

PERAN HUMAS PT. BANGUN TENERA RIAU PADA PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* UNTUK MEMBANGUN CITRA POSITIF

Iin Striany¹⁾, S Bekti Istiyanto²⁾, dan Wisnu Widjanarko³⁾
^{1,2,3)}Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Jenderal Soedirman
Email Address: iin.striany@mhs.unsoed.ac.id

Tanggal diterima: 5 Desember 2022 Tanggal direvisi 13 Maret 2023 Tanggal disetujui: 20 Maret 2023

ABSTRACT

In optimizing the Corporate Social Responsibility (CSR) program, a public relations role is needed that can bridge and can facilitate communication between the company's interests and the needs of the community to reach an agreement in the implementation of the CSR program. This study aims to find out how the public relations role of PT Bangun Tenera Riau (BTR) in the implementation of CSR programs is related to the problems experienced by SDN 01 Perhentian Raja located in Pantai Raja Village, Perhentian Raja District, Kampar Regency, Riau Province. The research method used in this study is a qualitative method with a case study. The data in this study were generated through observation and interviews with informants. The informants in this study were three people, namely the public relations of PT. Bangun Tenera Riau, school principal and village head. Determination of informants in this study through purposive sampling. The results showed that the role of public relations of PT. BTR in the implementation of CSR is as an expert advisor and communication facilitator. In carrying out the role of expert advisor, public relations of PT. BTR helped find a solution to the problem experienced by SDN 01 Perhentian Raja where previously the school was considered to lack classrooms due to the increasing number of students every year, so it asked BTR for additional local assistance for the teaching and learning process. So that the BTR represented by the public relations then provided a solution by providing land and building 6 classes and providing intensive Rp. 250,000 to 16 honorary teachers in the elementary school. As a communication facilitator, public relations convey suggestions or input from the community to their superiors, and vice versa. Thus causing mutual understanding between the company and the community.

Keywords: *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Positive image*

© 2023 MetaCommunication: Journal of Communication Studies

How to Cite: Striany, I., Istiyanto, S B., & Widjanarko, W. (2023). Peran Humas PT. Bangun Tenera Riau pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility untuk Membangun Citra Positif. MetaCommunication; Journal of Communication Studies, 5(2), 33-44

ABSTRAK

Dalam mengoptimalkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), dibutuhkan peran humas yang dapat menjembatani serta dapat memfasilitasi komunikasi antara kepentingan perusahaan dan kebutuhan masyarakat untuk mencapai kesepakatan dalam pelaksanaan program CSR tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran humas PT Bangun Tenera Riau (BTR) dalam pelaksanaan program CSR terkait dengan permasalahan yang dialami oleh SDN 01 Perhentian Raja yang terletak di Desa Pantai Raja, Kecamatan Perhentian Raja, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi kasus. Data pada penelitian ini dihasilkan melalui observasi dan wawancara dengan informan. Informan pada penelitian ini berjumlah tiga orang, yaitu humas PT. Bangun Tenera Riau, kepala sekolah dan kepala desa. Penentuan informan pada penelitian ini melalui *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas PT. BTR pada pelaksanaan CSR adalah sebagai penasehat ahli dan fasilitator komunikasi. Dalam menjalankan peran sebagai penasehat ahli, humas PT. BTR membantu mencari solusi mengenai masalah yang dialami oleh SDN 01 Perhentian Raja dimana sebelumnya sekolah dinilai kekurangan ruang kelas karena jumlah siswa yang semakin bertambah setiap tahunnya, sehingga meminta bantuan tambahan lokal untuk proses belajar mengajar kepada pihak BTR. Sehingga pihak BTR yang diwakili oleh humas kemudian memberikan solusi dengan memberikan

lahan dan membangun 6 kelas serta memberikan intensif sebesar Rp. 250,000 kepada 16 guru honorer di SD tersebut. Sebagai fasilitator komunikasi, yaitu humas menyampaikan kembali saran atau masukan dari masyarakat kepada atasannya, dan sebaliknya. Sehingga menimbulkan saling pengertian antara perusahaan dan masyarakat.

