ISSN. 2502-7832

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL 2016

"EVALUASI PILKADA SERENTAK: MEMBANGUN KESADARAN POLITIK DAN KOMUNIKASI PARTISIPATORIS MENUJU PENGUATAN TATA KELOLA PEMERINTAHAN"

SABTU, 9 APRIL 2016 - UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
Jl. Budi Utomo 10 Ponorogo Jawa Timur Indonesia 63471 Telp (0352) 481124 Fax (0352) 462796

ISSN. 2502-7832

Prosiding
SEMINAR NASIONAL & CALL PAPERS 2016

"Evaluasi Pilkada Serentak : Membangun Kesadaran Politik Dan Komunikasi Partisipatoris Menuju Penguatan Tata Kelola Pemerintahan"

Penyunting

1. Dr. Nurul Imam
2. Dr. Bambang Widiyahseno
3. Drs. Jusuf Harsono
4. Dra. Ekapti Wahjuni Dj, M.Si
5. Dra. Niken Lestarini, M.Si
6. Dian Suluh Kusuma Dewi, S.Sos, M.AP
7. Robby Darwis Nanution, S.IP, M.A
8. Yusuf Adam Hilman, S.IP, M.Si

Penerbit

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo - Jawa Timur – Indonesia

Alamat

Jl. Budi Utomo No. 10, Ponorogo – Jawa Timur – Indonesia
http://semnas.fisip.umpo.ac.id/

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pesta demokrasi, merupakan agenda tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah, untuk memilih pemimpin, selain membutuhkan persiapan yang panjang, biaya politik yang harus dikeluarkan sangatlah banyak, oleh karena itu diperlukan sebuah upaya yang berkesinambungan supaya output yang dihasilkan benar – benar sebagai hasil representatif yang diinginkan oleh rakyat. Mengaca dari pengalaman yang telah lalu, proses pilkada seringkali berjalan tidak maksimal, selain banyak diwarnai praktik – praktik kecurangan, seperti: 1). *Money Politic* atau politik transaksional, 2). *Black Campaign* (Kampanye hitam), dan berbagai jenis kecurangan lainnya, pada akhirnya menjadikan pesta demokrasi yang diselenggarakan hanya menyisakan sistem demokrasi yang sifatnya normatif atau prosedural, makna atau nilai subtantif yang seharusnya dicapai menjadi hilang ataupun kabur, karena praktek kecurangan.

Pilkada serentak, yang telah diwacanakan sejak lama, akhirnya dapat juga diselenggarakan pada tanggal 09 Desember 2015, walaupun pada awalnya, banyak sekali menuai kontroversi di kalangan masyarakat, praktisi, maupun para akademisi, namun demikian jika kita kaji lebih mendalam, gagasan pilkada serentak lahir karena beberapa alasan, diantaranya: 1). Mengingat besarnya biaya politik yang dikeluarkan pemerintah setiap kali pilkada, mengakibatkan biaya politik menjadi membengkak, dan anggaran negara akhirnya lebih banyak yang terserap untuk proses politik tersebut, seharusnya anggaran negara lebih diprioritaskan untuk pembangunan, 2). Dalam proses penyusunan rencana pembangunan dan penyelenggaraan urusan pemerintahan, terkadang sulit mensinergikan komitmen antara pemerintah pusat dan daerah, karena adanya permasalahan – permasalahan teknis, terkait kekosongan pimpinan yang ada di daerah, karena adanya perbedaan waktu pemilihan di beberapa daerah, sehingga proses tersebut menjadi penghambat dalam pelaksanaan berbagai program pemerintah di suatu daerah dengan daerah lain, yang menyebabkan adanya pencapaian progresnya berbeda. 3). Proses pilkada yang selama ini telah dilakukan, terkadang membuat masyarakat menjadi kehilangan fokus akibat penyelenggaraan pilkada yang tidak kunjung usai, karena adanya gugatan pasca pilkada, kemudian adanya pemilihan di tingkat provinsi maupun agenda politik lain, yang jaraknya terlalu lama, sehingga masyarakat kehilangan semangat untuk menyongsong pesta demokrasi, jika dilakukan secara serentak masyarakat bisa lebih fokus untuk memilih para pemimpin daerah.

Pelaksanaan pilkada serentak, yang telah selesai diselenggarakan, tentunya banyak memberikan catatan – catatan penting, terkait dengan persoalan – persoalan ataupun kendala teknis dalam pelaksanaan proses demokrasi tersebut, oleh karena itu maka penting bagi kita untuk melakukan evaluasi, supaya proses pilkada yang sudah dijalankan bisa dilihat kekuranganya untuk menjadi bahan perbaikan pada pilkada yang akan datang, guna meminimalisir kesalahan, kekeliruan serta ketidakefektifan dalam penyelenggaraan pilkada tersebut, pemerintah telah membentuk Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU), lembaga ini dibentuk dengan tujuan untuk melakukan pengawasan dan pengawalan pelaksanaan pemilu dari awal hingga akhir, supaya penyelenggaraan pemilu dapat berjalan dengan baik dan jujur.

Keberadaan BAWASLU sebagai lembaga yang melakukan pengawasan terhadap jalannya pemilihan kepala daerah, tidak lantas masyarakat bisa berpangku tangan, tetap diperlukan pengawasan dari masyarakat, jika bisa ada sinergitas antara bawaslu dengan

masyarakat, untuk sama – sama menjaga, mengawasi jalannya pilkada serentak supaya bisa berjalan dengan baik. Proses panjang dalam pelaksanaan pilkada serentak, pada tataran praktisnya, melibatkan beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak, diantaranya: pemerintah melalui Komisi Pemilihan Umum (KPU), partai politik dan kandidat calon kepala daerah, dan juga masyarakat sebagai aktor utama dalam seremonial pesta demokrasi.

