prinsip responsibility, penekanan yang signifikan yang diberikan pada kepentingan stakeholders perusahaan. Disini perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan stakeholders perusahaan, menciptakan nilai tambah (value added) dari produk dan jasa bagi stakeholders perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya. Sedangkan stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang

berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk didalamnya adalah karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, lingkungan sekitar dan pemerintah sebagai regulator. CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*.

Disini *bottom lines* lainnya selain financial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena dengan kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar diberbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek social, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Idris, 2005).

Sedangkan menurut (Suharto, Edi 2007) CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan professional. Perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi baik, umumnya memiliki enam hal. Pertama, hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat. Kedua, hubungan positif dengan pemerintah setempat. Ketiga, resiko krisis yang lebih kecil, keempat, rasa kebanggaan dalam organisasi dan diantara khalayak sasaran. Kelima, saling pengertian antara khalayak sasaran, baik internal maupun eksternal. Dan terakhir, meningkatkan kesetiaan para staf perusahaan (Anggoro, 2002).

Pengertian Community Development

Konsep Community Development (ComDev) yang berbasis nilai-nilai pemberdayaan, partisipasi, dan kemandirian (self reliance) dalam masyarakat tidak terlepas dari kondisi nyata dan kebutuhan masyarakat Indonesia. Terlepas dari masih kurangnya pemahaman terhadap konsep CD itu sendiri, tidak dapat dipungkiri bahwa CD merupakan salah satu metode yang tepat untuk menjawab issue-issue dan masalah-masalah sosial di Indonesia pada saat ini maupun masa yang akan datang. Terlebih lagi kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia yang masih menerapkan sistem komunal merupakan modal penting bagi pelaksanaan community development. Sebagai pihak yang diharapkan dapat berperan dalam mengatasi masalah-masalah sosial dalam masyarakat, pengusaha (industri) menempati kedudukan yang strategis dengan segala kemampuan dan sumber yang dimilikinya. Ditataran pemahaman tampaknya telah disadari urgensi penjalinan hubungan serasi antara pengembangan industri dengan pengembangan masyarakat, khususnya masyarakat lokal tempat pusat atau kegiatan industri berada. Namun demikian, sampai saat ini hubungan

seperti itu belum terwujud seperti yang diharapkan. Banyak faktor penyebab, yang salah satunya adalah belum banyak digunakannya konsep-konsep dan model-model tindakan dari sebuah disiplin keahlian yang disebut *Community/Localy Development (CD/LD)*. Pengembangan industri pada dasarnya ditujukan untuk memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat baik melalui pembukaan lapangan pekerjaan, mendatangkan devisa negara, maupun peningkatan pendidikan. Didalam ilmu sosial banyak terdapat istilah-istilah yang berbeda dengan pengertian yang sama. Istilah pengembangan masyarakat sesungguhnya bersumber pada istilah *community development*, yang kemudian disamakan pula dengan *locality development*. Dengan demikian jika dalam tulisan ini disebutkan apa perbedaan antara *community development*, *corporate sosial responsibility* dan *locality development*, maka ketiga istilah tersebut sesungguhnya memiliki pengertian yang sama.

Hasil Pembahasan

Dalam bagian ini penulis akan membahas tentang bagaimana peran *public communication* PT Kaltim Prima Coal dalam melaksanakan program *corporate sosial responsibility* di Sangatta. Pelaksanaan program CSR oleh suatu perusahaan merupakan suatu kewajiban tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Dengan adanya program CSR ini diharapkan dapat terjalin hubungan baik antara masyarakat dan perusahaan, sehingga masyarakat sekitar juga merasakan manfaat dari keberadaan perusahaan tersebut. Kewajiban CSR ini juga diharapkan dapat meminimalisir dampak buruk atau kerugian yang mungkin terjadi. Seperti diketahui bahwa adanya operasi penambangan yang dilakukan oleh perusahaan telah membuat kerusakan lingkungan karena berkurangnya daerah resapan air akibat penambangan.

Program pengembangan masyarakat KPC terdiri dari 7 sektor program, yaitu: pengembangan Agribisnis, peningkatan kesehatan masyarakat, peningkatan pendidikan dan pelatihan, pengembangan koperasi, usaha kecil dan menengah (KUKM), peningkatan infrastruktur, pelestarian alam dan budaya dan penguatan kelembagaan masyarakat dan pemerintah.

