

Peran Public Relations pada Program Pangalengan Adventure sebagai Kegiatan *Corporate Social Responsibility*

Raissa Azzahra Fachya*, Maman Suherman

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*raissazhr@gmail.com, mamansuherman.unisa@gmail.com

Abstract. Corporate Social Responsibility (CSR) is an activity that must to do by companies in Indonesia. Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd (SEGWWL) as the largest geothermal energy producer in Indonesia carries out CSR activities as well. From the CSR activities, SEGWWL has received various awards. One of which is the CSR Partner Company award from the West Java provincial government. This research aims to know the role of Public Relations especially in Pangalengan Adventure program. The method used in this research is a qualitative method with a case study approach. The data obtained from this research used the methods of interview, observation, documentation, and literature study. The results of this research are: 1) The External Relations Team as a communication mediator between the company and the community regarding Pangalengan Adventure program, communication between the ER and the PA is usually done through whatsapp or informal meetings. 2) The External Relations team as a problem solver in Pangalengan Adventure program bases all decisions and solutions taken to solve problems by conducting discussions between the company and the Pangalengan Adventure team. 3) The External Relations team works on publications for Pangalengan Adventure program by giving advice and editing about the production that carried by the Pangalengan Adventure team. The Pangalengan Adventure team mostly worked on publications for the Pangalengan Adventure. 4) The External Relations team must be involved in CSR activities, especially Pangalengan Adventure program because this is included in the main functions of the External Relations team itself.

Keywords: Role, Public Relations, Corporate Social Responsibility.

Abstrak. Corporate Social Responsibility (CSR) atau dalam bahasa Indonesia disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah kegiatan yang wajib dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd (SEGWWL) sebagai perusahaan produsen energi panas bumi terbesar di Indonesia tentunya melaksanakan kegiatan CSR juga. CSR yang diselenggarakan SEGWWL mendapatkan penghargaan salah satunya adalah penghargaan Perusahaan Mitra CSR dari pemerintah provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Public Relations SEGWWL dalam program Pangalengan Adventure. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data yang didapatkan dari penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Tim External Relations selaku mediator komunikasi antara perusahaan dan masyarakat mengenai program Pangalengan Adventure. Komunikasi yang terjalin antara tim ER dan tim PA biasanya dilakukan melalui media sosial whatsapp atau pertemuan informal. 2) Tim External Relations sebagai pemberi solusi terhadap masalah pada program Pangalengan Adventure mendasarkan seluruh keputusan dan solusi yang diambil untuk menyelesaikan masalah dengan melakukan diskusi antara pihak perusahaan dan tim Pangalengan Adventure. 3) Tim External Relations mengerjakan publikasi untuk program Pangalengan Adventure dengan cara memberikan saran dan masukan mengenai produksi yang telah dilakukan oleh tim Pangalengan Adventure. Tim Pangalengan Adventure lebih banyak mengerjakan publikasi untuk program Pangalengan Adventure sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. 4) Tim External Relations harus terlibat dalam kegiatan CSR khususnya program Pangalengan Adventure karena hal ini termasuk ke dalam tugas pokok dan fungsi dari tim External Relations sendiri.

Kata Kunci: Peran, Humas, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

A. Pendahuluan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau biasa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum diartikan sebagai sebuah kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan kapabilitas seorang manusia sebagai bagian dari masyarakat untuk dapat mengimbangi keadaan sosial yang ada dan dapat memanfaatkan serta mendayagunakan lingkungan hidup. Maka dapat disederhanakan bahwa CSR adalah cara yang penting dalam mengatur biaya pengeluaran untuk memberikan keuntungan aktivitas bisnis kepada stakeholders secara internal seperti para pegawai atau penanam modal dan secara eksternal seperti pemerintah setempat atau masyarakat sekitar. Melalui kegiatan CSR dapat dilihat bagaimana cara perusahaan atau lembaga mengelola usaha untuk membuat impresi positif dari perusahaan atau lembaga dapat ikut dirasakan oleh masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan ini memang seharusnya tidak sebatas pemberian modal atau dana saja. Seringkali dalam praktiknya, kegiatan CSR tidak dilaksanakan dengan benar. Kegiatan CSR dilaksanakan hanya sekedar formalitas saja untuk memperlihatkan bahwa perusahaan atau lembaga yang bersangkutan telah menuntaskan kewajibannya untuk melaksanakan kegiatan CSR. Seharusnya CSR tidak bersifat statis dan pasif serta memiliki implementasi yang sangat luas. Dengan implementasi yang sangat luas, kegiatan CSR bisa diadaptasi menjadi kegiatan apapun yang manfaatnya bisa dirasakan oleh masyarakat.