Kata Kunci: Humas, *Corporate Social Responsibility*, Citra Positif

PENDAHULUAN

Bukan merupakan kebutuhan yang baru untuk meningkatkan hubungan kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat, dimana masyarakat dari lembaga mendapatkan keuntungan atau kepuasan terhadap lembaga atau perusahaan tersebut. Tetapi, kesadaran dari pemimpin lembaga terhadap pentingnya kehadiran masyarakat atau publiknya masih menjadi hal yang baru (Soemirat & Ardianto, 2022). Keberadaan organisasi bergantung pada penerimaan publik dan keberhasilan perusahaan dapat disesuaikan dengan adanya persamaan pandangan dan keterlibatan organisasi terhadap kepentingan publik. Perusahaan yang sukses akan menjumpai masalah ketika tidak memberikan perhatian kepada masyarakat di lokasi perusahaan tersebut beroperasi. *Bad news* dapat dengan cepat menyebar, oleh sebab itu penting untuk menjaga relasi yang baik dengan publik disekitar perusahaan (Ruslan, 2017). Khususnya kemampuan dalam pemeliharaan komunikasi yang baik terhadap publik sasaran untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan. Selain berorientasi kepada keuntungan, perusahaan juga harus mengeluarkan dana sebagai upaya penetralisir pencemaran udara dan limbah industri dalam mewujudkan kepedulian dan komitmen dalam melestarikan lingkungan hidup (Suwatno, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Negoro (2014) menyebutkan bahwa dalam mengimplementasikan program CSR, PR memiliki kontribusi dan juga peran yang besar (Negoro, 2014). Sari dan Soegiarto (2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa humas memiliki peran dan fungsi untuk menimbulkan kesan yang baik pada kalangan masyarakat sekitar perusahaan melalui pengelolaan opini publik (Sari & Soegiarto, 2019). Sejalan dengan penelitian tersebut, Widodo dkk menyebutkan dalam penelitiannya bahwa humas merupakan penghasil informasi dengan mengutamakan komunikasi timbal balik untuk perbaikan perusahaan atau organisasi (Widodo et al., 2013). Hidayaturrehman (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa dalam menjaga hubungan yang positif dengan masyarakat, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif (Hidayaturrehman, 2017). Keberhasilan *public relations* ditentukan oleh keterampilan diplomasi dan juga keluwesan melakukan komunikasi dengan para komunitas, karena seringkali berhubungan dengan persoalan kemanusiaan, sehingga kepedulian perusahaan melalui program CSR tidak dapat dipisahkan dari program *public relations*. Apabila

perusahaan dapat menjalankan keduanya dengan sangat baik, maka dapat menghasilkan dukungan dari masyarakat yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. keuntungannya bukan hanya berkaitan dengan peningkatan citra perusahaan (*corporate image*), tetapi berkaitan juga terhadap keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) (Suwatno, 2018).

PT. Bangun Tenera Riau merupakan salah satu perusahaan pengolahan minyak mentah yang dalam menjalankan perusahaannya juga melaksanakan program CSR, seperti membangun gedung sekolah, membantu korban bencana, perbaikan jalan desa dan lain sebagainya yang diharapkan mampu meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat sekitar. Permasalahan isu negatif juga merupakan masalah yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan ini, terutama permasalahan limbah industri dan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh asap pengolahan pabrik yang memasuki wilayah pemukiman penduduk di Desa Pantai Raja.