Tujuh program ini bertujuan :

1. Memenuhi kebutuhan masyarakat (mulai sekitar tambang, kutai timur hingga Kalimantan timur).
2. Menjalin hubungan masyarakat yang saling bermanfaat (mulai tingkat desa hingga pusat).
3. Memenuhi persyaratan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL)
4. Amanat perusahaan yang sesuai dengan rencana pasca tambang (RPT).

Penentuan dan pelaksanaan program pengembangan masyarakat dibuat berdasarkan usulan masyarakat, rekomendasi pemerintah dan studi observasi

yang dilakukan oleh KPC. Diharapkan dapat membentuk sinergi antara kebutuhan masyarakat, program pemerintah dan program pengembangan masyarakat milik KPC, khususnya yang terkait dengan pemberdayaan masyarakat dan lingkup pengerjaannya mencakup proses transfer ilmu dan pengetahuan kepada kelompok penerima manfaat hingga pemberian stimulant serta pendampingan berkala oleh para personil yang ahli dibidangnya. Dengan harapan seluruh kegiatan pengembangan masyarakat yang telah KPC ciptakan bertujuan mewujudkan visi dari program pengembangan masyarakat yaitu menjadi mitra dalam pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat luas. Adapaun ketujuh program CSR PT. KPC sebagai berikut:

1. Bidang Ekonomi

A. Pengembangan Agribisnis

Dengan turut serta bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk pengembangan agribisnis, KPC telah berperan penuh dalam usahanya membantu pemerintah daerah didalam memajukan kabupaten kota. Dalam hal ini *public communication* sebagai penengah antara pihak KPC dan pemerintah daerah.

Pengembangan agribisnis dilakukan dengan cara peningkatan pengetahuan dan keterampilan, pemberian stimulan, sarana produksi dan penyediaan tenaga ahli untuk masyarakat Sangatta. Program pengembangan agribisnis merupakan bentuk dukungan terhadap *grand strategy* pembangunan di Kutai Timur, dengan kata lain Gerdabang Agri (Gerakan Daerah Pengembangan Agribisnis).

KPC memandang bahwa sektor agribisnis merupakan satu peluang usaha jangka panjang yang mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan bagi kabupaten Kutai Timur. Oleh karenanya dibidang CSR Agribisnis ini KPC memberikan peran sepenuhnya sebagai *communicator facilitator*.

Beberapa program pengembangan agribisnis yang menjadi program andalan diantaranya:

1. Pengembangan perikanan air tawar
2. Pengembangan komoditas perkebunan kakao dan karet.
3. Pengembangan komoditas pertanian jeruk, durian, tanaman semusim-Program Pelestarian Plasma Nutfah dan Pertanian Berkelanjutan di Bumi Pelatihan dan Percontohan Usaha Tani Konservasi (BPPUTK).
4. Peningkatan produktivitas padi dengan metode *System of Rice Intensification* (SRI) dalam rangka mendukung ketahanan pangan daerah.
5. Pengembangan Peternakan Sapi Terpadu (PESAT) yang berkapasitas 110 ekor sapi dilahan bekas tambang seluas 22 ha

6. dalam rangka mendukung swasembada daging nasional dan pembangunan daerah berbasis agribisnis.

B. Pengembangan UKM

Pelaku UKM berada pada tingkatan ekonomi menengah dan populasi terbesar. KPC menyadari bahwa pembentukan dan pengembangan UKM sangat penting untuk kota Sangatta agar perekonomian juga memberikan dampak yang besar pada masyarakat secara keseluruhan.

UKM atau Usaha Kecil dan Menengah dibentuk agar masyarakat tidak tergantung pada tambang dan dibentuk agar masyarakat dapat mencapai kemandirian masa depan, selain itu UKM dibentuk agar KPC bias menyerap barang dan jasa local.