Selain dari beragamnya implementasi yang dapat digunakan oleh pihak perusahaan atau lembaga, pihak yang terlibat dalam berlangsungnya kegiatan CSR pun akan membantu keberhasilan kegiatan tersebut. Dalam praktiknya, kegiatan CSR membutuhkan kolaborasi dari berbagai pihak agar dapat berjalan sesuai dengan tujuannya. Pihak yang terlibat dalam pelaksanaannya pun bukan hanya pihak perusahaan atau lembaga namun harus ada campur tangan dari masyarakat, pemerintah, komunitas dan pihak lainnya. Terkadang masyarakat, pemerintah atau pihak lainnya sendiri yang merasa enggan untuk berkontribusi atau mengikuti kegiatan CSR itu sendiri. Berjalannya kegiatan CSR sesuai dengan rencana yang telah ditentukan pasti membutuhkan kerja sama dari berbagai pihak.

Star Energy Geothermal Wayang Windu sebagai perusahaan swasta nomor satu yang bergerak di sektor pembangkit listrik tenaga panas bumi di Indonesia tentunya juga melaksanakan kewajibannya yaitu melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Dilansir dari starenergygeothermal.co.id, kegiatan CSR yang dilakukan SEGWWL secara garis besar dibagi menjadi 3 bidang yaitu bidang Pendidikan, bidang Ekonomi & Pembangunan Pedesaan, dan bidang Lingkungan & Kesehatan. Salah satunya adalah program Pangalengan Adventure.

Program Pangalengan Adventure merupakan program yang dilaksanakan untuk mengembangkan dan memaksimalkan destinasi petualangan alam atau *ecoventure*. SEGWWL disini melakukan kerja sama dengan komunitas penyelenggara dan pemandu wisata lokal yaitu tim Pangalengan Adventure. Tentu tujuan utama dari program ini ialah untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat khususnya di sekitar destinasi pariwisata. Awalnya tim Pangalengan Adventure hanya bergerak di minat khusus yaitu sepeda downhill, namun setelah bekerja sama dengan Star Energy Geothermal Wayang Windu dalam lingkup kegiatan CSR, tim Pangalengan Adventure memperluas kegiatannya dengan menjadi pemandu wisata di wilayah Pangalengan Adventure. Berbicara mengenai program *Corporate Social Responsibility*, hal yang khas dengan kegiatan tersebut adalah penyelenggaranya. Menurut Ardianto, kegiatan CSR sangat melekat dengan tugas seorang *Public Relations Officer* (PRO) (Ardianto, 2014: 91). PRO dalam sebuah perusahaan atau lembaga memiliki tugas wajib yaitu mengatur dan melaksanakan kewajiban perusahaan dalam kegiatan CSR. Maka dari itu, seorang PRO harus mempersiapkan dan melaksanakan hingga mengevaluasi kegiatan CSR yang diadakan oleh perusahaan atau lembaganya sendiri.

Kegiatan CSR yang baik tentunya adalah kegiatan CSR yang dapat dirasakan manfaatnya terutama oleh masyarakat karena kegiatan CSR sejatinya bentuk manifestasi tanggung jawab sosial dari perusahaan kepada masyarakat atau publiknya. Melihat kemanfaatan yang harus bisa dirasakan oleh masyarakat, peran PRO diuji apakah mereka bisa memenuhi keinginan masyarakat terhadap kegiatan CSR yang mereka selenggarakan atau tidak.