Setiap pihak memiliki sudut pandang yang dapat kita potret dalam proses tersebut. *Pertama*, dari sudut pandang penyelenggara pemilihan umum atau Komisi Pemilihan Umum (KPU), lembaga ini merupakan salah satu komponen penting dalam proses demokrasi, dibentuk mulai dari tataran pusat, tataran daerah tingkat I yaitu Provinsi, hingga tinggkat II yaitu Kabupaten dan Kota. Lembaga ini menjalankan tugas penyelenggaraan pemilu dengan menekankan asas, jujur, bebas, rahasia, adil, tugasnya menyelenggarakan pemilu supaya dapat berjalan dengan baik. *Kedua,* Partai Politik, merupakan kontestan yang akan mengusulkan calon kepada masyarakat, melalui berbagai pendekatan dan media komunikasi politik, seperti: video, pamflet, baliho, kaos, seminar dan lain sebagainya. *Ketiga*, dari sudut pandang masyarakat, dimana masyarakat sebagai pemilih dituntut untuk memiliki kesadaran dan mampu berparrtisipasi secara aktif, untuk mengontrol dan menentukan pilihan, berdasarkan pertimbangan dan juga *perform* dari masing – masing bakal calon kepala daerah. Penekanan ditujukan kepada masyarakat, supaya memiliki kesadaran dan harus secara aktif melakukan kontrol terhadap berbagai bentuk kecurangan dalam proses tersebut, yang bisa mempengaruhi hasil akhir dalam proses demokrasi. Dalam proses demokrasi, terkait penyelenggaran pilkada jika bisa berjalan dengan baik, tanpa diwarnai dengan proses transaksional, maka hasil atau output yang akan diperoleh, bisa berimplikasi terhadap kepemimpinan kepala daerah, yang benar – benar kredibel, sehingga kepala daerah yang terpilih akan mampu menjalankan dan tata kelola pemerintah dengan baik (*good Governance*), oleh karena itu proses evaluasi hasil pilkada, menjadi sangat penting, guna memberikan spirit demokrasi yang benar – benar jujur, adil, dan langsung umum dan rahasia, dengan mengedepankan proses yang domokratis, yakni: *dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat.*

Berdasarkan fenomena tersebut diatas, maka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo, berinisiatif untuk melakukan sebuah kajian, terkait evaluasi proses pelaksanaan pilkada serentak tahun 2015 yang bertujuan agar pelaksanaan pilkada bisa memenuhi ekspektasi bersama yaitu: terselenggara dengan baik, transparan dan juga bisa melahirkan para pemimpin yang dapat bertanggungjawab, memiliki kompetensi, sehingga nanti ketika memimpin sebuah daerah bisa benar – benar memahami keinginan dan kebutuhan masyarakatnya, dan tidak terpaku pada politik transaksional yang menyesatkan. Dengan demikian, maka SEMNAS FISIP UNMUH Ponorogo 2016 mengangkat tema: "***Evaluasi Pilkada Serentak: Membangun Kesadaran Politik dan Komunikasi Partisipatoris menuju Penguatan Tata Kelola Pemerintahan***"

BillahifisabilhaqFastabikulkhoirot

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 09 April 2016

Dekan,

Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si

SUSUNAN PANITIA

Penanggungjawab	:	Dra. Hj. Niken Lestarini, M. Si
Ketua	:	Dian Suluh Kusuma Dewi, S.Sos, M.AP
Sekertaris	:	Yusuf Adam Hilman
Bendahara	:	Dra. Ekapti Wahjuni Dj. M. Si
Seksi Acara	:	Ayub Dwio Anggara, S.I.Kom, M. Si
Seksi Prosiding	:	Dr. Bambang Widiyahseno, M.Si Drs. Jusuf Harsono, M.Si Robby Darwis Nasution, S.IP, M.A
Seksi Humas	:	Eli Purwati, S.Sos Khoirrurosyidin, S.IP, M.Si Irvan Nuridho, S.AP Arif Rahman Yusuf, S.Pd, M.Pd
Dekorasi & Dokumentasi	:	Oki Cahyo Nugroho, S. Sn Deni Wahyu Tricana, S.Sos
Konsumsi	:	Dwiana Binti Yulianti, S.Pd, M.Pd Rohfin Andria Gestanti, S.Pd, M.Pd
Perlengkapan	:	Drs. Bambang Triono Drs. Pinaryo, mm Agus Susanto

PANDUAN PENULISAN ARTIKEL

Call for Papers

SEMINAR NASIONAL FISIP UNIVERSITAS MUHAMAMDIYAH PONOROGO TAHUN 2016

JUDUL

Sub Tema

Nama Penulis

Alamat Lembaga

Email Penulis

ABSTRAK

Abstrak harus ditulis dalam satu paragraf, antara 150-250 kata. Kata "Abstrak" ditulis dengan Arial, Ukuran 10, spasi satu, rata tengah kanan kiri (justified). Abstrak diikuti dengan empat hingga enam kata kunci (ditulis dengan arial, ukuran 10 italic rata kiri).

Kata kunci : Inovasi, birokrasi, reformasi birokrasi, pemberdayaan

1. **Ketentuan Umum**

   Makalah merupakan hasil penelitian ataupun kajian pustaka yang bisa ditulis oleh perorangan ataupun kelompok. Makalah ditulis di **Microsoft Word** dengan ukuran kertas **A4 (8.27" x 11.29").** Huruf yang digunakan adalah **Arial, Ukuran 11, spasi 1,5,** reguler, rata kanan kiri (justified). Paragraf dimulai dengan indentation (menjorok kedalam) 1cm. Antar Paragraf tidak perlu dipisah dengan spasi kosong. Jumlah halaman berkisar antara 10-15 halaman untuk setiap artikel (sudah termasuk daftar pustaka). Kirimkan artikel dalam bentuk file : rtf. Beri nama file dengan cara : **nama penulis_sub tema** (contoh: kardiman sujatmiko_sub tema).

2. **Format tulisan**

   a. **Margin**

   Margin atas, bawah, kanan dan kiri adalah 2,5cm

   b. **Headings**

   Heading hanya dapat dibuat dua tingkat dimana heading pertama (sub judul), ditulis dengan Arial ukuran 12, Bold, rata kiri dengan huruf capital hanya di kata pertama. Sub judul didahului dan diikuti satu spasi kosong. Heading kedua (sub-sub judul) ditulis dengan Arial ukuran 11, *bold*, rata kiri, dengan huruf capital hanya di kata perama, didahului dan diikuti satu spasi kosong.

   c. **Nomor Halaman**

   Penomoran halaman ditulis di tengah bawah (*bottom of page plain nomer 2*)

   d. **Figur dan Tabel**

   Semua figure dan tabel harus diberi nomor dan judul. Figur, tabel, nomor dan judul diletakkan rata tengah *(centered)*. Nomor figure dan tabel diurutkan, dimulai dari angka 1.

   Nomor dan judul figure diletakkan di bawah figure dan ditulis dengan Arial, ukuran 9, regular, spasi tunggal.

   Nomor dan judul tabel diletakkan di atas tabel, arial, ukuran 9, regular, spasi tunggal. Figur dan tabel ditempatkan diantara bagian teks yang paling banyak membahasnya.

