



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial yang menjalani kehidupan sehari-harinya, tidak lepas dari komunikasi, baik komunikasi *verbal* maupun komunikasi *non verbal*. Komunikasi juga dibutuhkan oleh seorang *public relations* perusahaan atau organisasi untuk membangun suatu hubungan antar perusahaan dengan masyarakat dan perusahaan dengan media yang baik serta saling menguntungkan. Hubungan yang erat tersebut, dapat dijalin dengan adanya sebuah program atau kegiatan dari perusahaan salah satunya kegiatan CSR. Kegiatan CSR merupakan sebuah proses komunikasi untuk mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan agar dapat diterima dan bermanfaat bagi masyarakat (Nugroho, 2019).

Pembangunan ekonomi telah melakukan peralihan dari pembangunan ekonomi (*Economic Growth*) menjadi pembangunan secara berkelanjutan atau yang dikenal dengan sebutan *Sustainable Development*. *Sustainable Development* adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya. *Sustainable Development* menciptakan dampak yang signifikan bagi kesuksesan sebuah perusahaan, terutama pada citra perusahaan. Suatu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial agar masyarakat di sekitar merasa dipedulikan, hal ini membuat terbentuknya divisi *Corporate Social Responsibility* dalam suatu perusahaan.

Perusahaan yang ingin memiliki citra yang baik harus mampu bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, sehingga akan mendapatkan kepercayaan masyarakat. Citra yang baik menjadi hal yang penting dalam sebuah perusahaan. *Public relations* memuat seperangkat keterampilan dan strategi praktis yang didesain untuk meningkatkan reputasi sebuah organisasi, membantu memperkuat hubungan dengan *audiens* penting, dan memungkinkan organisasi tersebut mengatasi berbagai kritis karena memiliki posisi yang kuat (Ishaq, 2017). *Public Relations* mempunyai tugas untuk membina hubungan yang baik dan menciptakan citra positif kepada pihak eksternal. *Public relations* dalam sebuah perusahaan secara umum terbagi menjadi tiga, yaitu media, *relations*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Putra (2019) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Perusahaan juga dapat memberikan perhatian melalui aktivitas yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat, seperti melalui aktivitas dalam program komunikasi CSR.

Program komunikasi CSR yang memiliki rencana dan implementasi yang baik akan meningkatkan citra bagi perusahaan. Citra perusahaan akan meningkat karena perusahaan berhasil mendapatkan kepercayaan masyarakat melalui program komunikasi CSR yang berkelanjutan. Program komunikasi CSR yang berkelanjutan akan mendidik masyarakat menjadi mandiri, sehingga mampu meningkatkan kualitas kehidupan dan keterampilan masyarakat. kegiatan

perusahaan memberikan dampak yang baik bagi kehidupan masyarakat, sehingga masyarakat akan merasa diperhatikan dan dianggap keberadaan.

PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) Unit Plaju telah aktif menjalankan kegiatan dari program CSR untuk mensejahterakan dan memberdayakan masyarakat dengan melakukan pelatihan, keterampilan masyarakat, menciptakan lapangan, kerja dan melakukan penurunan angka pengangguran untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Program CSR PT KPI Unit Plaju ini berdampak terhadap citra perusahaan karena berhubungan dengan membangun kepercayaan masyarakat dan menjalankan tanggung jawab dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. PT KPI Unit Plaju juga bekerjasama dengan pemerintah, dan *stakeholder* lainnya dalam membangun program CSR.

Pemberdayaan masyarakat menjadi fokus program CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan sebagai upaya sinergi untuk kelanjutan bisnis. Oleh sebab itu, sebagai perusahaan kilang tertua, PT KPI Unit Plaju membuat program inisiatif bernama PATRA yang berarti Palembang Aman, Terampil, dan Berdaya. Program yang akan dilaksanakan oleh CSR PT KPI Unit Plaju adalah Program Mari Berkreasi untuk masyarakat sekitar ring satu.

