

**EFEKTIVITAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT.TANJUNGENIM LESTARI *PULP AND PAPER* DALAM MENINGKATKAN
REPUTASI PERUSAHAAN**

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat**



RATIH JUNIATI

07031381722231

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2021

**EFEKTIVITAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT.TANJUNGENIM LESTARI *PULP AND PAPER* DALAM MENINGKATKAN
REPUTASI PERUSAHAAN**

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat**



RATIH JUNIATI

07031381722231

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT.Tanjungenim Lestari
Pulp and Paper dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Ratih Juniati

07031381722231

Pembimbing I

1. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si
NIP. 197805122002121003

Tanda Tangan



Tanggal

Pembimbing II

2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 19920531201932018



Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Tanjungenim
Lestari *Pulp and Paper* Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan”**

Skripsi
Oleh :

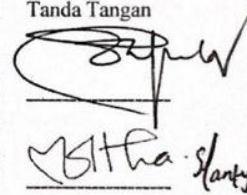
Ratih Juniati
07031381722231

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 4 Agustus 2021

Pembimbing :

1. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si
NIP. 197805122002121003
2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 19920531201932018

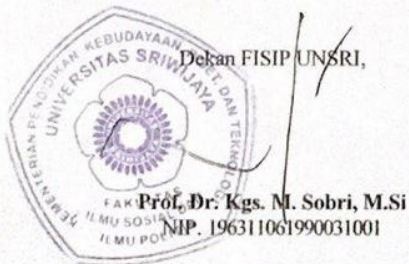
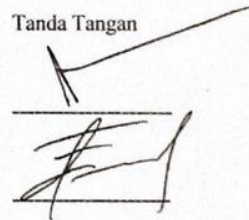
Tanda Tangan



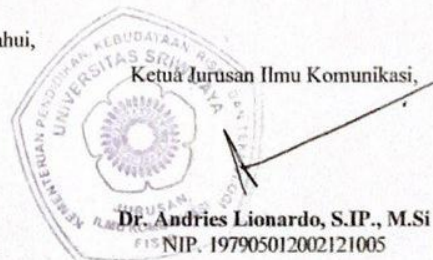
Penguji :

1. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005
2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003

Tanda Tangan



Mengetahui,



KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ratih Juniati
NIM : 07031381722193
Tempat dan Tanggal Lahir : Gaung Asam, 10 Juni 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)
PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* Dalam
Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Ratih Juniati
NIM. 07031381722231

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“..Don't stop when you are tired, stop when you are done..”

PERSEMBAHAN:

- Untuk kedua orang tua.
- Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Almamaterku Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan judul “Efektivitas *Corporate Social Responsibility (CSR) PT.Tanjungenim Lestari Pulp and Paper* Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan” yang disusun untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pelajaran yang penulis dapatkan, bimbingan dan arahan, serta bantuan dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyelesaian pembuatan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT beserta suri Tauladan Nabi Muhammad SAW atas kemudahan dan kelancaran pada setiap proses yang penulis lewati sehingga bisa melewati dan menyelesaikan proposal penelitian ini dengan lancar.
2. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
5. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta ilmu dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
6. Miftha Pratiwi, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta ilmu dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
7. Bapak Azwar Hamid., selaku Manajer CSR PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* dan informan pendukung yang telah membantu dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini.

8. Mbak Sertin dan Mbak Anti selaku administrasi jurusan Ilmu Komunikasi selalu bersedia mengingatkan dan membantu penulis khususnya dalam hal administrasi.
9. Kedua Orangtuaku tercinta bapak Sumawi dan Ibu Leni Marlina dan kakak-kakakku tersayang yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta kasih sayang. Kalian adalah alasan utama penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan bantuan, dukungan, sekaligus penyemangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini (Rahmat, Jesica, Putri, Vina, Selvi, Umik, Rini, Anggik, dan Indah).
11. Teman-Teman Seangkatan 2017 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya
12. Seluruh pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.
13. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Allah memberikan balasan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Demikian dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Palembang, 05 April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	10
2.2.2 Hubungan Masyarakat (Humas)	14
2.2.3 <i>Stakeholders</i>	16
2.2.4 Reputasi Perusahaan	18
2.3 Berbagai Teori Tentang <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
2.3.1 Teori CSR Menurut Archie B. Carrol	22