Terkait dengan permasalahan tersebut, untuk menghasilkan suatu hubungan yang positif antara perusahaan dan masyarakat sekitar dan juga mendapatkan dukungan dimasa mendatang, PT. BTR melakukan pendekatan salah satunya melalui program CSR. Program yang paling mencolok adalah program pembangunan Sekolah Dasar Negeri 01 di Desa Pantai Raja oleh PT. BTR. Sebelumnya sekolah dinilai kekurangan ruang kelas karena jumlah siswa yang semakin bertambah setiap tahunnya, sehingga kepala sekolah berinisiatif untuk meminta bantuan berupa tambahan lokal untuk proses belajar mengajar kepada pihak BTR. Pihak BTR menyetujui permintaan tersebut dengan lebih dulu melakukan musyawarah dengan kepala sekolah, kepala desa, kepala suku dan camat perihal program pembangunan yang akan dijalankan. Dalam permasalahan sekolah ini, PT. BTR membeli sebuah lahan yang kemudian dihibahkan untuk pembangunan sekolah. Dalam hal ini peran humas sangat diperlukan dalam proses pelaksanaan program tersebut, sehingga humas harus benar-benar dapat memfasilitasi atau menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan pihak terkait yang ada didalam program tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Herlina (2015) menyebutkan bahwa untuk mencapai tujuan dalam *Public Relations* diperlukan kedisiplinan, kerja keras, dan profesionalitas (Herlina, 2015). Ningsih dan Pramusinto (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa citra organisasi merupakan tujuan yang hendak dicapai oleh humas (Ningsih & Pramusinto, 2017). Dalam mengoptimalkan program CSR yang tujuannya adalah untuk mendapatkan citra dan juga dukungan dari publiknya, dibutuhkan peran humas yang dapat menjembatani serta dapat memfasilitasi perusahaan dan masyarakat untuk mencapai kesepakatan dalam pelaksanaan program CSR sehingga tujuan utama diciptakannya program CSR tersebut dapat tercapai sesuai kebutuhan masyarakat yang dituju dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam berbagai

aspek. Sehingga terjalin hubungan yang positif antara perusahaan dan publik selama menjalankan proses pelaksanaan program CSR yang dibuat oleh perusahaan sekaligus menciptakan citra yang positif terhadap perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rini dkk (2017) yang menyatakan bahwa humas berperan untuk mendapatkan *feedback* yang positif dari masyarakat melalui kerjasama dengan publik sebagai bentuk partisipasi perusahaan dan bertujuan untuk menyakinkan publik agar mempercayai perusahaan tersebut (Rini et al., 2017). Selain itu, salah satu program humas yang terbukti bermanfaat bagi banyak perusahaan adalah bantuan dalam pendidikan (Moore, 2005).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana peran humas PT. BTR dalam pelaksanaan program CSR untuk membangun citra positif, dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran humas PT. BTR dalam pelaksanaan program CSR untuk menghasilkan citra positif.

Salah satu definisi humas/ PR yang diambil dari *The British Institute of Public Relations*, yaitu “*Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public*” atau *public relations* dalam praktiknya adalah memikirkan, merencanakan dan bekerja keras dalam membangun dan menjalin saling pengertian antara perusahaan dan juga publik organisasi tersebut (Ruslan, 2017).

Fungsi PR adalah untuk menghasilkan relasi yang baik pada setiap aspek yang ada pada sebuah perusahaan dengan memberi pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi untuk memperoleh opini publik yang positif dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2022).

Terdapat 4 peranan humas menurut Dozier dan Broom 1995, yaitu sebagai penasehat ahli (*expert prescriber*), dimana Praktisi PR yang memiliki pengalaman dan kemampuan yang tinggi dapat membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah hubungan perusahaan dengan publiknya (*Public Relationship*). Selanjutnya sebagai fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*), dimana Praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator dalam membantu pihak manajemen untuk mendengarkan keinginan dan harapan publiknya sekaligus menjelaskan keinginan publik tersebut kepada perusahaan, begitu pula dalam menjelaskan keinginan dan kebijakan perusahaan kepada publiknya. Sehingga tercipta saling pengertian yang baik antara perusahaan dan publiknya.