3. **Layout**

   a. **Judul**

   Judul ditulis dengan huruf CAPITAL, dicetak tebal, Arial, ukuran 14, rata tengah (centered). Didahului tiga spasi dan diikuti dua baris spasi.

   b. **Nama Penulis**

   Nama penulis ditulis lengkap, Arial, ukuran 10, rata tengah (centered), *italic*. Jika penulis lebih dari satu, diurutkan dari penulis pertama dan seterusnya.

   c. **Referensi**

   Referensi ditulis dengan **APA style.** Daftar pustaka ditulis dengan huruf Arial ukuran 9, spasi tunggal, rata kanan kiri (*justified*), regular, diurutkan secara alphabet.

Semua sumber kutipan yang terdapat dalam teks harus dimasukkan ke dalam daftar pustaka. Sebaliknya, tidak diperbolehkan mencantumkan pustaka yang tidak dikutip di dalam teks dalam daftar pustaka. Di dalam makalah, rujukan pada referensi ditulis dengan footnote sesuai ketentuan **APA. (Bodynote dilarang digunakan)**

4. **Isi naskah**

   Naskah terdiri dari:

   a. Pendahuluan
   b. Tinjauan Pustaka
   c. Metodologi
   d. Hasil dan Pembahasan
   e. Kesimpulan dan Saran

Contoh catatan kaki :

[1] Robert Jackson and George Sorensen. 2009. Introsuction to International Relations. Oxford University Press. New York (versi terjemahan Pengantar Studi Hubungan Internasional. Pustaka Pelajar. Yogyakarta). Hal. 23

[2] Bambang Haedar Asykuri, dkk. 2003. Diktilitbang Pimpinan Pusat Muhammadiyah LP3 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta. Hal. 45

[3] Miriam Budiardjo. 2012. Dasar-Dasar Ilmu Politik. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal. 167

[4] Firdaus Syam. 2010. Pemikiran Politik Barat; Sejarah, Filsafat, Ideologi, dan Pengaruhnya Terhadap Dunia Ke-3. PT. Bumi Aksara. Jakarta. Hal. 90

Ibid.Hal 100

Op. Cit. Miriam. Hal. 190

Contoh Daftar Pustaka :

Wirawan, I.B.. 2012. Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial). Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Rodee, Carlton Clymer, dkk. 2013. Pengantar Ilmu Politik. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.

Mufti, Muslim. 2013. Teori-Teori Politik. CV. Pustaka Setia. Bandung

DAFTAR ISI

Kata Pengantar Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNMUH Ponorogo i

Daftar Isi vii

A. KOMUNIKASI DAN KEARIFAN LOKAL

EVALUASI PILKADA SERENTAK: PROBLEMATIKA DARI TRANSISI KE KONSOLIDASI

Gun Gun Heryanto 1

PROBLEMATIKA KONSELOR SEBAYA DALAM MENGATASI PERMASALAHAN KONSELING (STUDI KASUS KONSELING SEBAYA DI UNIVERSITY RESIDENCE UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)
Rila Setyaningsih 15

POLITISASI ADAT HIBUA LAMO: PRODUK POLITIK CALON INDEPENDEN DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH MALUKU UTARA

Frets Alfret Goraph 33

PERAN ELIT LOKAL DALAM KEMENANGAN PARTAI GERINDRA PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2014 DI KABUPATEN LUWU UTARA

Iqbal Aidar Idrus , Titin Purwaningsih 49

POLITIK INFORMAL DALAM PEMILUKADA 2015 DI BANGKA SELATAN

David Efendi, Agam Primadi 66

PERAN KOMUNITAS BELAJAR SABALAD DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN PANGANDARAN

Kiki Endah, Endah Vestikowati 96

EFEKTIFITAS *MARKETING* DAN *BRANDING POLITICS* PARA KANDIDAT KEPALA DAERAH PADA PEMILIHAN GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PROVINSI KEPULAUAN RIAU

Neng Suryanti Nengsih, Rendra Setyadiharja, Sharil Budiman, Suherry, Raja Dachroni 113

PILKADA SEBAGAI PEMBENTUKAN POLITIK KEKERABATAN

Muhtar Haboddin 133

THE TRANSFORMATION OF CIVIC ENGAGEMENT : INDONESIAN YOUTH PARTICIPATION

Mirza Hardian 147

KEMENANGAN PARTAI ACEH PADA PEMILUKADA GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR ACEH 2012 (Studi Tentang Perilaku Pemilih di Kabupaten Aceh Selatan)

Mukhrijal, Titin Purwaningsih 163

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT ETNIS TIONGHOA DIKELURAHAN TANJUNGPINANG KOTA DALAM PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI KEPULAUAN RIAU TAHUN 2015 KOMUNIKASI POLITIK, DEMOKRASI DAN PEMILU

Nur. A. Dwi Putri, Imam Yudhi Prastya 182

PARTISIPASI POLITIK SEMU DALAM PILKADA PONOROGO TAHUN 2016

Jusuf Harsono 197

IMPLEMENTASI EMPAT PILAR KEBANGSAAN DALAM BERPOLITIK

Anip Dwi Saputro 205

PELESTARIAN BUDAYA LOKAL DALAM *MANUNGGALING FIKIRAN LAN ATI ING DALEM SHOLAWAT* (MAFIA SHOLAWAT) STUDY FENOMENOLOGI PADA KELOMPOK MAFIA SHOLAWAT DI KABUPATEN PONOROGO

Dian Suluh Kusuma Dewi, Lilik Suntari 219

KEARIFAN LOKAL KERAJAAN GALUH DALAM MEMBENTUK BUDAYA POLITIK DI KABUPATEN CIAMIS

Dini Yuliani, R. Rindu Garvera 228

B. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA

KAJIAN KRITIS TERHADAP PEMETAAN HASIL EVALUASI PILKADA

Yusuf Adam Hilman 239

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP BADAN PERMUSYAWARATAN DESA SEBAGAI PENYALUR ASPIRASI MASYARAKAT

Khoirurrosyidin 251

PENDAMPINGAN PROGRAM JALIN MATRA FEMINISASI KEMISKINAN PROVINSI JAWA TIMUR DI DESA BANDUNGAN, NGLANDUK, BODAG, SEGULUNG DI KABUPATEN MADIUN TAHUN 2015

Nanang Cendriono 260

PENATAAN DAN PEMBINAAN PEDAGANG KAKI LIMA DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DI SURAKARTA (2005-2012)

Muhamad Fajar Pramono 282

UPAYA BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA MELAKUKAN PENGENDALIAN PENDUDUK UNTUK INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA (IPM) DI KABUPATEN PONOROGO

Bambang Widiyahseno 292

PENDIDIKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA KOMUNITAS SWALAYAN SURYA DI KECAMATAN PULUNG SEBELUM DAN SESUDAH PILKADA SERENTAK