Berdasarkan TopBusiness.id, Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd berhasil menorehkan prestasi selama 5 tahun beturut-turut melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang mereka laksanakan. SEGWWL berhasil mendapatkan penghargaan TOP CSR Awards 2021 Stars #5 pada tahun 2021. Hal ini menandakan bahwa SEGWWL secara kontinuitas mengatur kegiatan CSR yang mereka miliki dengan benar. Penghargaan tersebut sudah Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd dapatkan sejak tahun 2017. Program yang mendapatkan penghargaan ini ialah program Pangalengan Adventure.

Selain itu, dari *sustainability report* milik perusahaan Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd berhasil mendapatkan penghargaan Perusahaan Mitra CSR dari pemerintah Jawa Barat. Penghargaan yang diberikan oleh pemerintah ini pastinya tidak main-main karena seperti yang kita ketahui, Pemerintah memiliki penilaian dan pengawasan yang ketat terhadap perusahaan-perusahaan besar yang mengadakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang sudah menjadi kewajiban. Prestasi yang diraih ini memperlihatkan komitmen perusahaan yang sungguh-sungguh dalam melaksanakan tanggung jawab sosial yang mereka miliki. Prestasi yang diraih oleh perusahaan tentunya memiliki kaitan erat dengan Peran *Public Relations Officer* karena pada dasarnya kegiatan CSR juga memiliki keterkaitan dengan Peran *Public Relations Officer*.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka fokus penelitian dari penelitian ini ialah “Bagaimana Peran *Public Relations* Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* khususnya dalam Program Pangalengan Adventure”. Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui *Public Relations* menjadi mediator komunikasi antara perusahaan dan masyarakat mengenai program Pangalengan Adventure.
2. Untuk mengetahui *Public Relations* bertindak sebagai ahli yang memberi solusi terhadap masalah yang terjadi pada program Pangalengan Adventure.
3. Untuk mengetahui *Public Relations* mengerjakan publikasi untuk program Pangalengan Adventure.
4. Untuk mengetahui alasan *Public Relations* harus terlibat dalam kegiatan CSR khususnya program Pangalengan Adventure.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif. Metode kualitatif dalam penelitian ini digunakan dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah pendekatan penelitian yang mana peneliti menyelidiki sekelompok individu, aktivitas, program, peristiwa, secara cermat dan teliti. Kasus yang diteliti pada pendekatan studi kasus biasanya diatur atau dikontrol oleh waktu dan aktivitas (Kusumastuti dan Khoiron, 2019: 8).

Penelitian ini dilaksanakan di Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd Kampung Warung Awi, Pangalengan, Kabupaten Bandung.

Informan dari penelitian ini ialah tim *External Relations* yaitu Firman Hidayat selaku *leader group* dan Rahmat Hidayat Mamet selaku *staff*. Ada juga Asti Putri Sudirman selaku *field officer* yang membantu tim *External Relations* dan tim Pangalengan Adventure di lapang. Informan tambahan dari penelitian ini ialah Marshall Ahmad Aulia dan Zaidan Yamani selaku anggota tim Pangalengan Adventure.

Data dan informasi dikumpulkan dalam penelitian ini melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi serta studi pustaka. Keempat metode tersebut digunakan untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian secara lebih jelas dan luas.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman yaitu melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan & verifikasi (Satori & Komariah, 2012: 220).

Dalam sebuah penelitian, keabsahan data sangat penting untuk menguji kebenaran sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan triangulasi dengan sumber, triangulasi dengan metode dan triangulasi dengan teori (Ghony dan Almanshur, 2016: 322).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Public Relations Menjadi Mediator Komunikasi Antara Perusahaan dan Masyarakat Mengenai Program Pangalengan Adventure

Peran seorang PR dalam kegiatan CSR memang sangat beragam, melalui penelitian ini peneliti ingin melihat garis besar peran PR dalam kegiatan CSR. Dalam penelitian ini PR yang akan diteliti adalah PR dari perusahaan Star Energy Geothermal Wayang Windu. Tim PR dalam SEGWWL disebut juga dengan *External Relations* (ER). Proses komunikasi yang terjadi antara tim *External Relations* dengan tim Pangalengan Adventure berlangsung tanpa perantara. Baik dari tim ER SEGWWL atau tim Pangalengan Adventure jika ingin berkomunikasi bisa melaksanakan secara langsung, tidak melalui perantara atau pihak ketiga. Adapun media yang digunakan biasanya adalah media sosial seperti *whatsapp* atau via telepon biasa. Selain melalui media tersebut, komunikasi yang terjadi juga kadang dilakukan secara informal.