2.3.2	Teori CSR Menurut John Elkington.....	23
2.3.3	Teori CSR Menurut Paul A.Argenti.....	25
2.4	Teori Yang Digunakan.....	28
2.5	Kerangka Teori	28
2.6	Kerangka Pemikiran	29
2.7	Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Rancangan Penelitian.....	37
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	37
3.1.2	Jenis Penelitian	37
3.2	Definisi Konsep	38
3.3	Fokus Penelitian.....	38
3.4	Unit Analisis dan Unit Observasi	39
3.5	Kriteria Informan, <i>Key Informan</i> , dan Informan Terpilih	40
3.5.1	Kriteria Informan.....	40
3.5.2	<i>Key Informan</i>	40
3.5.3	Informan Terpilih	40
3.6	Data dan Sumber Data	41
3.6.1	Data.....	41
3.6.2	Sumber Data	41
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8	Teknik Keabsahan Data	43
3.9	Teknik Analisis Data	43
BAB IV GAMBARAN UMUM		44
4. 1	Profil Perusahaan	44
4. 2	Sejarah Perusahaan	44
4. 3	Lokasi dan Tata Letak Perusahaan	45
4. 4	Logo Perusahaan.....	47
4. 5	Visi, Misi, Data Informan Terpilih dan Prinsip Perusahaan	48

4.5.1	Visi Perusahaan	48
4.5.2	Misi Perusahaan.....	48
4.5.3	Data Informan Terpilih.....	48
4.5.4	Prinsip Perusahaan.....	49
4. 6	Struktur Organisasi Perusahaan	49
4. 7	Standar Kerja	51
4. 8	Program CSR PT.Tanjungenim Lestari <i>Pulp and Paper</i>	53
BAB V HASIL DAN ANALISIS		57
5. 1	<i>Avoid Empty Boasting</i>	58
5.1.1	Kejujuran Dalam Program CSR	58
5. 2	<i>Match Rethoric With Action</i>	61
5.2.1	Program CSR Berkelanjutan	62
5. 3	<i>Be Transparante</i>	65
5.3.1	Keterbukaan Informasi CSR.....	66
5. 4	<i>Know Your Audience</i>	67
5.4.1	Komunikasikan	67
5.4.2	Media Yang Digunakan.....	68
5.5.1	Menciptakan Komunikasi Dua Arah	72
5. 6	<i>Listen And Collaborate</i>	73
5.6.1	Pihak Ketiga Dalam Penyelesaian Masalah	74
5. 7	<i>Focus On Employee Engangement</i>	75
5.7.1	Kontribusi Karyawan Dalam Program CSR.....	75
5. 8	Analisis CSR Berdasarkan Teori Argenti	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		86
6.1	Kesimpulan	86
6.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kontribusi Pemangku Kepentingan.....	16
Tabel 2.2 Perbedaan antara Publik dan <i>Stakeholders</i>	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1 Jumlah Area Pembangunan PT.Tanjungenim Lestari Pulp and Paper	46
Tabel 4.2 Data Informan Terpilih.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Demo Masyarakat terhadap PT.TEL	5
Gambar 1.2 Masyarakat Memblokir Jalan PT.TEL	6
Gambar 1.3 Masyarakat Merencanakan Demo PT.TEL	7
Gambar 2.1 Piramida CSR Menurut Carrol	23
Gambar 2.2 Teori CSR Menurut Elkington	25
Gambar 2.3 Alur Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Logo PT.Tanjungenim Lestari Pulp and Paper.....	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Tanjungenim Lestari <i>Pulp and Paper</i>	49
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Divisi Corporate Social Responsibility (CSR) PT.Tanjungenim Lestari <i>Pulp and Paper</i>	50
Gambar 4.4 Program CSR di Bidang Pendidikan	54
Gambar 4.5 Program CSR Bantuan Air Bersih.....	54
Gambar 4.6 Peresmian Tower Internet di Desa Cinta Kasih dan Bantuan Bangunan Masjid Al-Hikmah.....	55
Gambar 4.7 Peringatan Tahun Baru Islam	55
Gambar 4.8 Program CSR di Bidang Pengembangan Ekonomi Masyarakat	56
Gambar 5.1 Lingkungan Perusahaan.....	58
Gambar 5.2 Penghijauan di Tepi Sungai Lematang.....	59
Gambar 5.3 Sungai Lematang	60
Gambar 5.4 Program CSR PT.TEL.....	63
Gambar 5.5 PT.Tanjungenim Lestari Pulp and Paper dan Kabupaten Muara Enim Peduli Covid-19.....	65
Gambar 5.6 Informal Meeting dengan Masyarakat.....	68
Gambar 5.7 Media Komunikasi PT.TEL	69
Gambar 5.8 Contoh Fasilitas CSR PT.TEL.....	71
Gambar 5.9 Beasiswa Anak karyawan dan Kegiatan Keakraban Karyawan	76
Gambar 5.10 Penghargaan Karyawan Bekerja 20 tahun Ke Atas.....	77

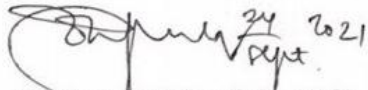
ABSTRAK

ABSTRAK

Reputasi perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang keberlangsung hidup perusahaan. Salah satu cara membangun reputasi yang baik di masyarakat adalah dengan menjalankan tanggungjawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh Humas atau Divisi CSR. Jika program CSR dapat dikomunikasikan dengan baik terhadap publiknya, maka dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas CSR yang dilakukan oleh Divisi CSR atau Humas PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori CSR dari Paul A.Argenti. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR PT.Tanjungenim Lestari Pulp and Paper telah dilaksanakan secara efektif sesuai dengan teori CSR yang dikemukakan oleh Paul A.Argenti sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Teori CSR memiliki beberapa dimensi yaitu *avoid empty boasting, match rethoric with action, be transparent, know your audience, create an ongoing dialogue, listen and collaborate, dan focus on employee engagement.*

Kata Kunci: CSR, Humas, Reputasi Perusahaan.

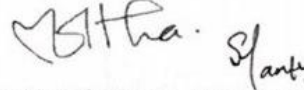
Pembimbing I



Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si

NIP.197805122002121003

Pembimbing II



Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199205312019032018



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP.197905012002121005


ABSTRACT

ABSTRACT

The company's reputation is very important to support the survival of the company. One way to build a good reputation in the community is to carry out corporate social responsibility carried out by the Public Relations or CSR Division with "CSR Program". If CSR program well communicated to public, it can improve the company's reputation. The purpose of this study was to find out how the CSR effectiveness carried out by the CSR Division or Public Relations in PT Tanjungenim Lestari Pulp and Paper in improving the company's reputation. This study uses the "CSR theory" by Paul A.Argenti. Data collection method that used in this study were in-depth interviews, observation, and documentation studies. The results showed that PT.Tanjungenim Lestari Pulp and Paper's CSR has been implemented effectively in accordance with the CSR theory proposed by Paul A.Argenti so as to improve the company's reputation. CSR theory has several dimensions, namely avoid empty boasting, match rhetoric with action, be transparent, know your audience, create an ongoing dialogue, listen and collaborate, and focus on employee engagement.