Imam Mahfud 307

TRANSPARANSI PENGELOLAAN ALOKASI DANA DESA TAHUN 2015

(STUDI DI DESA BUDUGSIDOREJO KECAMATAN SUMOBITO KABUPATEN JOMBANG)

Andi Setiawan, Nila Febri Wilujeng 318

PELAYANAN PUBLIK DAN TATA KELOLA PEMERINTAHAN DI DESA HAMPARAN PERAK

Siti Hajar 330

EFEKTIVITAS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA DALAM PENGEMBANGAN POTENSI EKONOMI BERBASIS PARTISIPASI MASRARAKAT (Studi Kasus : Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta)

Helen Dian Fridayani, Aulia Nur Kasiwi, Mardha Adhi Pratama 337

RESTRUKTURISASI KELEMBAGAAN PEMERINTAH DESA SUB TEMA : TATA KELOLA PEMERINTAHAN

Arif Zainudin, Unggul Sugiharto 353

MERAYAKAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES)

Irma Fitriana Ulfah 370

STUDI IMPLEMENTASI AZAS TUGAS PEMBANTUAN DAN AZAS PENUGASAN DALAM PENGUATAN DESA DI KABUPATEN BANDUNG PROVINSI JAWA BARAT

Fernandes Simangunsong 384

UPAYA PUBLIC RELATIONS MELALUI PROGRAM CSR DALAM MENGHADAPI DINAMIKA SOSIAL - POLITIK DI MASYARAKAT

Yugih Setyanto, Paula T. Anggarina 401

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI WISATA APUNG KAMPOENG RAWA KECAMATAN AMBARAWA KABUPATEN SEMARANG

Agus Triyono, Muhammad Ali Masyhar 409

C. KOMUNIKASI POLITIK, DEMOKRASI DAN PEMILU

PROSES KEBIJAKAN PUBLIK, ANALISA KEBIJAKAN PUBLIK, POLITIK KEBIJAKAN PUBLIK, MAKNA DAN KARAKTERISTIK KEBIJAKAN PUBLIK

Mohammad Ridwan 421

POLITIK PAPAN CATUR

Persoalan Kandidasi Partai Aceh Menjelang Pemilihan Gubernur Serentak 2017

Vellayati Hajad, Ikhsan 430

EKSISTENSI PERAN HUMAS (PUBLIC RELATIONS) PERGURUAN TINGGI SWASTA DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

Veri Setiawan 440

KONSISTENSI ANTARA PROGRAM PARTAI DENGAN PRODUK KEBIJAKAN PUBLIK DI KABUPATEN BANDUNG (2011-2015)

Dede Sri Kartini 452

DISKURSUS MEME DALAM EPISTEMOLOGI KOMUNIKASI POLITIK MASYARAKAT DIGITAL

Anang Hermawan 470

KOMUNIKASI POLITIK DAN PENANDA ZAMAN

(Studi *Branding* Kampanye Politik Indonesia)

Gregorius Genep Sukendro 483

KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL DALAM RITUAL WISUDA WAROK PONOROGO: SUATU KAJIAN ETNOLINGUISTIK

Alip Sugianto 505

INOVASI TATA KELOLA PEMERINTAHAN DAERAH: TWITTER UNTUK KOMUNIKASI PEMERINTAHAN DAN PEMBANGUNAN DI KOTA SEMARANG

Dzunuwanus Ghulam Manar 517

PENGEMBANGAN MODEL KOMUNIKASI POLITIK GUNA MENCEGAH TERJADINYA KONFLIK ANARKIS DALAM PILKADA

Ratna Setyarahajoe 537

KOMODIFIKASI *KOREAN WAVE* MELALUI MEDIA DAN IMPLIKASINYA PADA GAYA HIDUP REMAJA INDONESIA

Lusia Savitri Setyo Utami 560

PEMANFAATAN KARIKATUR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK

Sigit Dwi Laksana 572

KOMUNIKASI POLITIK BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK) SEBAGAI GUBERNUR DKI JAKARTA DALAM PERSPEKTIF SOSIOKULTURAL

H.H. Daniel Tamburian 583

IMPLEMENTASI DIGITAL PUBLIC RELATIONS (PR)

(Studi Kasus : Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Dalam Mensosialisasikan Tagline “Jogya Istimewa”)

Adhianty Nurjanah, Friski Yulianti Nurnisya 595

PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KETERTARIKAN PELANGGAN PADA CV. DOOR SMEER KINCLONG MEDAN

Abdul Haris 613

D. MEDIA, INDUSTRI PROGRAM DAN JURNALISTIK

KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN

DI DESA PALUH MANAN

Irwan Syari Tanjung 643

SURAT KABAR DAN KONVERGENSI MEDIA (STUDI KASUS DI SURAT KABAR HARIAN SOLOPOS)

Anton Wahyu Prihartono 652

CERMIN RETAK DEMOKRASI: PERS DAN JURNALISME POLITIK “TANPA ISI”

Hakim Syah 668

PENGARUH KONSUMSI MEDIA DAN INTERAKSI *PEERGROUP* TERHADAP PERILAKU PEMILIH PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK 2015 DI JAWA TENGAH

Fitri Norhabiba 684

PERAN MEDIA DALAM DUNIA DAKWAH

Sutanto 695

CITRA NARSIS CAPRES 2014 DI MEDIA MASSA

Muhammad Fadeli, Hadi Sutrisno 704

HUBUNGAN MEDIA PENENTU SUARA DALAM KAMPANYE POLITIK

Nurudin 724

KEARIFAN LOKAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MEMBANGUN PERADABAN UNGGUL

Rido Kurnianto 741

ANALISA MELEK POLITIK WARGA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2014

Studi Kasus: Desa Jerukwudel dan Desa Karangawen Kecamatan Girisubo Kabupaten Gunungkidul DIY

Rosalia Widhiastuti Sri Lestari 750

MAKNA SELFIE DALAM MEMBENTUK KARAKTERISTIK, CITRA, DAN IDENTITAS DIRI PADA IBU RUMAH TANGGA

Dwi Kartikawati 778

PROSES KREATIF DESAIN SAMPUL BUKU DALAM MEMBANGUN *BRAND POSITIONING*

Zein Mufarrih Muktaf 791

DI MANA RAKYAT JAKARTA DI MEDIA?

(Kontruksi Sosial Warga Jakarta Jelang Pilgub DKI 2017 di Media Detik.com, Kompas.com dan Liputan6.com)

Farid Rusdi 810

DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP/ DALAM KOMUNIKASI POLITIK
(Studi Kasus: Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Kepulauan Riau)
Shahril Budiman, Azma Shafariani, Krisna 817

DESENTRALISASI PENDIDIKAN DI KOTA BANDUNG PROVINSI JAWA BARAT: STUDI TENTANG URUSAN PENDIDIKAN DASAR
833
Aos Kuswandi, Siti Nuraini .....