Kemudian sebagai fasilitator penyelesaian masalah (*problem solving process fasilitator*), dimana ketika menghadapi krisis yang terjadi pada suatu organisasi, maka dibentuklah sebuah

tim yang terkoordinir oleh praktisi PR dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk kemudian membantu perusahaan dan produk yang sedang menghadapi atau mengatasi suatu krisis. Sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*), praktisi PR hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau lebih dikenal dengan *methode of communication in organization*. Sistem komunikasi didalam suatu organisasi tergantung pada setiap bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan kepada bawahan akan berbeda dari tingkat bawahan kepada tingkat atasan (Ruslan, 2017).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen kewirausahaan dan tanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan oleh operasional perusahaan, baik secara sosial maupun lingkungan. Perusahaan juga berupaya untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosial di sekitar wilayah perusahaan. Perusahaan juga wajib bertanggung jawab untuk menjaga lingkungan sosial berdasarkan norma dan peraturan yang berlaku dalam rangka meningkatkan kualitas program dan tingkat tanggung jawab perusahaan itu sendiri (Rudito & Famiola, 2013).

Ada dua cara untuk melihat pertumbuhan CSR. Pertama, CSR adalah perkembangan positif di mana perusahaan benar-benar terlibat dalam hubungan aktif yang bermakna, dan merupakan contoh komunikasi simetris di mana perusahaan dapat berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, mendengarkan dan mengubah tindakan mereka sebagai hasil dari interaksi. Kedua, CSR tidak lebih dari kegiatan PR yang terinspirasi, contoh lain dari taktik PR untuk menyajikan sesuatu yang dapat diterima oleh dunia luar. Namun demikian, praktik PR secara umum dapat dibagi menjadi dua jenis kegiatan yang berbeda, yaitu kegiatan sosial dan lingkungan (Butterick, 2012).

Citra perusahaan merupakan kesan publik terhadap perusahaan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya. Citra bisa berubah karena pengetahuan dan pengalaman masing-masing individu bersifat pribadi. Oleh karena itu, sudah menjadi tugas petugas PR untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman masyarakat agar memiliki kesan yang jelas dan baik terhadap perusahaan (Suwatno, 2018).

Penelitian terdahulu oleh Widodo dkk mengatakan bahwa meskipun humas telah berperan dalam rencana sosialisasi penambangan pasir besi di Kabupaten Kulon Progo, namun kesalahan persepsi masyarakat terhadap proses penambangan tidak berubah, menunjukkan bahwa teori pengendalian kekuasaan yang dilakukan oleh bagian humas pemerintah Kabupaten Kulon Progo belum dilakukan secara optimal (Widodo et al., 2013).

Hasil penelitian Siswanto dan Abraham menunjukkan bahwa peran perantara komunikasi di Kantor Humas belum optimal, tidak tersedianya informasi yang dapat diakses publik menjadi penyebab kurangnya peran humas yang optimal sebagai fasilitator komunikasi dari masyarakat kepada pemerintah dan sebaliknya (Siswanto & Abraham, 2016).

Penelitian sebelumnya oleh Ratu dan Djuwita yang berjudul analisis peran humas dalam kegiatan CSR perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah peran humas PT Arara Abadi sangat penting terutama dalam kegiatan CSR perusahaan, peran humas juga mencakup beberapa aspek yaitu sebagai konsultan spesialis, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah dan teknisi komunikasi. Beberapa peran ini diterapkan pada khalayak perusahaan eksternal seperti publik, media atau pers, dan pemerintah (Ratu & Djuwita, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan studi kasus. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berdasarkan postpositivisme dan digunakan untuk mempelajari keadaan alami objek (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif adalah payung untuk semua jenis pendekatan penelitian yang digunakan untuk mempelajari kehidupan sosial alami dan natural. Informasi yang dianalisis dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif. Informasi dapat berupa transkrip hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen atau gambar seperti foto, video, materi dari Internet dan juga dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan kehidupan manusia, baik individu maupun kelompok (Sugiyono & Lestari, 2021).