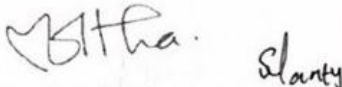
Keywords: CSR, Public Relations, Company's Reputation

Advisor I

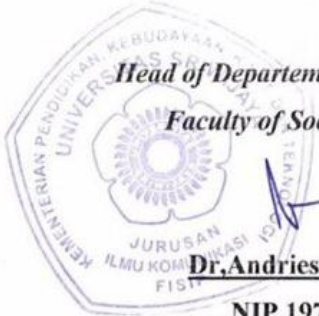

Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si

NIP.197805122002121003

Advisor II


Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199205312019032018


Head of Departement Communications Science
Faculty of Social and Political Science
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP.197905012002121005

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi semakin berjalan dan terus meningkat, salah satunya dalam dunia bisnis. Semakin pesatnya perkembangan teknologi, masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cepat sehingga konsumen maupun *stakeholder* dalam suatu perusahaan semakin kritis dalam menentukan pilihannya. Sehingga dalam dunia bisnis suatu perusahaan tidak hanya memfokuskan pada keuntungan yang diperoleh dalam menjalankan usahanya, tetapi juga lebih memfokuskan pada reputasi perusahaan yang baik dimata *stakeholder* dan masyarakat sehingga akan terciptanya suatu kepercayaan. Suatu organisasi, lembaga, pemerintahan, maupun perusahaan tentu memiliki Humas untuk menjadi jembatan informasi antara perusahaan dengan *stakeholder* dan masyarakatnya. Dalam hal membentuk citra positif maupun meningkatkan reputasi perusahaan merupakan tugas dan tanggungjawab dari Hubungan Masyarakat (Humas).

Hubungan Masyarakat (Humas) sangat berperan penting dalam suatu organisasi, lembaga, pemerintahan, maupun perusahaan karena Humas yang akan menentukan kelangsungan suatu organisasi maupun perusahaan secara positif. Menurut Nurjawan, pengertian *public relations* secara umum adalah suatu aktivitas yang dilakukan suatu industri, periklanan, perusahaan, perhimpunan jawatan pemerintah atau organisasi lainnya untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang sehat dan bermanfaat dengan masyarakat tertentu atau masyarakat pada umumnya (Sujanto, 2019:11). Sedangkan *Public Relations* menurut *Institute of Public Relations* (IPR), yaitu suatu organisasi Humas di Inggris dan Eropa mengemukakan bahwa Humas merupakan semua usaha dilakukan dengan direncanakan dan berkepanjangan untuk mewujudkan dan memperjuangkan harapan positif serta suatu pengertian antara instansi dengan semua *stakeholdersnya* (Jefkins, 2019:09). Dengan demikian, kegiatan suatu Hubungan Masyarakat tidak bisa dilakukan sembarangan bahkan tanpa rencana karena rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa dilakukan sebagai suatu rangkaian

kampanye atau program terpadu, dan semua itu berlangsung secara berkelanjutan. Peran Humas sangat dibutuhkan oleh organisasi maupun perusahaan untuk mencapai tujuan bersama seperti membentuk citra positif di mata *stakeholder* dan masyarakatnya salah satunya dengan mengadakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate social responsibility dapat diartikan sebagai tanggungjawab sosial suatu perusahaan atau korporasi kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*). Menurut Branco dan Rondrigues (Widanaputra, 2018: 76), perusahaan melaksanakan CSR agar meningkatkan reputasi dalam persepsi pemangku kepentingan yang luas meliputi *customer*, pemasok, pesaing, bank, dan juga investor. Jika program CSR dapat dikomunikasikan dengan baik terhadap publiknya, maka dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Pelaksanaan program CSR yang dilakukan perusahaan memiliki tujuan agar memberikan sinyal berupa citra yang baik kepada pemegang saham agar terbentuk reputasi perusahaan. Artinya, reputasi perusahaan dapat meningkat dengan dilaksanakannya program CSR.

Reputasi adalah gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala kebijakan yang telah diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. Bagi suatu perusahaan, reputasi merupakan hal yang sangat penting dan tak ternilai harganya. Untuk mempertahankan perusahaan atau organisasi berjangka panjang, maka reputasi sangat diperlukan kehidupan sebuah perusahaan atau organisasi, merusak sebuah reputasi lebih mudah daripada mendapatkan sebuah reputasi yang baik. Oleh karena itu, diharapkan peran *public relations* dapat menggunakan perannya untuk menjaga reputasi sebuah perusahaan atau organisasi (Sujanto, 2019: 119)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, dkk. Pada tahun 2018 menyatakan bahwa efektivitas pesan CSR dapat berdampak terhadap reputasi perusahaan. Bentuk tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR yang diberikan dengan

tujuan agar terciptanya citra positif dan dapat mendukung meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat (Damayanti Syahriani, 2018:71). Jadi, program CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan akan berdampak pada reputasi perusahaan. Hal ini akan menjadi keuntungan bagi keduanya, baik itu perusahaan maupun masyarakat atau *stakeholdernya*.