Mediasi yang dilakukan oleh tim *External Relations* dan Pangalengan Adventure adalah dengan cara menyampaikan maksud dari tim ER SEGWWL mengenai rincian bantuan dan kegiatan tim Pangalengan Adventure. Setelah tim ER SEGWWL menyampaikan hal tersebut, kemudian tim Pangalengan Adventure memberikan kritik, saran, dan komentar perihal apa yang disampaikan oleh ER SEGWWL. Tim PA dan tim ER SEGWWL mengadakan diskusi untuk menyelesaikan ketidaksamaan pendapat yang terjadi, jika ada hal-hal yang tidak bisa disepakati oleh kedua pihak dan membutuhkan bantuan tim manajer yang lebih tinggi. Namun sejauh ini, masalah atau ketidaksepakatan berpendapat yang terjadi di antara tim Pangalengan Adventure dan tim ER SEGWWL bisa diselesaikan di tempat dengan negosiasi kedua belah pihak.

Dalam menentukan sebuah keputusan yang berhubungan dengan program Pangalengan Adventure pastinya harus didiskusikan terlebih dahulu, hal ini bertujuan agar kedua belah pihak dapat mencapai tujuannya masing-masing. Tim *External Relations* dapat diuntungkan karena tujuannya tercapai, dan begitu juga dengan apa yang terjadi pada tim Pangalengan Adventure. Diharapkan agar kedepannya saat program sudah berjalan tidak ada masalah dan tidak ada yang merasa dirugikan.

Sebagai fasilitator komunikasi, disini seorang ahli *public relations* harus memastikan bahwa informasi yang dibutuhkan oleh instansi dan publik dapat dipahami oleh keduanya sehingga keputusan yang diambil berdasarkan kepentingan bersama (Dozier & Broom, dalam Triwindari, 2016: 31). Di sini, tim *External Relations* berusaha untuk menjadi jembatan informasi antara pihak perusahaan dan masyarakat untuk menyampaikan keinginan masing-masing pihak. Tim *External Relations* harus mampu menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh kedua pihak dan juga terhadap komentar mengenai informasi tersebut.

Hal di atas membuat tim *External Relations* harus teliti dan hati-hati untuk menyampaikan informasi tersebut karena akhirnya akan memberikan dampak pada pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan ini pastinya harus didasari pada keinginan dan kesepakatan kedua belah pihak. Maka dari itu, dalam menyampaikan informasi kepada kedua belah pihak tim *External Relations* harus bisa memberikan pemahaman agar muncul pengertian dari pihak keduanya yang pada akhirnya akan menciptakan kesepakatan untuk sebuah keputusan.

Saat menjadi mediator komunikasi antara perusahaan dan masyarakat yang dalam program ini adalah tim Pangalengan Adventure, hambatan yang dilalui oleh tim ER antara lain ialah merasa bahwa tim Pangalengan Adventure sedikit terkesan lambat dalam membalas pesan. Mengatasi hambatan ini, tim *External Relations* menghubungi tim Pangalengan Adventure melalui telepon bukan via chat agar panggilan tersebut lebih mudah dan lebih cepat untuk diangkat sehingga pesan atau informasi penting pun segera tersampaikan.

Public Relations bertindak sebagai ahli yang memberi solusi terhadap masalah yang terjadi di program Pangalengan Adventure.

Saat menghadapi masalah, langkah pertama yang dilakukan oleh tim ER SEGWWL adalah mendeskripsikan masalahnya terlebih dahulu. Permasalahan yang terjadi tentunya butuh untuk segera diselesaikan. Masalah tersebut dijelaskan dan dicari penyebabnya lalu tim *External Relations* mencari solusi dan didiskusikan dengan tim Pangalengan Adventure untuk memilih

langkah apa yang akan diambil untuk menyelesaikan masalah tersebut. Solusi permasalahan pastinya mengikuti bagaimana sebuah permasalahan terjadi.