Pengembangan UKM menjadi salah satu kegiatan CSR KPC yang berperan sebagai komunikasi fasilitator, Salah satu program peningkatan ekonomi masyarakat sekitar tambang KPC adalah peningkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKN) baik yang berhubungan dengan agribisnis maupun tidak tujuan utama dari program ini adalah turut membantu pemerintah dalam melakukan pengembangan dan percepatan perekonomian berdasarkan sumber daya yang terbarukan sebagai bagian dari strategi persiapan penutupan tambang yang berorientasi pasar. Pengembangan produk makanan olahan di Sangatta Selatan berupa usahan makanan olahan yang meliputi, kerupuk, dan keripik keping, gula semut, sirup dan serbuk jahe, the dan selai rosella, amplang ikan/keping/kerang. Bentuk pendampingan pelatihan keterampilan, pemasaran, stimulan peralatan, perlengkapan dan konsultasi usaha.

Perusahaan mendukung upaya pengembangan KUKM melalui berbagai program yaitu:

1. Pelatihan, pendampingan dan pengembangan pelaku usaha UKM.
2. Pelaksanaan Program AKU BISA, yakni pemberdayaan masyarakat local yang putus sekolah melalui pemberian latihan keterampilan dasar mekanik sepeda motor. Program ini berdurasi 3 bulan dan telah diikuti oleh 27 orang.
3. Pemberdayaan kontraktor local melalui partisipasi kontraktor lokal dalam pembangunan infrastruktur disertai penerapan standar keamanan dan pelatihan peningkatan kompetensi.

2. Bidang Sosial

a. Kesehatan

Program CSR dibidang kesehatan ini dibentuk berdasarkan kesadaran KPC akan pentingnya kesehatan bagi seluruh masyarakat Sangatta. Aktivitas pertambangan yang berdampak pada lingkungan

disadari dapat mengganggu kesehatan masyarakat. Khususnya warga yang bermukim sangat dekat dengan lokasi tambang KPC (PIT J).

Dalam mengatasi dampak kesehatan yang terjadi akibat dari aktivitas tambang, KPC menyadari dan melakukan upaya-upaya dibidang pemeliharaan dan pemantauan lingkungan, Penggalian dan penimbunan tanah, peledakan (blasting), pengangkutan batubara melalui jalan-jalan umum dan aktifitas pertambangan lainnya menimbulkan peningkatan konsentrasi debu yang menurunkan kualitas udara dan mengganggu kesehatan masyarakat yang berada disekitar tambang, terutama terhadap penyakit-penyakit saluran pernafasan atas.

Dampak debu ini semakin terasa pada saat musim kemarau tiba. Saat PMI melakukan kegiatan pengobatan gratis pada warga Desa Singa Geweh rata-rata warga menderita Infeksi Saluran Pernafasan Atas (ISPA) seperti batuk, pilek, dan lain-lain. Selain itu KPC melalui *Departement Community Empowerment* melakukan program peningkatan kesehatan masyarakat di Kabupaten Kutai Timur. Pada tahun 2010 kemarin program Senyum dan Harapan kembali dilaksanakan di Balikpapan, tepatnya di RS Kanudjoso pada tanggal 24 Mei – 4 Juni sebanyak 66 pasien berhasil dioperasi, yang terdiri dari 46 pasien bibir sumbing dan 20 pasien luka bakar. Sebagiaian besar pasien berasal dari Kutai Timur dan sebagiaian lagi berasal dari berbagai macam tempat di Kalimantan Timur.

Dengan diketahuinya dampak yang terjadi pada masyarakat lokal akibat dari aktivitas tambang KPC melalui department *eksternal relations* memberikan peran penuh terhadap masyarakat Sangatta. Yakni berperan penuh sebagai *problem solving facilitator*. Dengan ini peran *public communication* sebagai pemecah masalah dan tepat sasaran dalam pelaksanaan CSR di bidang kesehatan yang menjadi perhatian khusus masyarakat sekitar tambang, mengingat bahwa aktivitas pemblastingan (proses mengeluarkan batubara dari dalam tanah). Sebuah aktivitas yang berdampak sangat besar terhadap kesehatan termasuk pula lingkungan.

Selain memberikan bantuan kesehatan yang diakibatkan oleh dampak aktivitas penambangan perusahaan juga melaksanakan program peningkatan kesehatan masyarakat sebagai partisipasi perusahaan dalam menanggulangi penyakit menular, meningkatkan gizi dan kualitas kesehatan masyarakat serta meningkatkan kesadaran penjagaan kesehatan dimasyarakat.

Berikut adalah program yang dilakukan :

1. Program pencegahan penyakit menular seperti HIV/AIDS, TBC dan demam berdarah.
2. Program edukasi dan rehabilitasi kesehatan gizi anak balita.

3. Bantuan operasi bibir sumbing (program Senyum dan harapan) dan pengobatan luka bakar.
4. Pelaksanaan operasi katarak dan pengobatan gratis serta penyuluhan kesehatan ke masyarakat melalui sarana radio FM.
5. Donor darah dengan melibatkan karyawan dan kontraktor perusahaan.

b. Pendidikan dan Pelatihan

Pada bidang program pendidikan dan pelatihan, KPC berupaya meningkatkan kualitas dan demi meningkatkan sumber daya manusia (SDM) di Sangatta. Sesuai dengan komitmen perusahaan untuk menyediakan peluang ekonomi masa depan yang tidak bergantung pada sumber daya tambang, KPC menggelar berbagai program pendidikan, untuk tujuan tersebut KPC menyediakan beasiswa setiap tahunnya bagi masyarakat dari jenjang SMP, SMA, D3/S1 S2 dan S3.

Sepanjang tahun 2010 total beasiswa yang diberikan mencapai 1.333 beasiswa. Program beasiswa yang dilakukan sejak tahun 2000 ini juga merupakan bentuk dukungan terhadap millennium development goal kategori 2, yaitu dengan tercapainya pendidikan dasar universal dan dukungan terhadap program pemerintah Kutai Timur yaitu “Kutim Cemerlang” selain beasiswa, KPC juga memberikan bantuan pendirian sarana pendidikan serta pelatihan guru dan siswa. Melalui program celoteh pendidikan di radio gemas wana prima (GWP) KPC juga melakukan penyuluhan pendidikan yang interaktif.

Program prestasi junior Indonesia kegiatan ini telah dilaksanakan sejak tahun 2003 yang tujuan utamanya adalah memberikan pendidikan kewirausahaan sejak dini kepada anak melalui metode *learning by doing*. Dalam kegiatan ekstrakurikuler ini siswa yang terlibat dibimbing untuk membuat perencanaan usaha atau perencanaan bisnis sebagai dasar mendirikan perusahaan. Modal yang diperlukan didapatkan dari penjualan saham, dimana modal tersebut dimanfaatkan secara nyata selama 9 bulan dan pada akhirnya dilikuidasi dan nilai saham yang dikembalikan diperhitungkan berdasarkan kinerja usaha masing-masing. Sampai dengan Desember 2010 telah terlibat 4 SMP, 4 SMA, dan 1 sekolah tinggi dalam kegiatan ini telah melibatkan kurang lebih 2.500 pelajar dan pada tahun 2007 PJI Sangatta telah menjadi model PJI terbaik se-Indonesia.

c. Pengembangan SDM

Bantuan pelatihan dana santunan kepada tokoh agama dan masyarakat di sekitar tambang, bantuan perayaan hari besar agama,

bantuan kendaraan MUSPIDA, perabotan Polres, dan BBM untuk instansi di Kutai Timur.

Melalui tujuh program pemberdayaan masyarakat KPC, diharapkan kemandirian masyarakat terhadap kegiatan pertambangan batubara dapat tercipta. Hal ini akan membuat masyarakat telah

mampu untuk melakukan kegiatan ekonomi berbasis pada sumber daya yang terbarukan diakhir kontrak KPC dengan pemerintah.

Ekonomi sosial dan lingkungan merupakan acuan KPC dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Selain itu, KPC secara berkesinambungan juga mendorong kemandirian, melibatkan partisipasi masyarakat, serta menggali sumber daya terbarukan dan berjangka panjang.

Cakupan wilayah yang diprioritaskan adalah pada wilayah disekitar tambang yang terkena dampak langsung operasional tambang yang sesuai diamankan di dalam AMDAL (Analisa Mengenai Dampak Lingkungan). Untuk mendapatkan hasil yang optimal dan obyektif, maka KPC melakukan kerja sama dengan perguruan tinggi, lembaga penelitian, LSM, donor internasional dan lainnya. Sedangkan untuk menyerap aspirasi masyarakat secara tepat dan akuntabel, KPC menempatkan tenaga-tenaga Pendamping Wilayah (PW) di masing-masing desa. Pemantauan pelaksanaan program dilakukan melalui mekanisme survey terhadap masyarakat dan pertemuan rutin dengan masyarakat.

3. Bidang Lingkungan

a. Pembangunan Infrastruktur

KPC telah berperan penuh dalam pembangunan infrastruktur di Sangatta, Pada tahun 2010, KPC telah membangun beberapa sarana infrastruktur sebagai dukungan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi lokal dan penguatan kapasitas pemerintah dan masyarakat. Dalam pembangunan infrastruktur tersebut, KPC melibatkan kontraktor lokal. Pendampingan kepada kontraktor, pemeriksaan kualitas pekerjaan, pengawasan terhadap sistem kerja dan pekerja yang diberikan oleh KPC secara tidak langsung telah meningkatkan kapasitas kontraktor local selain tentu saja keuntungan materi yang didapatkan dari pekerja itu sendiri. Pembangunan dan perbaikan jalan, rumah sakit, rumah ibadah, fasilitas air bersih, fasilitas olah raga, dan fasilitas perkotaan.

Fasilitas rumah sakit yang diberikan oleh KPC yaitu dengan dibangunya RSUD Sangatta. Rumah sakit yang dibangun dengan maksud untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat kutai timur. KPC telah membantu pelaksanaan program pembangunan dan perbaikan infrastruktur dengan membangun berbagai sarana insfrastruktur yang

memadai terutama bagi masyarakat di empat kecamatan sekitar area operasi tambang KPC yaitu kecamatan Sangatta Utara, Sangatta Selatan, Bengalon dan Rantau Pulung. Ketersediaan infrastruktur yang memadai diyakini dapat meningkatkan pembangunan ekonomi local serta memperkuat kapasitas pemerintah dan masyarakat.

Pembangunan dan perbaikan infrastruktur masyarakat secara signifikan dilakukan diberbagai wilayah kecamatan dan desa di Bengalon. Perencanaan program disusun bersama dengan para pemangku kepentingan di tingkat desa dan kecamatan sehingga menghasilkan program yang dibutuhkan warga masyarakat setempat. Sepanjang tahun 2011 yang lalu program peningkatan infrastruktur tersebut mencapai nilai US\$ 1 Juta meliputi pembangunan kantor desa, jalan raya, jembatan, listrik, fasilitas air dan lansekap.

b. Pelestarian Alam dan Budaya

Program pelestarian alam dan budaya ini dibuat karena KPC menyadari bahwa dengan adanya aktivitas tambang pasti berdampak pada alam. Tidak hanya sekedar menambang KPC berupaya mengembalikan hijaunya hutan Sangatta.

KPC tetap menunjukkan konsistensinya dalam menjaga tatanan masyarakat melalui pelestarian alam dan budaya di Kutai Timur dan wilayah lainnya di Kalimantan Timur. Beberapa hal yang telah dilakukan adalah pengadaan alat music tradisional lembaga sasak Lombok membangun sangatta dan seni calung sinar sawargi Rantau Pulung serta kesenian adat karya muda kaubun, operasional sanggar seni “Lamaddukelleng” sangatta, pembangunan rumah kompos pengolahan sampah FKPL sangatta dan pembangunan homestay Hutan Lindung Wehea Muara Wahau. Sebagai mitra TNK (Taman National Kutai) KPC bersama mitra lainnya terus memberikan dukungan dalam usaha pelestarian lingkungan lingkungan terutama melalui kegiatan kampanye dalam berbagai bentuk.

Sejak tahun 2009, KPC berinisiatif untuk mengembangkan ekowisata berbasis komunitas di Dusun Kabo yang berbatasan langsung dengan TNK dan merupakan pintu masuk ke kawasan pelestarian orang utan di Prefab sebagai salah satu bentuk kegiatan kampanye, dimana para pengunjung selain berwisata juga mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya pelestarian alam dan masyarakat dapat berperan aktif dalam pengelolaan dan menjaga kelestarian hutan yang ada di sekitar wilayahnya. Pembangunan home stay di Hutan Lindung Wehea Muara Wahau ini diharapkan dapat mendukung program BLH dalam melestarikan hutan lindung dengan menyediakan fasilitas yang nyaman

bagi peneliti, pengunjung yang sekaligus juga sebagai tempat belajar, bertukar informasi dan berbagi pengalaman.