Untuk mendapatkan fakta dan data yang akurat selama proses penelitian, peneliti melakukan pengamatan, menganalisis dokumen dan mewawancarai sumber-sumber yang dipilih melalui sampel yang ditargetkan atau *purposive sampling*, yaitu sumber-sumber yang dipilih oleh peneliti karena dianggap memiliki pengetahuan dan kompetensi tentang penelitian yang sedang diteliti. Narasumber pada penelitian ini yaitu humas PT. BTR, kepala sekolah SDN 01 Perhentian Raja, dan kepala desa. Dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih berfokus pada proses penelitian di tempat bersama dengan pengumpulan data (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

PT. Bangun Tenera Riau (BTR) adalah perusahaan industri yang bergerak di bidang pengolahan kelapa sawit menjadi minyak mentah di Desa Pantai Raja. Lokasinya terletak di Jalan Pekanbaru, Taluk Kuantan KM 26 Kelurahan Pantai Raja, Kecamatan Perhentian Raja,

Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Pada Proses produksinya, Perseroan atau perusahaan menghasilkan minyak mentah dengan membeli buah sawit atau tandan buah segar dari perkebunan dan agen kelapa sawit yang merupakan mitra usaha perusahaan (Wijaya, 2012).

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, yaitu Arizal selaku *Public Relations Officer* PT. BTR terdapat beberapa hasil yang didapatkan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana peran humas pada pelaksanaan program CSR terutama pada pelaksanaan pembangunan SDN 01 Perhentian Raja. Berikut merupakan hasil wawancara dengan humas PT. BTR mengenai hal-hal yang perlu dilakukan oleh humas dalam pelaksanaan program CSR.

“Untuk melakukan sebuah program itukan kita harus tau dulu nih urgensinya untuk apa, biasanya tim kita observasi dulu ke tempatnya, komunikasi dengan pihak terkait mengenai masalah apa yang bisa kita diskusikan jalan keluarnya, setelah dapat data-data penting barulah kita dokumentasikan dulu agar dapat ditinjau oleh pimpinan dan tim kita, ditambah lagi inikan untuk kepentingan umum ya, jadi harus didiskusikan terlebih dahulu dengan atasan dan tim kita” (Wawancara, 25 November 2022).

Selanjutnya informan menjelaskan mengenai proses yang dilakukan setelah merumuskan masalah yang ada, yaitu merencanakan program yang akan dijalankan, Pada perencanaan program CSR, kegiatan kehumasan PT. Bangun Tenera Riau dimulai dengan menyiapkan program dan kemudian berkolaborasi dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap program yang akan dilaksanakan, seperti yang dijelaskan oleh informan Arizal pada hasil wawancara berikut:

“Tentunya sebelum menjalankan sebuah program, tim kami bersama dengan pihak-pihak terkait terlebih dahulu merencanakan apa sih yang akan kita buat, program yang seperti apa, karena untuk membuat program itukan kita harus diskusiin dulu, untuk apa dilaksanakannya, setelah itu barulah kita bekerja sama dengan orang-orang yang nantinya akan memberikan masukan dan pengaruh terhadap program kita ini, seperti pembangunan sekolah ini, kita kerjasama dengan tentunya kepala sekolahnya, kita juga bekerja sama dengan kepala desa dan camat tentunya agar sama-sama saling memonitor program yang dilakukan” (Wawancara, 25 November 2022).

Selain itu, humas mulai menjalin komunikasi dengan pihak-pihak yang dianggap berpengaruh terhadap kesuksesan program yang akan dilakukan. Komunikasi yang digunakan oleh humas BTR dalam pelaksanaan program CSR, khususnya adalah komunikasi interpersonal. Hal ini dilakukan agar mengurangi kesalahpahaman dalam komunikasi, sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif. Seperti yang disebutkan oleh informan Arizal pada hasil wawancara berikut:

“Seperti yang sudah disebutkan tadi, dalam menjalankan program ini kita butuh masukan, karena program inikan untuk kepentingan masyarakat terutama siswa siswi SDN ini, jadi perlu adanya komunikasi secara intens dengan kepala sekolah, dibantu juga masukan oleh kepala desa, supaya tidak terjadi kesalahan selama proses dijalankan program ini, karena dengan keterlibatan atau keikutsertaan baik dari kepala sekolah, masyarakat ataupun

pihak terkait seperti kepala desa maka diharapkan program ini akan berjalan dengan baik, dan jika ada kendala selama proses berjalan dapat kita diskusikan bersama agar hubungan yang terjalin juga baik tanpa kendala” (Wawancara, 25 November 2022).