Di Indonesia, pelaksanaan CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang antara lain Pasal 15 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, selain itu diatur juga dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara yang dijabarkan dalam peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur jumlah hingga tata cara pelaksanaan tanggungjawab sosial dan beberapa peraturan lain diantaranya Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas berisi tentang menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Disebutkan juga bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Konsep CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan mulai memicu perusahaan yang ada di Indonesia menyusun berbagai program untuk menciptakan citra yang positif bahkan meningkatkan reputasi perusahaan yang baik. Salah satunya perusahaan yang ada di Muara Enim yaitu PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper*. Perusahaan dan masyarakat disekitar PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktivitas produksi perusahaan tidak dapat dipungkiri memiliki dampak terhadap masyarakat sekitar. Jadi, PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* melakukan program CSR untuk mematuhi aturan, mensejahterakan masyarakat, dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Reputasi perusahaan perlu diperhatikan dan sangat penting. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik salah satunya dengan melakukan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, maupun ekonomi. Menurut Misani, saat ini reputasi perusahaan dapat ditentukan oleh suatu instansi terhadap pelaporan ekonomi, sosial, maupun lingkungan (Widanaputra, 2018). Hal ini berarti apabila perusahaan tidak memperhatikan isu tentang kerusakan lingkungan dan sosial, akan mengakibatkan reputasi perusahaan menurun, sehingga para investor tidak tertarik berinvestasi kepada perusahaan. Ketidaktertarikan investor melakukan investasi menyebabkan perusahaan kehilangan salah satu sumber pendanaan bagi kegiatan operasional dan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan bisa menerapkan strategi CSR yang baik untuk mendapatkan hasil yang reputasi yang baik pula. CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan adalah bukti bahwa perusahaan tidak hanya mempertimbangkan kepentingan pemegang saham saja melainkan juga mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholder* termasuk masyarakat. Dengan diadakan program CSR juga akan meminimalisir resiko perusahaan ketika nantinya perusahaan mengalami krisis ataupun masalah lainnya.

Berdasarkan hasil pra-riset peneliti, program CSR yang dilaksanakan PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* terhadap masyarakat sekitar yaitu adanya bantuan air bersih, bantuan pembangunan masjid, sedangkan dalam bidang pendidikan PT.Tanjungenim Lestari mendirikan TK, SD, dan SMP Lematang Lestari, serta adanya beasiswa kuliah untuk masyarakat sekitar perusahaan di Politeknik Negeri Sriwijaya.

PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* (PT.TeL PP) adalah produsen kelas dunia untuk produk berkualitas tinggi dan pabrik *pulp* yang ramah lingkungan. Didirikan pada 18 Juni 1990, memulai konstruksi pada pertengahan 1997, dan operasi komersial dimulai pada Mei 2000. Pabrik ini terletak di area 1.250 ha di desa Banuayu, Kecamatan Empat Petulai Dangku, Kabupaten Muara Enim, provinsi Sumatera Selatan.

Program CSR PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* dalam melakukan tanggungjawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat lokal yaitu dalam bidang pendidikan, pengembangan ekonomi lokal, kesehatan, serta infrastruktur dan komunitas sosial. Dengan banyaknya program CSR suatu perusahaan bukan berarti perusahaan akan selalu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar, dan tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan juga tidak memiliki masalah terkait dengan masyarakat. Seperti masyarakat yang sering demo kepada PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper*.