Dibidang pelestarian alam dan budaya para humas KPC membuat program bernama GERAK BERSEMI (Gerakan Komunitas Bersih Sehat dan Mandiri) bersama dengan pemerintah daerah dan masyarakat sejak tahun 2008 KPC terus melakukan upaya untuk meningkatkan keterlibatan semua pihak untuk melakukan pengolahan sampah secara terpadu. Berbagai rangkaian kegiatan digelar seperti

peresmian rumah kompos di Kobo oleh Wakil Bupati Kutai Timur pada tanggal 23 Februari 2010 yang sekaligus memperingati Hari Sampah National.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan peran *public communication* ditinjau dari fokus penelitian yang peneliti angkat yaitu *Communication Fasilitator*. Public Communication PT Kaltim Prima Coal berperan sebagai fasilitas komunikasi antara perusahaan dengan *public eksternal, internal*. Karena perannya sebagai jembatan komunikasi dan penengah bila terjadi *misscommunication* dalam pelaksanaan CSR, menangani keluhan masyarakat mengenai aktivitas tambang.
2. Pemberitaan miring mengenai KPC dan menjalin komunikasi dua arah pada pemerintah daerah yang berada disekitar tambang. Dibentuknya program CSR dari sisi Lingkungan, Sosial dan Ekonomi karena KPC menyadari akan pentingnya kemajuan masyarakat sangatta, terlebih pasca tambang. Program ini bermanfaat untuk mengurangi dampak negatif yang terwujud dalam bentuk kesenjangan antara kemajuan gerak perusahaan dan keadaan serta harapan masyarakat sekitarnya. Didalam peranya sebagai *Communication Fasilitator* (Fasilitas Komunikasi) *Public Communication* juga meluruskan beberapa persepsi masyarakat mengenai dunia pertambangan.
3. Peran *public communication* juga ditinjau dari *Problem Solving Facilitator* (sebagai pemecah masalah). KPC sangat rentan dengan isu-isu lingkungan akibat dari aktivitas tambangnya. Ada beberapa permasalahan yang perlu ditangani KPC dalam hal isu lingkungan. Oleh karena itu KPC melalui peran *public communication* kemudian merumuskan beberapa program CSR yang ada kaitanya dengan lingkungan.

Adapun program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT KPC sebagai berikut

1. Bidang Ekonomi
 - a. Pengembangan Agribisnis
 - b. Pengembangan UKM
2. Bidang Sosial, dan
 - a. Kesehatan
 - b. Pendidikan dan Pelatihan

- c. Pemberdayaan SDM
- 3. Lingkungan
 - a. Pembangunan Infrastruktur
 - b. Pelestarian Alam & Budaya

Public Communication KPC telah sangat baik dalam penyelenggaraan hubungan yang bersifat eksternal kepada lingkungan masyarakat sekitar tambang. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian di Departement Eksternal Relations bahwa *publik communication* selalu melakukan koordinasi didalam internalnya untuk melaksanakan program CSR kepada masyarakat. Selain itu

public communication juga berperan penuh dalam kemajuan dan keberhasilan disetiap program CSR tersebut.

Public Communication KPC telah menjalin hubungan yang harmonis dengan beberapa stakeholder (pemangku kepentingan). Stakeholder KPC adalah Media, Pemerintah dan Masyarakat sekitar tambang. Khususnya pada masyarakat untuk memperjelas mengenai seluruh program pengembangan masyarakat.

Hubungan *public communication* KPC dengan media telah sangat baik, hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian pada staf redaksi media relations dan pemberitaan mengenai KPC dan seluruh aktivitas pertambangannya di media. Namun perlu dibuat beberapa tehnik khusus yang terencana untuk menangani keluhan masyarakat sekitar tambang yang dilaporkan melalui media, agar selain dapat mengatasi keluhan masyarakat sekitar tambang juga dapat membangun kembali citra KPC akibat dari aktivitas tambang.