Sebagaimana hasil wawancara dengan Muslim selaku kepala sekolah, yang dijelaskan pada hasil wawancara berikut:

“Bisa kerjasama karena menghubungi dan mengajak kerjasama pihak BTR karena Direktur BTR Bapak Yohanes merupakan Bapak Pendidikan Kabupaten Kampar, setelah itu diadakan musyawarah melibatkan anggota DPR Kabupaten Kampar Bapak Iib Nursaleh, kepala desa, ninik mamak, komite dan kepala sekolah dan terjadi kesepakatan untuk dibangunnya sekolah di tanah yang dihibahkan oleh BTR, dibangun kelas sebanyak 6 lokal, dan selanjutnya BTR memberikan kepada guru honorer yang ada di SDN 01 Perhentian Raja sebanyak 16 orang insentif dari BTR sebanyak 250 Ribu/bulan, dan berlangsung sampai sekarang” (Wawancara, 3 Desember 2022).

Setelah melalui tahapan perumusan masalah, perencanaan program, dan komunikasi dengan pihak terkait, tahap selanjutnya yaitu humas melakukan evaluasi. Saat mengevaluasi, program CSR didiskusikan dengan *stakeholder internal* perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap program yang akan dilaksanakan, seperti manajer dan staf kehumasan. Selain itu, diskusi dilakukan dengan para pemangku kepentingan seperti kepala sekolah, kepala desa dan kecamatan setempat. Seperti yang dijelaskan oleh informan Arizal dalam wawancara berikut:

“Karena untuk tanggung jawab sosial ini kan harus ada kerjasama berbagai pihak, dan sudah memiliki tim khusus yang berperan pada pelaksanaan program ini seperti manajer dan dibantu oleh staf kehumasan, disini kita juga meminta peran dari kepala desa, camat, dan juga pihak sekolah yang diwakili oleh kepala sekolah untuk sama-sama mengevaluasi pelaksanaan program ini, kedepannya seperti apa, jika ada kekurangan bisa kita diskusikan bersama dan saling terbuka agar program ini dapat berjalan dengan baik seterusnya, tentunya dengan keterlibatan seluruh pihak” (Wawancara, 25 November 2022).

Menurut Muslim selaku kepala sekolah, PT. Bangun Tenera Riau bertanggung jawab mengenai program pembangunan tersebut, dan berharap agar perusahaan tersebut dapat terus membantu terutama pada bidang pendidikan di Kecamatan Perhentian Raja, sebagaimana yang disebutkan pada hasil wawancara berikut:

“PT. BTR bertanggung jawab sampai bangunan berdiri hingga bisa dipakai sampai sekarang, harapannya semoga PT. BTR bisa terus membantu pada bidang pendidikan di Kecamatan Perhentian Raja” (Wawancara, 3 Desember 2022).

Khairud Zaman selaku Kepala Desa turut menyampaikan rasa terima kasih kepada PT. BTR karena telah berkontribusi pada pendidikan yang ada di Desa Pantai raja, sebagaimana yang disebutkan pada hasil wawancara berikut:

“Saya sangat mengapresiasi pihak BTR yang telah memperhatikan kondisi Pendidikan di Desa Pantai Raja, kini SDN 01 Perhentian Raja memiliki tambahan lokal yang dapat menambah ruang belajar mengajar, karena jumlah siswa yang semakin meningkat sehingga pihak sekolah kekurangan ruangan untuk menampung siswa, dan dengan bantuan pembangunan sekolah ini, masalah kekurangan lokal dapat teratasi” (Wawancara, 3 Desember 2022).