E. DINAMIKA PARTAI POLITIK

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PASIEN AKIBAT *MALPRACTICE*
845
H. Ikhsan Yusda. PP .....

EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PELAYANAN PENGADUAN MASYARAKAT BERBASIS *E-GOVERNMENT*

STUDI : PELAKSANAAN PELAYANAN PENGADUAN MASYARAKAT DI UNIT PELAYANAN INFORMASI DAN KELUHAN (UPIK) KOTA YOGYAKARTA
861
Gerry Katon Mahendra .....

POTENSI DAN TANTANGAN PILKADA SERENTAK 2015

Audra Jovani 879

DEMOKRASI LOKAL : DAMPAK PEMILIHAN KEPALA DAERAH LANGSUNGTERHADAP PERILAKU PEMILIH
888
Syafhendry .....

KAMPANYE DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH DIBIAYAI NEGARA KOMUNIKASI POLITIK, DEMOKRASI DAN PEMILU
898
Desna Aromatica .....

MUHAMMADIYAH DAN POLITIK (ANALISA PENGALAMAN POLITIK PADA PILPRES II PONOROGO TAHUN 2004)

Happy Susanto 908

EVALUASI SOSIALISASI PEMILIHAN PADA PILKADA SERENTAK TAHUN 2015 DI PROVINSI KEPULAUAN RIAU

Bismar Ariyanto 918

HARMONI SUNGAI DAN MANUSIA DALAM TRADISI MERTI CODE POLITIK PELESTARIAN SUNGAI BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI YOGYAKARTA

Suswanta 927

KEARIFAN LOKAL SEBAGAI BASIS KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MENGATASI KONFLIK SOSIAL DAN KOMUNAL

Ansar Suherman 935

MERAYAKAN SEPAK BOLA, MERAWAT SEJARAH, MEMBERITAKAN KOTA BERSAMA BAWAH SKOR

Fajar Junaedi 945

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB KEPEMIMPINAN (STUDI HADITH-HADITH RASULULLAH TENTANG *AL-IMAM* DAN *AL-IMAMAH*)

Nurul Iman 960

GAYA KEPEMIMPINAN DALAM ORGANISASI: MEMBANGUN KOMUNIKASI ORGANISASI YANGEFEKTIFDI ERAMEA

Joko Sutarso 968

TRADISI "TORON" : BENTUK KOMUNIKASI KELUARGA DAN KEARIFAN LOKAL MADURA

Nikmah Suryandari 977

STUDI MODAL SOSIAL KELOMPOK PEREMPUAN PESISIR : UPAYA PENGENTASAN KEMISKINAN KELUARGA MASYARAKAT PESISIR

Andy Arya Maulana Wijaya 988

PERAYAAN GREBEG SURO SEBAGAI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA PONOROGO
(ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA PONOROGO)

Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih 1001

KOMPETENSI WARTAWAN MEDIA CETAK DALAM PERSFEKTIF ISLAM

Marlina 1014

F. BUDAYA BIROKRASI

KEKUASAAN CAPITAL : PERSOALAN RUANG PUBLIC (MEDIA) DAN KRISIS DEMOKRASI DI INDONESIA

Puji Rianto 1029

PENGARUH IMPLEMENTASI KEBIJAKAN SISTEM KELAS TUNTAS BERKELANJUTAN (SKTB) TERHADAP KUALITAS ANAK DIDIK DI SDI PANGGENTUNGAN SELATAN KECAMATAN SOMBAOPU KABUPATEN GOWA

Nuryanti Mustari, Tahir Tuju 1040

PEREMPUAN DI BALIK POLITIK (ANALISIS TERHADAP KONSTRUKSI PERAN POLITIK PEREMPUAN SEBAGAI SUBJEK DAN PENDUKUNG POLITIK PADA PILKADA 2015)

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi 1054

POPULARISME DAN PRAGMATISME TAK TERBENDUNG : SEBUAH REFLEKSI POLITIK TENTANG PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2015

Idil Akbar 1074

URGENSI PENDIDIKAN POLITIK DI ERA PILKADA LANGSUNG

Ayok Ariyanto 1090

PENATAAN GRAND DESIGN REFORMASI BIROKRASI (STUDI KASUS: PROGRAM PATEN DI KECAMATAN BINTAN TIMUR, KABUPATEN BINTAN)

Suherry, Nurul hafizah, Nurhadiyanti 1101

REFORMASI BIROKRASI
POLITISASI BIROKRASI PADA PILKADA DI KABUPATEN MALANG TAHUN 2015

Fathur Rahman 1115

AKSELERASI REFORMASI BIROKRASI KUALITAS PELAYANAN PUBLIK

Sakir, Diah Mutiara, M. Eko Atmojo, Riska Sarofah 1127

TRANSPARANSI PENGELOLAAN ANGGARAN DAERAH DI SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH (SKPD) KABUPATEN BULUKUMBA TAHUN 2014

Firmanto Latief 1146

REFORMASI BIROKRASI BIDANG PROMOSI JABATAN STUDI: PELAKSANAAN PROMOSI JABATAN STRUKTURAL ESELON II DI PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Muhammad Eko Atmojo, Ady Muzwardi, Sakir 1161

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB MENURUNNYA KETERLIBATAN POLITIK APARATUR BIROKRASI PADA PEMILUKADA SERENTAK (STUDI KABUPATEN PANDEGLANG PROVINSI BANTEN)

Ombi Romli 1175

BUDAYA BIROKRASI DALAM PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK PADA DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN BUTON

Anwar Sadat 1195

MENYEMBUNYIKAN POLITIK UANG DIBALIK PILKADA SERENTAK KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN

Elly Nurlia 1209

*OPINION LEADER*DALAM KEHIDUPAN SOSIAL DAN POLITIK MASYARAKAT DESA DI INDONESIA

Niken Lestsrini 1220

PEMANFAATAN SUMBERDAYA ALAM SEKTOR PERIKANAN GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT PESISIR DI PROVINSI KEPULAUAN RIAU

Rizky Nanda Hidayat, Rendra Setydiharja, Zamzami A. Karim, Junriana 1225

REKRUITMEN POLITIK PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2014 (STUDI REKRUITMEN CALON LEGISLATIF DAERAH PAN KABUPATEN PONOROGO)