Gambar 1.1 Demo Masyarakat terhadap PT.TEL



Sumber: Palugada News

Gambar 1.1 merupakan pemberitaan tentang warga demo PT.TEL dan menyampaikan 5 tuntutan serta membawa atribut berupa spanduk dan karton yang bertuliskan keluhan dan tuntutan terhadap PT.TEL. Hal ini dilakukan untuk menuntut program CSR yang sama sekali tidak menyentuh kepentingan masyarakat dan pemberdayaan pengusaha lokal, menolak pembuangan limbah cair ke sungai lematang, menolak armada angkutan kayu lebih dari dua sumbu, menolak pembuangan limbah yang mengandung klorin melalui pipa bawah tanah dan limbah gas, serta menuntut perekrutan tenaga kerja secara transparan.

Berdasarkan pemberitaan tersebut, masyarakat melakukan 5 tuntutan terhadap PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* salah satunya program CSR perusahaan yang tidak menyentuh masyarakat dan pemberdayaan pengusaha lokal. Hal ini tidak sejalan dengan konsep CSR yang tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi perusahaan, melainkan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga masyarakat melakukan demonstrasi. Seperti berita sini news di bawah ini yang menjelaskan bahwa ratusan warga Desa Dalam memblokir jalan PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* karena diduga adanya pencemaran lingkungan.

Gambar 1.2 Masyarakat Memblokir Jalan PT.TEL

Diduga Cemari Lingkungan, Ratusan Warga Desa Dalam Blokir Jalan PT.TEL

SINI News | November 04, 2019 | 1 komentar



Sumber: Sini News

Pada **gambar 1.2** merupakan pemberitaan tentang ratusan warga desa Dalam memblokir jalan PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper*, karena diduga mencemari lingkungan. Demonstrasi tersebut membuat aktivitas perusahaan hampir tidak bisa berjalan disebabkan oleh beberapa mobil karyawan perusahaan tidak dapat melintas karena banyak masyarakat tidak memperbolehkan sehingga memutarakan arah kendaraan keluar dari perusahaan. Demonstrasi menuntut pihak perusahaan yang diduga telah mencemari lingkungan sekitar perusahaan menyebabkan sebagian sungai keruh dan berbau bahkan menimbulkan efek yang gatal. Masyarakat juga mempertanyakan kualitas udara yang sebelumnya sudah dilakukan pengecekan oleh pihak Dinas Lingkungan Hidup Muara Enim namun tidak ada hasil.

Selanjutnya tahun 2021 PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* masih memiliki masalah dengan masyarakat sekitar perusahaan yaitu tentang limbah perusahaan. Seperti berita di bawah ini tentang pemberitaan tentang limbah berbahaya sehingga masyarakat melakukan demo kembali.

Gambar 1.3 Masyarakat Merencanakan Demo PT.TEL



Sumber: Vasad News

Pada **gambar 1.3** menjelaskan bahwa pengelolaan limbah oleh perusahaan PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* menjadi sorotan masyarakat lagi, akibat buruknya pengelolaan limbah hasil produksi perusahaan. Rapat rencana aksi damai ini dilaksanakan oleh 12 Kepala Desa bersama 12 BPD di Desa Banuayu, Kecamatan Empat Petulai Dangku, Kabupaten Muara Enim pada tanggal 18 Maret 2021. Menurut bapak Harisson ketua Bumdes Banuayu, permasalahan ini sudah disampaikan sejak September 2020. Namun hingga saat ini tidak ada tindakan nyata dari PT.TEL sehingga seperti selalu menghindari masalah.

Gambar 1.1, gambar 1.2, dan gambar 1.3 dapat dilihat bahwa PT.Tanjungenim Lestari masih sering memiliki masalah tentang tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan maupun dengan sosial atau masyarakat disekitarnya yang mana dalam hal ini tidak sesuai dengan konsep CSR Elkington yaitu *triple bottom line* (ekonomi, sosial, dan lingkungan). Hal ini dapat mengancam reputasi perusahaan,