Selain itu adapula kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian CSR di PT Kaltim Prima Coal dari sudut pandang pendanaan :

1. KPC memiliki proporsi untuk pemberian dana CSR pada masyarakat dan pemerintah daerah di sekitar tempat produksinya,
2. Strategi penyaluran CSR yang dilakukan KPC masih disusun dari satu pihak, yakni dari pihak KPC sendiri sehingga ada beberapa ketidaksesuaian antara apa yang dibutuhkan Pemda dan masyarakat dengan kegiatan yang dilakukan dari realisasi anggaran,
3. Masyarakat dan Pemda merasa tidak puas dengan tidak terpenuhinya janji-janji yang dilontarkan stockholders KPC pada saat dahulu ingin menjalankan bisnis produksi di KPC, dan KPC seringkali menggembar-gemborkan komunikasi dan publikasi di media luar sehingga akhirnya

mendapatkan banyak penghargaan, akan tetapi kurang meningkatkan keeratan hubungan dan frekuensi komunikasi dengan pihak yang bersentuhan langsung dengan mereka, yaitu masyarakat sekitar dan pemda bersangkutan.

Saran-saran

Berikut ini adalah saran-saran yang telah penulis rangkum untuk *public communication* KPC dalam perannya melaksanakan program CSR di Sangatta, antara lain :

1. Diharapkan agar adanya keseimbangan dalam pelaksanaan program CSR dengan sumber daya yang diambil sehingga tidak menimbulkan dampak yang negatif karena kesenjangan kemajuan perusahaan terhadap masyarakatnya.
2. Dalam setiap programnya hendaknya diperhatikan tingkat keefektifan setiap program yang dilaksanakan agar tepat guna dan tepat sasaran.
3. Perlu adanya pengawasan dan pemeliharaan kembali terhadap seluruh program-program yang telah dilaksanakan untuk masyarakat.
4. Perumusan strategi pengalokasian dana CSR yang harus mengikutsertakan masyarakat dan pemerintah daerah setempat,
5. Proses penjelasan bagaimana sistem penyaluran dana CSR dilakukan pada forum bersama dan forum yang akhirnya dilaksanakan secara berkala untuk monitoring pelaksanaan kegiatan yang dicanangkan pada perumusan jangka pendek maupun jangka panjang alokasi dana CSR, dan
6. Proses evaluasi dan pertanggung jawaban yang tidak hanya dilakukan melalui media luar dan berbentuk laporan semata, tetapi juga berbentuk forum yang mengundang masyarakat dan pemerintah daerah untuk ikut mengevaluasi dan memberikan masukan terhadap kinerja penggunaan dana CSR selama tahun berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar M. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, PT Bumi Aksara, Jakarta
- Darmastuti, Rini. 2007. *Etika PR dan E-PR*. Yogyakarta; Gava Media.
- Effendy, Uchjana, Onong. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____, (1993). *Human Relations dan Public Relations*. CV. Mandar Maju, Bandung.
- _____, (1998). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Gregory, Anne (Ed). 2004. *Public Relations dalam Praktik*, Jakarta : Penerbit Airlangga.

- Hasan, Iqbal M. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Miles dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia
- Patton, Adri. 2007. *Pemberdayaan Masyarakat : Konsep, Pengukuran dan Strategi*.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Etika Kehumasan: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2004. *Riset Kehumasan*. Jakarta : Grasindo.
- Soegiyono : *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2006
- Wherther, William B. dan David Chandler. 2006. *Strategic Corporate Social Responsibility*. California : Sage Publication, Inc
- Winarno, Budi. 2004. *Globalisasi Wujud Imprealisme Baru, Peran Negara Dalam Pembangunan*. Yogyakarta : Tajidu Press.

Media Internet

“*Community Development*”terdapat di[http://en.wikipedia.org/wiki/ Community Development](http://en.wikipedia.org/wiki/Community_Development), 21 Maret 2013

Dokumen-Dokumen :

- Laporan Tahunan *Pembangunan Berkelanjutan PT Kaltim Prima Coal 2008*
- Laporan Implementasi *Corporate Social Responsibility PT Kaltim Prima Coal 2009*
- Laporan Implementasi *Corporate Sosial Responsibility PT Kaltim Prima Coal 2010*
- Laporan Implementasi *Corporate Sosial Responsibility PT Kaltim Prima 2011-2012*