Titin Sarwenda, Sulton 1241

UPAYA PUBLIC RELATIONS MELALUI PROGRAM CSR DALAM MENGHADAPI DINAMIKA SOSIAL - POLITIK DI MASYARAKAT

Yugih Setyanto dan Paula T. Anggarina
Universitas Tarumanagara
yugihs@fikom.untar.ac.id dan paula@fe.untar.ac.id

ABSTRAK

Dewasa ini peran public relations dihadapkan berbagai tantangan termasuk berubahnya kondisi masyarakat. Perkembangan ini perlu diantisipasi public relations dalam rangka berkomunikasi dengan khalayak termasuk perubahan kondisi politik. Kondisi politik dewasa ini juga dapat menentukan arah bisnis. Kebijakan yang diambil oleh penguasa melalui pendekatan politik sedikit banyaknya memberi pengaruh bagi perusahaan. Public relations berada dalam sebuah keadaan dimana dalam satu sisi harus mengamankan kepentingan perusahaan namun tetap mengakomodir kondisi politik lokal maupun nasional yang berkembangTidak bisa dipungkiri sebuah perusahaan harus dapat bertahan dalam menjalankan roda bisnisnya apapun kondisi yang ada di sekitarnya termasuk situasi politik yang berlangsung. Tentu perusahaan tidak secara langsung berperan dalam politik praktis dalam mendukung salah satu kekuatan politik yang ada baik lokal maupun nasional. Tapi tak bisa dipungkiri bahwa perusahaan juga harus melakukan kalkulasi politik yang sekiranya dapat memberi kebaikan bagi perusahaannya. Salah satu cara dalam melakukan pendekatan tersebut adalah melalui program corporate social responsibilty (CSR). Kegiatan ini kadang menjadi alat public relations dalam melakukan pendekatan yang dapat mengamankan kepentingan perusahaan. Makalah ini akan membahas bagaimana upaya tersebut dilakukan dalam kondisi perpolitikan di tempat perusahaan berada.

Kata kunci: *Komunikasi, public relations, CSR*

PENDAHULUAN

Sudah banyak yang memahami pentingnya peran PR dalam organisasi. Dapat dilihat bahwa hampir setiap organisasi memiliki PR sebagian bagian dari unit kerja yang dimilikinya. Secara umum PR memiliki fungsi sebagai penghubung antara organisasi dan masyarakat. Fungsi ini yang membuat PR harus memiliki kedekatan dengan khalayaknya. Setiap organisasi memiliki karakter khalayak masing-masing dan tentu juga memiliki kepentingan sendiri. Namun yang patut dipahami bahwa PR juga mempunyai fungsi yang dapat memberi pencerahan bagi masyarakat. Melalui pesan-pesan yang disampaikan, PR harus memberi dampak bagi kebaikan masyarakat dan bukan semata kepentingan organisasinya.

Sejak reformasi bergulir, dinamika perpolitikan di tanah air begitu semarak. Setelah sekian lama dibelenggu oleh pemerintahan yang represif. Dimana-mana tumbuh kesadaran

berpolitik dari warga negara baik di tingkat pusat maupun di daerah. Bahkan di beberapa daerah semangat berpolitik agak berlebihan sehingga saat pemilihan kepala daerah (Pilkada) selalu diiringi dengan pertikaian antar pendukung. Bukan itu saja, konflik antara masyarakat dan kepala daerah juga kerap terjadi terkait sebuah kebijakan. Demo dan unjuk rasa masyarakat terhadap kebijakan yang dikeluarkan penguasa seakan menjadi hal rutin.

Kepentingan politik dan pribadi juga terkadang menjadi alat yang digunaka para politisi dalam mengeluarkan kebijakan baik di tingkat eksekutif maupun legislatif. Tak jarang kebijakan yang dikeluarkan berdampak pada dunia usaha. Perusahaan adalah sebuah entitas bisnis yang sangat peka pada dinamika situasi yang terjadi di tempat perusahaan tersebut berada termasuk situasi perpolitikan. Dampak bagi perusahaan adalah lahirnya sebuah kebijakan yang memberi pengaruh pada arah kebijakan perusahaan. Pada makalah ini akan dibahas bagaimana perusahaan mengantisipasi dampak dari perubahan dan dinamika sosial dan politik yang dapat mempengaruhi perusahaan melalui upaya kegiatan CSR. Terlebih perubahan yang sifatnya sulit diprediksi.

PUBLIC RELATIONS, CSR DAN STRATEGI KOMUNIKASI

Hubungan perusahaan dan masyarakat menjadi interaksi sosial yang membawa pada hubungan saling membutuhkan. perusahaan akan mendapatkan keuntungan non material seperti kepercayaan dan hubungan baik. Perusahaan juga menyadari bahwa hidup dan kelestariannya sangat tergantung pada dukungan masyarakat. Dengan demikian, hubungan yang dibuat antara perusahaan dan masyarakat menjadi modal dasar dari kelangsungan perusahaan. Interaksi ini harus dilakukan dalam komunikasi dan kegiatan yang direncanakan. PR harus mengkomunikasikan semua kegiatan kepada masyarakat, salah satu cara adalah melalui kegiatan CSR.

Untuk itu perlu dipahami terlebih dahulu pengertian komunikasi khususnya dalam perusahaan. Komunikasi perusahaan bisa diartikan of which are *By corporate communication we mean the corporation's voice and the images it projects of itself on a world stage populated by its various audiences, or what we refer to as its constituencies (*Argenti, 2002: 4). Dari pengertian itu tampak bahwa perusahaan adalah suara dan citra perusahaan melalui apa yang telah dilakukan di hadapan khalayaknya yang beragam.

Sementara itu salah satu definisi PR menurut Barney (Gregory, 2004) dapat diartikan bahwa public relations mengarahkan khalayak dengan cara persuasif untuk mengubah sikap

dan tindakan untuk kepentingan bersama. Fungsi PR komunikasi dalam sebuah perusahaan seperti yang disampaikan Henslowe (2003) bahwa PR berkaitan dengan berbagai cara yang dilakukan untuk membangun dan memelihara komunikasi dua arah suara antara organisasi dan khalayaknya . Ini akan mencakup, antara lain, para pemangku kepentingan, dan, tentu saja, media. Selain itu Wilcox et al mengutip Harlow (Theaker, 2003) public relations adalah fungsi manajemen yang khas yang membantu membangun dan mempertahankan garis saling komunikasi, pemahaman, akseptasi, dan kerjasama antara organisasi dan publik. Menurut argumen ini, tampak bahwa peran public relations untuk membangun komunikasi antara perusahaan dan khalayak.