Tidak hanya solusi, tim *External Relations* juga memberikan inovasi untuk perkembangan program Pangalengan Adventure menjadi lebih baik lagi. Seperti Pangalengan Adventure memberi kewajiban atau hak untuk pada tamu menanam satu pohon perorang. Pohon ini akan ditanam di wilayah tertentu yang sudah disediakan. Perihal fee, sudah termasuk kepada biaya untuk tim Pangalengan Adventure.

Keputusan mengenai solusi yang akan diambil untuk mengatasi masalah pastinya didiskusikan terlebih dahulu antara tim *External Relations* dengan tim Pangalengan Adventure. Seperti saat awal terjadi pandemi, tim Pangalengan Adventure meminta solusi karena mereka tidak bisa melakukan kegiatannya disebabkan oleh adanya peraturan PSBB. Tim *External Relations* menawarkan solusi untuk mengikuti pelatihan terlebih dahulu agar anggota tim Pangalengan Adventure memiliki kemampuan yang lebih baik lagi untuk melayani tamu program Pangalengan Adventure.

Wewenang yang dimiliki oleh tim *External Relations* bisa membuat tim *External Relations* memberikan komentar seperti kritik dan saran terhadap tugas yang dilakukan oleh tim Pangalengan Adventure. Namun hal ini juga berarti semakin besar tanggung jawab yang dibebankan pada tim *External Relations* karena mereka menanggung kesalahan yang dilakukan oleh tim Pangalengan Adventure. Walaupun wewenang yang dimiliki oleh Tim *External Relations* memang luas, tetapi tim *External Relations* lebih senang untuk membiarkan tim Pangalengan Adventure untuk menyelesaikan masalahnya sendiri sehingga mereka bisa mandiri dewasa dalam menyikapi masalah yang terjadi.

Program Pangalengan Adventure membuat perusahaan atau khususnya di sini tim *External Relations* harus berani bersikap dalam menangani permasalahan. Sesuai dengan manfaat kegiatan CSR menurut Kartini yaitu *responsibility* yang memiliki arti perusahaan harus berani untuk mengambil sikap dan menangani permasalahan yang terjadi apalagi yang hingga menyebabkan dampak negatif pada operasional perusahaan. Hal tersebut termasuk bagian yang wajib dilaksanakan tanpa syarat apapun karena tanggung jawab merupakan sebuah sikap yang sangat penting dan diperhatikan oleh masyarakat serta akan memperkuat penilaian masyarakat mengenai nama baik perusahaan (dalam Kartini, 2013: 88).

Hambatan yang terjadi saat tim *External Relations* menjalankan perannya ini ialah komunikasi antara tim *External Relations* dan tim Pangalengan Adventure mengenai permasalahan yang terjadi. Tim Pangalengan Adventure memberikan kabar mengenai terjadinya masalah pada program setelah masalah tersebut dapat diselesaikan. Walaupun tim *External Relations* merasa senang karena tim Pangalengan Adventure mandiri dalam menyelesaikan masalahnya, namun tim *External Relations* merasa bahwa jika diberi tahu kepada tim *External Relations* maka penyelesaian masalah dapat lebih baik lagi. Hambatan ini diatasi dengan penekanan pada tim Pangalengan Adventure untuk selalu memberikan kabar secara langsung apabila terjadi sebuah masalah dan juga melalui *field officer* tim ER meminta bantuan untuk memberikan kabar apabila terjadi sesuatu pada program Pangalengan Adventure.

Public Relations mengerjakan publikasi untuk program Pangalengan Adventure.

Dalam praktiknya, proses publikasi lebih banyak dilakukan oleh tim Pangalengan Adventure. Proses produksi konten untuk publikasi dilakukan oleh tim Pangalengan Adventure sesuai dengan kesepakatan saat bekerja sama dimulai. Hal ini dilakukan karena tim Pangalengan Adventure lebih senang untuk membuat konten publikasi secara mandiri. Sejauh ini tim *External Relations* membantu untuk mengoreksi apabila ada kesalahan atau kekurangan dari konten yang telah diproduksi sebelum tayang di media sosial atau diberikan kepada tamu. Namun, tim *External Relations* memberikan *equipment* kepada tim Pangalengan Adventure untuk membantu proses produksi konten yaitu *drone camera*.