Pembahasan Penelitian

Setelah memaparkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan program CSR di Desa Pantai Raja, humas PT. BTR terlebih dahulu mendefinisikan atau merumuskan masalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada proses perencanaan dan program CSR, tahapan yang dilakukan oleh humas PT. BTR yaitu dimulai dengan menentukan program kerja kemudian melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh dalam program yang akan dilaksanakan. Selain itu, pekerjaan humas menjalin komunikasi dengan pihak-pihak yang memiliki dampak terhadap program yang akan dilakukan. Komunikasi yang digunakan oleh humas PT. BTR dalam pelaksanaan program CSR adalah komunikasi interpersonal dengan kepala sekolah dan kepala desa. Hal ini dilakukan agar mengurangi kesalahpahaman dalam komunikasi, sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif. Setelah melalui tahapan perumusan masalah, perencanaan program, dan komunikasi dengan pihak terkait, tahap selanjutnya yaitu humas melakukan evaluasi. Dalam evaluasi humas melakukan diskusi dengan pihak *internal* perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap program yang dijalankan seperti manager dan staf kehumasan. Selanjutnya humas juga melakukan diskusi bersama para *stakeholders* diantaranya kepala sekolah, kepala desa, anggota DPR, kepala suku dan camat setempat.

Terdapat 4 Peran humas berdasarkan pendapat Dozier dan Broom 1995, yaitu sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses penyelesaian masalah dan teknisi komunikasi (Ruslan, 2017). Berdasarkan temuan oleh peneliti melalui observasi, wawancara dengan narasumber dan dokumentasi, disimpulkan bahwa terdapat 2 peran yang dilakukan oleh humas PT. BTR, yaitu sebagai penasehat ahli. Penasehat ahli sama halnya seperti seorang dokter dengan pasiennya. Dimana humas merupakan seseorang yang menguasai suatu masalah atau jenis hubungan dengan masyarakat, dan memiliki tanggung jawab utama menangani masalah sebagai konsultan serta dibantu dengan sedikit masukan dan partisipasi dari manager senior perusahaan. Peran humas PT. BTR dalam pelaksanaan CSR diantaranya berperan sebagai penasehat ahli.

Dalam hal ini, humas PT. Bangun Tenera Riau membantu mencari solusi dari masalah yang dialami oleh SDN 01 Perhentian Raja dimana sebelumnya sekolah dinilai kekurangan ruang kelas

karena jumlah siswa yang semakin bertambah setiap tahunnya, sehingga meminta bantuan tambahan lokal untuk proses belajar mengajar kepada pihak BTR. Sehingga pihak BTR yang diwakili oleh humas kemudian memberikan solusi dengan memberikan lahan dan membangun 6 kelas serta memberikan intensif sebesar Rp. 250.000 kepada 16 guru honorer di SD tersebut. Selain itu, sebagai fasilitator komunikasi yang merupakan mediator yang bertugas untuk mendengarkan dan memberikan informasi antara organisasi dan publik utamanya. Tujuan dari peran humas ini adalah memberikan informasi kepada manajemen dan publik untuk membuat keputusan yang terbaik bagi kepentingan bersama. Peran humas PT. BTR sebagai perantara komunikasi atau fasilitator dalam transmisi pesan, dapat memberikan pemahaman dan arahan serta informasi sekaligus menjadi penghubung antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam berkomunikasi dengan publiknya, humas PT. BTR menggunakan komunikasi dua arah atau *two ways communication*, dimana ada *feedback* yang dihasilkan melalui komunikasi antara humas dan pihak-pihak terkait mengenai pelaksanaan program CSR untuk mengoptimalkan pelaksanaan program tersebut. Sebagai fasilitator komunikasi humas menyampaikan kembali saran atau masukan dari masyarakat kepada atasannya, dan sebaliknya. Sehingga menimbulkan saling pengertian antara perusahaan dan masyarakat. Pada pelaksanaan program pembangunan SDN 01 Perhentian Raja, humas PT. BTR juga berperan membangun kerjasama dengan pemerintah setempat dan program diawasi langsung oleh kepala sekolah, camat, kepala desa serta aparaturnya terkait.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran humas pada PT. BTR yaitu sebagai penasehat ahli dan fasilitator komunikasi. Sehingga dengan peran ini, humas PT. BTR dapat mengoptimalkan pelaksanaan program CSR yang dibuat oleh perusahaan dengan mengikut sertakan kepala sekolah SDN 01 Perhentian Raja yaitu Muslim dan masyarakat setempat untuk mendapatkan masukan serta saran-saran yang diperlukan pada pelaksanaan program pembangunan sekolah, sehingga dengan terjalannya kerjasama antara perusahaan dengan publiknya semakin menumbuhkan saling pengertian dan keharmonisan kedua belah pihak.