Bila dikaitkan PR dan CSR dijelaskan Adi, Grigore dan Crowther (2015) mengutip Barneys bahwa *that public relations practice of social responsibility*. Kemudian, James Grunig dan Todd Hunt menekankan bagaimana tanggung jawab publik atau sosial telah menjadi alasan utama bagi suatu organisasi untuk memiliki fungsi public relations. Pompper (2015) juga mengatakan bahwa *Public relations and CSR/sustainability significantly overlap among cultural, economic, political admist, social dimensions, offering perspectives which span boundaries and reveal importance of stake holder relationships*. Pendapat di atas menjelaskan peran PR dalam pelaksanaan program PR dan CSR dimana salah satu yang saling terkait adalah pada unsur politik. Henslowe (2003) pada akhirnya juga mengemukakan bahwa *which communication through public relations has a key role concerns corporate social responsibility or CSR as it is more commonly known. This cover all aspects of an organization and its work and could be said to be the conscience of that organization.*

Peran public relations itu sendiri menurut Sekretaris Perusahaan PT Pupuk Kaltim Tedy Nawardin dalam kegiatan publikasi dan strategi komunikasi (wawancara, 2016). Program-program yang telah direncanakan oleh perusahaan akan dapat diimplementasikan dengan baik menggunakan strategi komunikasi yang tepat. Pelaksanaan strategi komunikasi tergantung pada banyak hal, seperti bentuk dan tujuan program, tujuan program dan sifat program. Dengan kata lain, ada hubungan erat antara reputasi, perencanaan dan pelaksanaan program perusahaan dan strategi komunikasi yang digunakan perusahaan.

PEMBAHASAN

Dalam mengadapi konstelasi politik yang terjadi di daerah tentu perusahaan tidak serta merta terlibat secara langsung. Perusahaan cukup melakukan progam yang bersifat antisipatif terhadap dinamika perpolitikan yang ada. Tentu, tidak bisa dipungkiri bahwa perusahaan tetap harus memperhitungkan pihak-pihak yang sekiranya bisa memberikan keuntungan (atau setidaknya tidak merugikan) dan yang diperkirakan dapat mengganggu perusahaan.

Public relations tentu harus berpikir strategis dan memperhitungkan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi. Perusahaan pasti akan sangat tergantung pada kebijakan yang dimuat oleh pemerintah, baik pemerintah daerah dan pusat. Kebijakan itu sendiri merupakan keputusan politik dimana perusahaan harus mematuhinya. Sebagai contoh untuk perusahaan sebesar PT Freeport Indonesia tetap harus mengikuti peraturan yang ada di Indonesia. Freeport melakukan pembangunan smelter sesuai amanat Undang-undang (UU) Nomor 4 tahun 2009 tentang Mineral dan Batu Bara. Walau polemik mengenai aturan terus berkembang di masyarakat namun tetap ketaatan terhadap aturan yang berlaku harus dikedepankan.

Contoh lain dalam tingkat daerah adalah larangan pemerintah daerah DKI yang melarang pembangunan mal (http://www.tribunnews.com/metropolitan/2014/01/18/pemprov-dki-siapkan-perda-larangan-pembangunan-mall). Jakarta dikenal sebagai kota yang memiliki banyak mal. Pembangunan mal bisa jadi dianggap memiliki prospek yang baik bagi penggiat bisnis properti. Namun dengan dikeluarkan Perda yang melarang pembangunan mal tentu akan berdampak bagi pelaku bisnis properti terlebih yang sudah terlebih dahulu menanamkan investasi sebelum Perda ini digulirkan. Aturan seperti ini sedikit banyak akan mempengaruhi perusahaan.

Kasus yang selalu menjadi permasalahan adalah kebijakan upah minimum regional (UMR). Kebijakan ini diputuskan atas dialog tiga pihak; pengusaha, pekerja dan pemerintah sebagai pemegang kebijakan. Namun untuk keputusannya sendiri dilakukan oleh pemerintah. Masalah ini sering menimbulkan masalah karena antara pengusaha dan karyawan sering tidak memiliki kesamaan dalam menentukan nominal dari upah yang harus dikeluarkan. Akibatnya sering terjadi aksi demo. Aksi ini tidak saja ditujukan kepada pemerintah tapi sering juga karyawan mendemo perusahaan sendiri. Ini juga merupakan masalah yang sering dihadapi perusahaan.

CSR sendiri juga tertuang dalam undang-undang dan kebijakan pemerintah. Bahkan pemerintah daerah pun terkadang mempunyai kebijakan yang mengatur hal tersebut seperti contohnya Peraturan Daerah nomor 6 tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial di Provinsi Riau dan Peraturan daerah nomor 31 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kabupaten Pasuruan. Untuk tingkat undang-undang, DPR telah menyetujui klausul CSR masuk ke dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Pasal 74 UU PT yang menyebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika tidak dilakukan, maka perseroan tersebut bakal dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Aturan lebih tegas sebenarnya juga sudah ada di UU PM Dalam pasal 15 huruf b disebutkan, setiap penanam modal berkewajiban melaksankan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika tidak, maka dapat dikenai sanksi mulai dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal (pasal 34 ayat (1) UU PM). (http://www.djpp.kemenkumham.go.id/hukum-bisnis/84-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-corporate-social-responsibility-dan-iklim penanaman-modal.html)

Muara dari permasalahan di atas tentu saja ada di pihak penguasa. Kebijakan yang dikeluarkan memiliki legalitas dan tentu saja kekuatan politik yang dapat memberi tekanan bagi yang terkena aturan. Lobi, sebagai salah satu upaya strategis PR guna menghadapinya (Oliver, 2006.7). Melalui upaya lobi, seorang staf PR-mewakili perusahaannya- melakukan upaya dialog dengan berbagai pihak yang menentukan kebijakan.

Namun upaya dialog saja dianggap belum cukup dalam memberi pengaruh pada stakeholder, perlu ada tindakan nyata yang langsung dapat memberi pemahaman kepada publik. Pendekatan persuasif bisa dilakukan melalui program pembinaan lingkungan. Pembinaan lingkungan merupakan upaya perusahaan dalam usahanya memberi pemahaman kepada khalayak yang dianggapnya memiliki peran berarti dalam kelangsungan perusahaan.

Pelaksanaan CSR merupakan salah satu upaya yang bisa dilakukan PR dalam mendekatkan perusahaan dengan khalayak. Pendekatan hal yang penting bila perusahaan ingin mendapat dukungan yang positif. Hubungan baik harus dibangun. Program CSR adalah cara perusahaan berkomunikasi untuk membangun dukungan dan hubungan baik

dengan khalayak. Berbagai aktivitas CSR menjadi sarana membangun komunikasi tersebut. Di sinilah peran PR dalam melakukan berbagai upaya dalam memberi pemahaman kepada stakeholder. Sebagai contoh misalnya pelaksanaan program pendidikan yang dilakukan sebuah perusahaan besar dengan memberi beasiswa kepada siswa-siswa berprestasi. Upaya ini adalah investasi masa depan perusahaan dengan menanam persepsi kepada masyarakat akan niat baik yang dilakukan perusahaan. Upaya yang dilakukan dapat berupa bantuan sosial, finansial ataupun kontribusi langsung kepada masyarakat.