Sejauh ini hasil publikasi yang telah dibuat oleh tim Pangalengan Adventure dan tim *External Relations* berupa poster, foto, dan video. Poster biasanya digunakan untuk promosi di media sosial. Sedangkan foto dan video biasanya digunakan untuk memperlihatkan “testimoni” dari pihak pangalengan adventure untuk calon tamu yang melihat melalui media sosial.

Terkadang foto dan video juga dibagikan kepada tamu yang ingin mengenang kegiatan mereka. Video juga sering diminta oleh tamu untuk dokumentasi mereka secara khusus. Hasil dari dokumentasi yang telah diolah oleh tim Pangalengan Adventure akan dipromosikan melalui media sosial.

Tim Pangalengan Adventure sudah memiliki bahan untuk melakukan publikasi sehingga memilih media yang bisa digunakan agar publikasi dari program Pangalengan Adventure memberikan secara maksimal. Tim *External Relations* membantu tim Pangalengan Adventure untuk memilih media apa yang tepat untuk digunakan publikasi program Pangalengan Adventure. Tim ER merekomendasikan media sosial *Instagram* dan *Facebook*. Pemilihan Kedua media sosial tersebut yaitu *Instagram* dan *Facebook* dikarenakan banyaknya tamu dari Pangalengan Adventure yang menggunakan media tersebut. Selain itu, *Instagram* dan *Facebook* juga sering digunakan sebagai media untuk mencari tahu sesuatu khususnya jasa seperti Pangalengan Adventure ini.

Selain *facebook* dan *Instagram*, publikasi program Pangalengan Adventure juga menggunakan media sosial *YouTube*. Penggunaan *YouTube* memiliki tujuan utama yaitu untuk mengunggah konten-konten video dokumentasi yang pernah dilakukan bersama dengan tamu Pangalengan Adventure. Lewat video dokumentasi yang diunggah lebih mudah memperlihatkan bagaimana pelayanan tamu dan kegiatan yang dilaksanakan selama program Pangalengan Adventure berlangsung. Ketiga media tersebut digunakan dengan rekomendasi tim *External Relations* dengan melihat kebutuhan dan tujuan publikasi tersebut. Tim *External Relations* merasa bahwa ketiga media ini bisa menunjang publikasi dan menarik minat tamu untuk program Pangalengan Adventure sehingga memberikan keuntungan yang lebih banyak lagi untuk tim Pangalengan Adventure.

Proses pembuatan publikasi memang tidak ada hambatan yang dilalui karena komunikasi dan pengerjaan jobdesc baik oleh tim External Relations atau tim Pangalengan Adventure dilakukan dengan sangat baik. Berkaitan dengan publikasi ini, hambatan datangnya dari internal perusahaan mengenai SOP dan regulasi yang baru mengenai submit data publikasi yang lebih rumit dibandingkan sebelumnya. Hambatan ini dilalui oleh tim External Relations dengan memberikan pengertian kepada tim Pangalengan Adventure untuk melakukan SOP dan regulasi baru secara lebih teliti karena data atau informasi yang masuk tersebut akan membantu pada proses audit kegiatan CSR di akhir nanti.

***Public Relations* harus terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* khususnya program Pangalengan Adventure.**

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* memang pada umumnya menjadi pekerjaan public relations, termasuk dalam perusahaan Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* dilaksanakan oleh tim External Relations. Kegiatan CSR dari SEGWWL tidak hanya program Pangalengan Adventure saja, ada juga program kopi 3 in 1, program ekonomi hijau saba desa, dan program UMKM Nurkayana serta program lainnya. Tim External Relations memang harus berpartisipasi dan mengorganisir kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Firman, pekerjaan dari tim External Relations di sini seperti tim Humas atau Public Relations pada umumnya. Namun secara lebih rinci, dalam perusahaan Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd tim External Relations memiliki pekerjaan untuk menangani urusan perusahaan dengan stakeholders lain, termasuk untuk melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. SEGWWL sendiri memandang kegiatan CSR merupakan sebuah kegiatan yang wajib dilakukan untuk perusahaan.

Jadi, mengorganisir program Pangalengan sudah menjadi kewajiban bagi tim External Relations. Program Pangalengan Adventure sendiri memiliki prestasi yang baik dibandingkan program CSR lainnya, maka dari itu tim External Relations sendiri memperhatikan dan membantu program Pangalengan Adventure dengan semaksimal mungkin serta berusaha memelihara program tersebut dengan baik juga. Bukan hanya ingin mendapatkan penghargaan tetapi yang lebih penting bagi tim External Relations adalah manfaat jangka panjang yang didapatkan oleh tim Pangalengan Adventure selama menjalin kerja sama dengan Star Energy Geothermal Wayang Windu Ltd. Program Pangalengan Adventure sebagai kegiatan CSR

pastinya berada di bawah naungan tim External Relations, program ini khususnya menjadi tanggung jawab Rahmat Hidayat Mamet.

Partisipasi yang diberikan oleh tim External Relations ini ada berbagai macam bentuknya. Secara garis besar tim External Relations membantu berjalannya program Pangalengan Adventure. Mulai dari tahap perencanaan program hingga pelaksanaan dan tahap terakhir yaitu evaluasi. Di sini, tim External Relations selalu mencoba melakukan komunikasi dua arah antara tim mereka dan tim Pangalengan Adventure. Program Pangalengan Adventure yang dijalani sekarang adalah hasil diskusi antara tim External Relations dan tim Pangalengan Adventure. Maka dari itu, saat sebelum program berlangsung banyak diskusi yang dilakukan antara tim Pangalengan Adventure dan tim External Relations agar program yang berjalan sesuai dengan keinginan kedua belah pihak dan dapat mencapai tujuan masing-masing.

Dalam keterlibatan tim External Relations di program Pangalengan Adventure, hambatan pun tidak dapat dihindari. Hambatan yang terjadi dalam terlibatnya tim External Relations pada program Pangalengan Adventure ialah komunikasi mengenai terjadinya masalah yang jarang diberi tahu secara real time. Walaupun memang permasalahan bisa diselesaikan oleh tim Pangalengan Adventure, tetapi ada baiknya untuk memberi tahu tim External Relations mengenai terjadinya sebuah masalah agar bisa dibantu atau perkembangan mengenai program Pangalengan Adventure tetap diketahui oleh tim External Relations.

Hambatan di atas dihadapi oleh tim External Relations dengan memperbaiki komunikasi antara tim Pangalengan Adventure dan tim External Relations. Hambatan yang terjadi perihal komunikasi ini selalu diatasi dengan peningkatan intensitas komunikasi antara tim External Relations dan tim Pangalengan Adventure. Jika tim Pangalengan Adventure akan melakukan sesuatu yang berhubungan kegiatan Pangalengan Adventure maka akan memberi laporan kepada tim External Relations sehingga tim ER dapat siaga jika terjadi sebuah permasalahan atau ada sesuatu yang hendak didiskusikan. Bantuan dari Fieldt Officer juga digunakan untuk memberikan laporan kepada tim External Relations jika FO merasa akan terjadi sebuah masalah atau memang masalahnya sudah terjadi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tim *External Relations* menjadi mediator komunikasi antara perusahaan dan masyarakat dengan melakukan pertukaran pesan dan pandangan antara pihak perusahaan dan tim Pangalengan Adventure
2. Tim *External Relations* selaku ahli yang memberikan solusi pada masalah program Pangalengan Adventure selalu melakukan diskusi dengan tim Pangalengan Adventure agar masalah diatasi dengan keinginan kedua belah pihak.
3. Publikasi program Pangalengan Adventure dilakukan oleh tim Pangalengan Adventure secara langsung dengan pengawasan dari tim *External Relations*.
4. Tim *External Relations* terlibat dalam program Pangalengan Adventure yang termasuk ke dalam kegiatan CSR perusahaan Star Energi Geothermal Wayang Windu ltd karena hal tersebut termasuk ke dalam tugas pokok dan fungsi dari tim *External Relations*.