agar reputasinya tidak menjadi terancam dan menjadi baik kembali maka salah satu cara adalah dengan diadakannya program CSR beasiswa untuk masyarakat sekitar perusahaan di Politeknik Sriwijaya Palembang. Melaksanakan program CSR untuk membentuk citra maupun meningkatkan reputasi untuk meminimalisir resiko ketika perusahaan mengalami permasalahan. Sikap tanggungjawab secara lingkungan tidak hanya bisa menarik perhatian konsumen, tetapi juga dapat menawarkan penghematan biaya besar-besaran bagi perusahaan yang mau melakukan investasi diawal. Mengelola risiko reputasi perusahaan adalah bagian utama dari strategi komunikasi korporat yang kuat dan membutuhkan waktu 20 tahun untuk membangun sebuah reputasi dan lima menit untuk menghancurkannya. Reputasi berbeda citra karena dibangun dalam waktu yang lama dan bukan hanya sebuah persepsi pada waktu tertentu. Reputasi juga dapat membantu perusahaan mengatasi krisis dengan lebih efektif. Dengan demikian tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR sangat berperan penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Humas PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* dalam meningkatkan reputasi perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Humas PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* dalam meningkatkan reputasi perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Humas PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper* dalam meningkatkan reputasi perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, peneliti mengharapkan adanya manfaat yang didapatkan yaitu manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan reputasi perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper*

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan maupun referensi agar dapat mengambil cara-cara efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat dalam meningkatkan reputasi perusahaan dalam praktek di lapangan.

2. Bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi untuk memperluas wawasan mengenai efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna meningkatkan reputasi perusahaan.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai tugas serta fungsi Humas dalam meningkatkan reputasi perusahaan pada PT.Tanjungenim Lestari *Pulp and Paper*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Marizka Nur. 2019. *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Citra Perusahaan di PT.Angkasa Pura I (Persero) Bandar Internasional Juanda*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya
- Damayanti Syahrani, M. S. 2018. Hubungan Komunikasi Corporate Social Responsibility Dengan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. Vol 16. No.1
- Ghani, Mohammad. Abdul. 2018. *Model CSR Berbasis Komunitas*. Bogor: IPB Press Printing
- <https://www.telpp.com/csr#1566633117> Diakses pada 11 Februari 2021
- Jefkins, Frank. 2019. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Khaerani, Ummul. 2017. *Persepsi Nasabah Terhadap Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) Kantor BNI Cabang Makassar*. Jurusan Ilmu Komunikasi,
- Mardikanto, Totok. 2018. *CSR (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta
- Mathew B. Miles, A. M. 2014. *Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications
- Melyani, N. 2018. *Strategi Humas PT.Bukit Asam (Persero) Wilayah Tanjung Enim dalam Menjalin Hubungan dengan Media Partner*. 31
- Mukarom, Zainal. 2015. *Manajemen Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Page, Janis Teruggi dan Lawrence J.Parnell. 2019. *Introductions to Strategic Public Relations Digital, Global, and Socially Responsible Communications*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications

- Palugada News. 2018. <https://palugadanews.com/2018/03/sampaikan-5-tuntutan-puluhan-warga-demo-pt-tel/> Diakses pada 29 November 2020
- Rice. 2017. *Corporate Social Responsibility Disclosure: Between and Ethics*
- Rudito, Bambang. 2019. *CSR Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains
- Ruslan, Rosady. 2017. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Said, Achmad Lamo. 2018. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Silviani, Irene. 2020. *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka
- Sini News. 2019. <https://www.sininews.com/2019/11/diduga-cemari-lingkungan-ratusan-warga.html?m=1> Diakses pada 29 November 2020
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sujanto, Raditia Yudistira. 2019. *Pengantar Public Relations di Era 4.0*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syalawati. 2019. *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*. Program Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Vasad News. 2021. terkait limbah berbahaya, 12 Kades dan BPD Rencana Demo PT.TEL. <https://vasadnews.com/terkait-limbah-berbahaya-12-kades-dan-bpd-rencana-demo-pt-tel/> Diakses pada 22 Maret 2021

Widanaputra, Widyadhanta Ratnadi. 2018. *Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Vol 10. No.1

Wiwoho, Jamal. 2016. Model Pertanggungjawaban Hukum Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.