Semua niat baik (goodwill) yang dilakukan –melalui program CSR- adalah dalam rangka membangun dukungan masyarakat sebagai antisipasi perubahan situasi sosial dan politik yang terjadi. Khalayak harus diberi pemahaman dan dibangun kepercayaannya kepada perusahaan. Hasil yang didapat adalah modal dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan bagi perusahaan.

Dalam berhubungan dengan lingkungan, perusahaan harus menerapkan strategi khusus. Oleh Frans A.J. van den Bosch dan Cees B.M. van Riel (van Riel, 2000: 57-60) diperkenalkan dua strategi yaitu *buffering* (penahan) dan *bridging* (jembatan).

Strategi *bridging* mencoba untuk mengadaptasi aktivitas perusahaan dalam sejumlah cara yang mereka sesuaikan untuk harapan *stakeholder* eksternal. Strategi *bridging* diorientasikan untuk menambah keamanan perusahaan dalam berhubungan dengan lingkungan. Dalam *bridging*, perusahaan menciptakan hubungan dengan *stakeholder* eksternal atas dasar ketergantungan. Dalam *buffering*, perusahaan mencoba untuk menjaga *stakeholder* eksternal pada sebuah jarak.

Implementasi strategi*bridging* adalah upaya perusahaan membuka saluran komunikasi untuk mengakomodir aspirasi masyarakat terhadap perusahaan. Apa yang diharapkan masyarakat terhadap perusahaan kemudian disesuaikan dengan kepentingan bersama. Masyarakat juga harus diberi pemahaman bahwa perusahaan juga mempunyai tujuan bisnis guna menjamin kelangsungan hidupnya. Sedangkan masyarakat tetap harus mempunyai kemampuan sendiri agar lepas dari ketergantungan dengan perusahaan.

Sedangkan mekanisme *buffering* adalah membina masyarakat melalui kegiatan sosial dan ekonomi guna menumbuhkan dukungan pada perusahaan. Kelak bila ada bibit konflik yang muncul, maka masyarakat yang telah dibina menjadi “pagar” yang akan membentengi perusahaan dari sekelompok anggota masyarakat yang ingin mengganggu jalannya perusahaan.

Mekanisme bridging dan buffering bisa menjadi sebuah cara menghadapi terjadinya perubahan politik dan masyarakat. Perusahaan mempunyai keterbatasan dalam mempengaruhi terciptanya sebuah kebijakan. Oleh sebab itu yang dapat dilakukan adalah memberi pemahaman pada masyarakat agar mendukung kebijakan perusahaan. Biarlah kelak masyarakat yang akan membela dan menyuarakan kepentingan perusahaan sekaligus memberi tekanan kepada pihak pemegang kebijakan.

Namun, pelaksanaan program CSR menghadapi beberapa tantangan. hambatan tersebut terutama dari kondisi masyarakat sendiri. Masih ada bagian dari masyarakat yang memiliki pikiran yang salah mengatur tentang CSR. Mereka masih menganggap bahwa CSR adalah hak yang harus diberikan perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan selalu diperlukan untuk memberikan bantuan materi kepada mereka. CSR fungsi program yang harus membuat masyarakat yang mandiri membuat masyarakat tergantung pada perusahaan. Dari sumber internal masih ada kesepakatan tentang pelaksanaan kebijakan CSR. Ada anggapan bahwa kewajiban CSR dari pemerintah untuk melakukan. seharusnya dalam persaingan bisnis pengembangan semakin global serta di mana dukungan publik yang diperlukan, program CSR harus menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan. Selain itu, program CSR yang dilaksanakan sering tidak sejalan dengan kepentingan perusahaan sehingga tidak membantu mengembangkan komunikasi yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program CSR bukanlah semata program amal yang memberikan bantuan kepada masyarakat. Public relations harus menjadikan program CSR merupakan bagian strategi dari bisnis perusahaan. Program ini adalah cara untuk membangun hubungan dan kepercayaan dengan masyarakat. Situasi dan kondisi sosial dan politik yang berkembang dewasa ini mempengaruhi jalannya perusahaan. Terkadang kebijakan yang diputuskan tidak memberi dampak yang positif bahkan dapat menghambat perusahaan. Dukungan khalayaklah salah kunci untuk dapat memberi pengaruh pada pembuat kebijakan. Dukungan tersebut harus dibangun melalui komunikasi yang didasari niat baik dan saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, Ana, Grigore, Georgiana & Crowther, David, 2015, Corporate Social Responsibility in The Digital Age, p.148, SRRnet

Fielding, Michael, 2006, Effectice Communication is Organisations 3rd edition, p.10, Juta Academic

Gregory, Anne ,ed, 2003, Public relations in Practice 2nd Edition, p.2, Kogan Page
Grunig, Lisa A, Grunig, James E & Dozier, David M, 2002, Excellent Public Relations and Effective Organizations, Routledge
Handoko-Widodo, Creszentia. N, 2007, Komunikasi Korporat dalam Krisis, (disertasi), Universitas Indonesia,

Henslowe, Philips, 2003, Public Relations: A Practical Guide to The Basics, 3-5, Kogan Page
Negoro, Sherly Hindra, 2014, INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 3, No 2 197-203, Undip
Pompper, Donnalyn, 2015, Corporate Social Responsibility, Suistanability, Public Relations and Commnucation Reasearch, p.40, Routledge
Theaker, Alison, 2004, The Public Relations Handbook, p.4, Routledge
Van Riel, C.B.M, 2000, Strategic Corporate Communication; A Selection of Article by Belgian and Dutch Authors in Leading International Journals, Alphen aan den Rijn, Samson BV

BIODATA

Yugih Setyanto. S.Sos.,M.Si adalah dosen tetap Fakultas ilmu komunikasi Universitas Tarumanagara (Untar) dan Staf Humas Untar Bidang Eksternal. Pernah menjadi staf Departemen Humas Pupuk Kaltim (2003-2011) dan Biro Humas Departemen Pertahanan (1999-2003).

Paula T. Anggarina S.E.,M.M. adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara (Untar). Pernah menjadi Sekretaris Program studi S1 Manajemen FE Untar dan Saat ini menjabat Kepala Humas Untar.

9 772502 783002