Acknowledge

Melalui artikel ini, Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yth. Kepada Prof. Dr. Atie Rachmiate, Dra., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Ilmu Komunikasi.
2. Yth. Kepada Bapak Alex Sobur, Drs.,M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Yth. Kepada Ibu Indri Rachmawati, S.Sos. M.I.Kom. selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Yth. Kepada Bapak Dr. Maman Suherman, Drs., M.Si selaku dosen pembimbing.
5. Yth. Kepada Ibu Dr. Anne Maryani, Dra., M.Si selaku dosen wali.

6. Yth. Kepada Pihak Perusahaan Star Energy Geothermal Wayang Windu selaku narasumber penelitian.
7. Tidak lupa kepada kedua orang tua peneliti, Riko Fachruddin dan Tuti Herawati.

Daftar Pustaka

Buku:

- [1] Ardianto, E. 2014. Metodologi Penelitian untuk *Public Relations* Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: SIMBIOSA REKATAMA MEDIA.
- [2] Ghony, D., & F. Almanshur. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: AR-RUZZ MEDIA.
- [3] Kartini, D. 2013. *Corporate Social Responsibility* Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia. Bandung: PT Refika Aditama.
- [4] Kusumastuti, A., & A. M. Khorion. 2019. Metode Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- [5] Rudito, B., & M. Famiola. 2019. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Penerbit REKAYASA SAINS.
- [6] Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Tindakan Komprehensif. Bandung: ALFABETA.
- [7] Satori, D., & A. Komariah. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: ALFABETA.
- [8] Yulianita, N. 2012. Dasar-Dasar *Public Relations*. Bandung: P2U LPPM UNISBA.

Jurnal:

- [9] Christianti, N. C., D. M. D. Warouw, dan E. Kalesaran. 2015. “Peranan *Public Relations* Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di PT. Tirta Investama Danone “Aqua” Manado” dalam e-Journal “Acta Diurna”. Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015 (hlm. 1-9).
- [10] Herman. “Manfaat *Corporate Social Responsibility* oleh Stakeholder Primer dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau)” dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial. Volume 2, Nomor 2, Tahun 2018 (hlm. 264-277).
- [11] Muslim. “Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi” dalam Wahana. Volume 1, Nomor 10, Tahun 2015 (hlm. 77-85).
- [12] Nubatonis, N. I. “Peran *Public Relations* Dalam Program LARASITA Badan Pertanahan Kabupaten Timor Tengah Utara Di Kelurahan Kefa Tengah” dalam Jurnal Interaksi. Volume 4, Nomor 1, Tahun 2015 (hlm. 62-72).
- [13] Wiksana, W. A. “Studi Deskriptif Kualitatif tentang Hambatan Komunikasi Fotografi dan Model dalam Proses Pemotretan” dalam Jurnal MediaTor. Volume 10, Nomor 1, Tahun 2017 (hlm. 121-131).

Prosiding:

- [14] Pahlevi, T., & B. Rossy. “Peran *Public Relations* (PR) Dalam Mengkomunikasikan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pembangun Citra Positif Perusahaan”, dalam Seminar Nasional PAP “Pengembangan Ilmu dan Profesi Administrasi Perkantoran: Peluang dan Tantangan”, Universitas Negeri Surabaya, Surakarta, 19 September 2015 (hlm. 59-70).
- [15] Althafariq Ramadhan, Muhammad, Chatamallah, Maman. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran X. Jurnal Riset Public Relations, 2(1), 19 - 22

Skripsi:

- [16] Destalia, Tirta. 2019. “Pembingkai Berita Kenaikan Gaji PNS (Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Untuk Berita Kenaikan Gaji PNS Koran Tribun Jabar Edisi 09 Maret 2019)”. Skripsi. Bandung: Program Sarjana Universitas Komputer Indonesia.

- [17] Triwindari, Ari. 2016. “Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk Kertapati”. Skripsi. Palembang: Program Sarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang.

Website:

- [18] “Sustainability Report”, Star Energy Geothermal Official Website, diakses dari <https://www.starenergygeothermal.co.id/id/cerita-kami/>, Pada Selasa, 18 Januari 2022 pukul 10.28.
- [19] “Top CSR Awards 2021”, TopBusiness, diakses dari https://www.topbusiness.id/30625/tiga-program-utama-csr-star-energy.html/20210210164508_mg_4598, Pada Senin, 22 November 2021 pukul 13.05.