Dengan peran humas sebagai penasehat ahli dan fasilitator komunikasi pada pelaksanaan program CSR dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pihak sekolah dan sebaliknya humas dapat menjelaskan maksud dan keinginan atasannya kepada pihak sekolah, sehingga mengurangi ketidakseimbangan informasi pada saat pelaksanaan program pembangunan sekolah tersebut. Dari hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjalankan perannya humas PT. BTR berperan sangat penting

didalam pelaksanaan program CSR sekaligus meningkatkan interaksi yang positif antara perusahaan dan masyarakat yang ada di lingkungan sekitar. Sehingga dengan adanya interaksi yang positif tersebut, dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat, dan kehadiran perusahaan dapat benar-benar memberikan manfaat dan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan namun bagi masyarakat yang berada disekitar perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Jurnal ini tidak akan selesai tanpa adanya peran, bantuan serta saran para pembimbing, yaitu Bapak S BektI Istiyanto dan Bapak Wisnu Widjanarko selaku pembimbing 1 dan juga pembimbing 2. Kemudian peran dari pihak PT. BTR, Kepala Sekolah SDN 01 Perhentian Raja dan juga peran Kepala Desa Pantai Raja yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini. Sehingga, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas bantuan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Herlina, S. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAHAN DI KOTA MALANG. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 493–500. www.publikasi.unitri.ac.id
- Hidayaturrehman, M. (2017). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN MIGAS*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2036>
- Moore, H. F. (2005). *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Rosdakarya.
- negoro, sherly hindra. (2014). Kontribusi Public Relations dalam Implementasi Program CSR. *Jurnal Interaksi*, 3(2), 197–203.
- Ningsih, I. T., & Pramusinto, H. (2017). Economic Education Analysis Journal PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH DI SMK YPE SUMPIUH KAB. BANYUMAS Info Artikel. *EEAJ* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Ratu, K. M., & Djuwita, A. (2021). *ANALISIS PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN CSR PERUSAHAAN (Studi di PT Arara Abadi)*. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 2355-9357
- Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 34. www.publikasi.unitri.ac.id
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Rekeyasa Sains.
- Ruslan, R. (2017). *Managemen Public Relations & Media Komunikasi*. Rajawali Pers.

- sari, wina puspita, & soegiarto, asep. (2019). FUNGSI DAN PERAN HUMAS DI LEMBAGA PENDIDIKAN. *Communicology*, 7(1), 47–64.
- Siswanto, B. D. L., & Abraham, F. Z. (2016). Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19(1), 55–68. <https://doi.org/10.20422/jpk.v19i1.64>
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2022). *Dasar-Dasar Public Relations*. Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- Suwatno. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Rosdakarya.
- Widodo, H. B., Fatonah, S., & Hendariningrum, R. (2013). *Peran Humas Pemerintah Daerah dalam Kasus Penambangan Pasir Besi*.
- Wijaya, R. S. (2012). *ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PT. BANGUN TENERA RIAU PEKANBARU* <https://doi.org/https://doi.org/10.47896/je.v12i2.262>