CSR PT KPI Unit Plaju memiliki tanggung jawab di sekitar area sekitar ring satu, ring dua, dan ring tiga yang berarti wilayah yang mengelilingi PT KPI Unit Plaju. Area ring satu ini berada di kecamatan Plaju dan Banyuasin dengan jarak lima kilometer dari PT KPI Unit Plaju. Terdapat tujuh kelurahan yang berada Kecamatan Plaju, Kota Palembang, dua desa dan dua kelurahan di Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin. Daerahnya yaitu Camat Plaju, Sekcam Plaju, Lurah Komperta, Lurah Plaju Ilir, Lurah Plaju Darat, Lurah Plaju Ulu, Lurah Talang Putri, Lurah Bagus Kuning, Lurah Talang Bubuk, Camat BA I, Sekcam BA I, Lurah Mariana Ilir, Lurah Mariana, Kades Sei Rebo, dan Kades Sei Gerong. CSR PT KPI Unit Plaju mengadakan program Mari Berkreasi dalam kegiatan pemanfaatan limbah non B3 untuk melakukan perubahan gaya hidup masyarakat, peningkatan kesadaran lingkungan, dan peningkatan diversifikasi pangan lokal. Ring dua merupakan daerah yang hanya disinggahi untuk dilakukan tempat lokal berdampak pada kegiatan perusahaan dengan radius 10 km. Sedangkan ring tiga yaitu di Desa Sembilang, Kabupaten Banyuasin dengan nama programnya Berlari (Behari Sembilang Mandiri).

CSR berperan penting untuk menjaga citra PT KPI Unit plaju melalui pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dilakukan untuk mengatasi banyaknya limbah non Bahan, Berbahaya, dan Beracun (B3) yang dibuang sembarangan oleh masyarakat Lorong Mari Kelurahan Talang Bubuk yang membuat daerah sekitar Lorong Mari kelurahan Talang Bubuk menjadi kotor. Lorong Mari Kelurahan Talang Bubuk ini merupakan salah satu kawasan kumuh di Kota Palembang yang rawan bencana kebakaran di pemukiman padat penduduk, dengan mayoritas masyarakat pengangguran musiman. Sebelum tahun 2018 Kelurahan Talang Bubuk ini sulit mendapatkan bantuan Pemerintah Kota Palembang. Sehingga membuat CSR PT KPI Unit Plaju berupaya untuk membantu masyarakat Lorong Mari menjadi lebih bersih.

Peran CSR dalam meningkatkan citra perusahaan menjadi hal yang sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan untuk menjalin hubungan dan membangun kepercayaan masyarakat, sehingga CSR PT KPI Unit Plaju dapat menjalankan kegiatan pemanfaatan limbah non B3 secara maksimal.



Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bagian latar belakang, maka beberapa rumusan masalah dalam laporan ini, yaitu :

- 1) Bagaimana deskripsi CSR di PT KPI Unit Plaju?
- 2) Bagaimana Peran Komunikasi CSR dalam pada program Mari Berkreasi padan kegiatan Limbah Non B3 untuk meningkatkan citra CSR PT KPI Unit Plaju?
- 3) Apa hambatan dan solusi yang dihadapi CSR dalam kegiatan limbah non B3 untuk meningkatkan citra CSR PT KPI Unit Plaju?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka laporan akhir ini bertujuan untuk:

- 1) Menjelaskan deskripsi CSR PT KPI Unit Plaju.
- 2) Menjelaskan peran komunikasi CSR dalam kegiatan Limbah Non B3 untuk meningkatkan citra CSR PT KPI Unit Plaju .
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi CSR dalam kegiatan Limbah Non B3 untuk meningkatkan citra CSR PT KPI Unit Plaju



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk penulisan Laporan Akhir ini diperoleh pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT KPI Unit Plaju Palembang yaitu perusahaan Kilang Minyak Internasional yang beralamat di PT KPI Unit Plaju terletak di Jl. Beringin No. 1, Kompleks Pertamina Plaju, Kecamatan Plaju, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Kilang ini luasnya 258 hektare (ha) (Area Plaju) dan mencakup Unit Operasi, Ruang Pusat Pengendali Kilang, Area Tangki Umpan dan Produk, serta Gedung Perkantoran. PT KPI Unit Plaju juga memiliki dan mengelola pelabuhan yang telah terstandarisasi ISPS *code*. Wilayah kerja PT KPI Unit Plaju di Kota Palembang yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan.

Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama 48 hari terhitung mulai tanggal 3 februari 2022 hingga 7 april 2022. Pengumpulan data disesuaikan dengan jam kerja pada hari Senin sampai Jumat dengan lama waktu kurang lebih delapan jam per hari mulai dari pukul 07.00 sampai dengan pukul 17.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data adalah sumber informasi yang digunakan untuk menjawab suatu permasalahan. Terdapat dua jenis data yang dapat digunakan untuk laporan akhir ini, yaitu data primer dan data sekunder: