



KOMUNIKASI KONTEMPORER DAN MASYARAKAT



Editor:
Wulan Purnama Sari
Lydia Irena

Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat

Editor:
Wulan Purnama Sari
Lydia Irena

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

KOMUNIKASI KONTEMPORER DAN MASYARAKAT

Wulan Purnama Sari dan Lydia Irena (ed.)

GM 619222045

© Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Gedung Gramedia Blok I, Lt. 5

Jl. Palmerah Barat 29-37, Jakarta 10270

Desain Isi: Fajarianto

Desain sampul: Agustinus Purwanto

Diterbitkan pertama kali oleh

Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

anggota IKAPI, Jakarta, 2019

www.gpu.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian

atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-602-06-3681-8

ISBN Digital: 978-602-06-3682-5

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab Percetakan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

xi

PROLOG

xiii

KOMUNIKASI DIGITAL

Motif Penggunaan *Cyber Account* di Media Sosial Twitter
(Studi Deskriptif pada Pengikut Akun *Autobase @tanya2rl*)

2

Rika Budianti dan Nofha Rina

Pengembangan Proses Pembelajaran SMK Melalui *New Media*
di Kota Bengkulu

13

Andy Makhrian

Media Sosial dan Panggung Dramaturgi

22

Ester Krisnawati

Asosiasi Motif Informasi dan Kepuasan Informasi dalam
Menggunakan Media Televisi dan YouTube di Kalangan Remaja

35

Rizca Haqqu

Efektivitas <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC) Media <i>Online</i> Google Classroom sebagai Sumber Pembelajaran bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Guntur Pradana, Dyah Pithaloka, dan Yudi Daherman	42
Instagram sebagai Media Komunikasi Strategis Polusi Udara Jakarta Yanuar Luqman dan Lukki Lukitawati	50
Strategi Komunikasi Pemanfaatan Komunikasi Digital dalam Pembayaran Pajak di Kota Bekasi Sudira	61
Podcast <i>Reborn</i> di Era Milenial Farid Rusdi	73
Peran Media Baru pada Humas Perguruan Tinggi Septia Winduwati	80

KOMUNIKASI KONTEMPORER

TV Sosial: Televisi dan Media Sosial Mohammad Gafar Yoedtadi	92
#terorisjancok: Media Siber Daerah dan Jurnalisme Keberagaman Ahmad Junaidi, Eko Harry Susanto, dan Farid Rusdi	106
Bahasa Perempuan dalam Jurnalisme Sastra Sisca Verizca Hadiani dan Winda Primasari	115

Komunikasi Transnasional dalam Kajian Ekonomi Politik Pers Asing di Indonesia Roswita Oktavianti	126
Pemanfaatan Teknologi Komunikasi dalam Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Daerah Dennis Akbar Satrio dan F.B. Priagung Wibowo	139
Media Zaman <i>Now</i> : Masyarakat Satu Dimensi Yudi Daherman dan Fatmawati	147
Kompetensi Komunikasi Pengawas Pemilu pada Pilkada Riau 2018 Fatmawati Moekahar dan Yudi Daherman	156
Komunikasi yang Dimediasi Komputer sebagai Fungsi dalam Pola Komunikasi Keluarga pada Mahasiswa Maulana Rezi Ramadhana dan Amalia Barezky Kartini	164
<i>Homo Algoritmus</i> dan Kemurungan Eksistensi Manusia Nigar Pandrianto	176

INDUSTRI KREATIF KOMUNIKASI

Komunikasi Digital Industri Kreatif pada Milenial Tionghoa Sinta Paramita, Lydia Irena, dan Widayatmoko	188
Penggunaan Aplikasi E-Tanee pada Pedagang Bahan Makanan Organik di Pasar Tradisional Desa Cipanas Maylanny Christin, Syarifuddin, dan Cindy Hermawan	198

Membidik Generasi 4.0 sebagai Agen Perubahan dalam Jaringan Komunikasi Pembangunan Tatik Yuniarti dan Hamluddin	209
Komunikasi Lingkungan untuk Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Mengelola Sampah Innocentia Magda Widya Putri dan Christiana Wulandari	219
Konstruksi Sosial Dongeng Sunda di Radio SMS 101.7 FM Sukabumi Oki Achmad Ismail	228
Pengaruh <i>Co-Branding</i> OVO dalam Program “Naik Grab Ke Mana Aja, Cuma Bayar Rp1” terhadap Respons Konsumen Dicky Febriyan Putra dan Itca Istia Wahyuni	236
Strategi Komunikasi Radio Pekanbaru 89.2 FM dalam Memikat Audiens di Kecamatan Sukajadi Idawati	252
Pemanfaatan <i>Influencer</i> sebagai Sarana Komunikasi Merek dengan Generasi Milenial Diah Ayu Candraningrum dan Ahmad Junaidi	262

KOMUNIKASI LINGKUNGAN

Dunia Simbolis Lingkungan Abdi Dalem Wulan Purnama Sari dan Gregorius Genep Sukendro	276
Kearifan Lokal dalam Rekonsiliasi Konflik Sektarian di Ambon dan Poso Suzy Azcharie	286

Kerusakan Lingkungan dan Upaya Mengedepankan Komunikasi Lingkungan Eko Harry Susanto	294
Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas Konsumen Go-Jek Sisca Aulia dan Adhi Gurmilang	306
Interaksi dan Hubungan Parasosial Fans Grup K-Pop pada Usia Remaja Akhir dan Dewasa Novaria Maulina dan Nurly Meilinda	314
Menggagas Jurnalisme Lingkungan Dwi Aji Budiman	323
Memahami Multikulturalisme Orang Betawi: Modal Kultural untuk Efektivitas Komunikasi Antarbudaya Masa Kini Halimatussadiyah	331
Dinamika Komunikasi Internal dan Kinerja Karyawan Generasi Z di <i>Tech Company</i> Lydia Irena	343
Aktivitas sebagai <i>Corporate Sosial Responsibility Community Development</i> PT RAPP Muhd Ar. Imam Riauan, Elsi Amdes, Cutra Aslinda, Eka Fitri Qurniawati, dan Abdul Aziz	351
Komunikasi dan Peran Pemimpin Adat dalam Menjaga Tradisi pada Masyarakat Suku Baduy Yugih Setyanto, Septia Winduwati, dan Paula T. Anggarina	361

Kebijakan Publik Berbasis Lingkungan sebagai Sebuah Strategi Komunikasi Persuasif Pemberdayaan Masyarakat Herlyn Djunina dan Patricia Yuningsi Ekaswati	370
Analisis Makna Simbolis Tari Kreasi Ritual "Soja" dalam Tabot Provinsi Bengkulu Aldila Vidianingtyas Utami dan Heri Supriyanto	380
Keakraban sebagai Kunci Manajemen Komunikasi Internal Lusia Savitri Setyo Utami	388
<i>Climate Change Communication: Tantangan dan Peluang</i> Verani Indiarma dan Eka Vuspa Sari	397
Audit Komunikasi Kampanye "Program Perhutanan Sosial" The Asia Foundation Indonesia Ni Made Andayani Pratiwi dan Azizun Kurnia Illahi	406
Mengkritisi Ideologi Provokasi Kepedulian Lingkungan Doddy Salman	414
Kajian Komunikasi Risiko dalam Aktivitas Komunitas Petani Organik Pupung Arifin	421
Komunikasi Kontemporer <i>Vis-à-vis</i> Mistik Jawa Gregorius Genep Sukendro	435

KATA PENGANTAR

Didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi, Indonesia saat ini berada di era digital. Informasi sangat mudah beredar nyaris tanpa batas ruang dan waktu. Kecepatan arus informasi ini menyebabkan kehidupan masyarakat semakin dinamis dan semarak. Namun, era digital juga membawa berbagai persoalan baru. Teknologi memungkinkan berbagai pihak untuk menyebarkan informasi tanpa menunjukkan identitas yang sesungguhnya. Kondisi ini menciptakan ladang subur bagi tumbuhnya beragam informasi menyimpang seperti berita bohong atau hoaks.

Kondisi ini menjadi tantangan karena di satu sisi masyarakat kontemporer diterpa arus informasi yang demikian cepat dan masif, di sisi lain mereka yang berpartisipasi dalam lalu lintas komunikasi digital harus tetap memiliki kepekaan nurani. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas manusia komunikasi menjadi kata kunci era digital yang dihadapi masyarakat kontemporer.

Kualitas manusia komunikasi merupakan fokus Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara (Fikom Utara). Oleh karena itu, Fikom Utara mengembangkan pendidikan tinggi bidang komunikasi didasari nilai humanis, *entrepreneurship*, profesionalisme, dan integritas. Kontribusi Fikom Utara dalam membangun manusia komunikasi yang berkualitas juga dilakukan melalui Konferensi Nasional Komunikasi Humanis 2019 (KNKH 2019), suatu forum yang menghimpun berbagai pemikiran mengenai komunikasi masyarakat kontemporer. Buah pikir para narasumber dalam konferensi tersebut dihimpun dalam buku ini, dengan harapan dapat menjadi salah satu acuan bagi studi komunikasi maupun bagi masyarakat luas.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih pada seluruh peserta KNKH 2019 yang telah berkontribusi pada kegiatan ini. Semoga karya yang dihasilkan dapat memberi pencerahan. Penghargaan juga diberikan kepada Rektor dan jajaran pimpinan Untar, para pimpinan universitas yang menjadi mitra, serta sponsor yang telah membantu terselenggaranya KNKH 2019.

Semoga buku ini bisa memberikan manfaat bagi perkembangan komunikasi di Indonesia, baik sebagai ilmu pengetahuan maupun sebagai praktik masyarakat kontemporer.

Dekan Fikom Universitas Tarumanagara

Dr. Riris Loisa, M.Si.

PROLOG

Buku ini merupakan antologi tulisan yang dihasilkan dari Konferensi Nasional Komunikasi Humanis (KNKH) 2019, yang diadakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Buku ini kami bidani karena kami percaya bahwa persoalan-persoalan komunikasi kontemporer yang ternyata kian pelik tidak boleh hanya menjadi bahan diskusi di ruang konferensi, tetapi juga harus dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas.

Penyelenggaraan KNKH 2019 ini merupakan kali kedua. Sebelumnya acara yang sama digelar pada November 2018. KNKH bukanlah sekadar konferensi yang mempertemukan akademisi, praktisi, dan insan komunikasi lainnya, melainkan juga sebuah ruang untuk berefleksi dan menggugatdiri.

Refleksi dan gugatan ini perlu dilakukan oleh insan-insan komunikasi agar tak jemawa karena berbagai persoalan komunikasi masih ada di depan kita. Pertanyaannya, apakah kita sudah dapat menghasilkan pemikiran solutif? Apakah refleksi kita sudah membuka jalan dalam keruwetan persoalan sosial yang ternyata berpangkal pada masalah komunikasi? Kita sendirilah yang dapat menjawabnya.

Akhir kata, perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh peserta KNKH 2019 atas partisipasinya, serta segenap panitia KNKH 2019, karyawan, dosen, dan pimpinan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara yang telah memungkinkan gagasan penerbitan buku ini menjadi kenyataan.

Ketua Pelaksana KNKH 2019

AKTIVITAS SEBAGAI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNITY DEVELOPMENT PT RAPP

**Muhd Ar. Imam Riauan, Elsi Amdes,
Cutra Aslinda, Eka Fitri Qurniawati, dan
Abdul Aziz**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

**imamriauan@comm.uir.ac.id, amdeselsy@gmail.com,
cutraaslinda@comm.uir.ac.id, ekafitri_qw@comm.uir.ac.id,
abdulaziz@comm.uir.ac.id**

Pendahuluan

Semakin besar sebuah perusahaan, semakin kompleks tugas serta permasalahan yang dihadapi. Lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal, sangat berpengaruh terhadap kinerja dan juga eksistensi sebuah perusahaan. Untuk itu, diperlukan *Public Relations* (PR) dalam membangun sebuah komunikasi dan hubungan yang baik antara pihak-pihak yang terkait langsung dan perusahaan (Medina, 2013). PR bertanggung jawab menjalin komunikasi antara pihak perusahaan dan para pemangku kepentingan sebagai publik yang berkepentingan terhadap jalannya organisasi sebuah perusahaan. Komunikasi tersebut dilakukan untuk menciptakan hubungan baik antara perusahaan dan pihak lain, baik di lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan.

International Public Relations association (IPRA) dalam Herimanto (2007) menjelaskan bahwa PR adalah fungsi manajemen yang khas, yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publik mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam permasalahan yang dihadapi; membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik; menerapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu mendahului kecenderungan; dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Aktivitas PR dilakukan untuk membantu perusahaan dalam menjalin komunikasi dengan publik. Komunikasi yang baik sangat berperan dalam pembentukan hubungan yang baik antara perusahaan dan publik. PR officer menjadi jembatan bagi perusahaan dalam berkomunikasi

sehingga tercipta komunikasi efektif antara perusahaan dan publik. Hal ini menjadi modal penting bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Salah satu upaya *public relations* yang dilakukan untuk menjalin hubungan baik dengan lingkungan perusahaan adalah melakukan aktivitas *community development* (CD). Aktivitas CD dilakukan sebagai wujud tanggung jawab sosial kepada masyarakat di lingkungan perusahaan.

Aktivitas CD juga dilakukan untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin dapat timbul ketika perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya. Perusahaan wajib bertanggung jawab atas masyarakat di lingkungan perusahaan. Hal ini sesuai dengan UU No. 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang perseroan terbatas yang menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik dari perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Riau Andalan Pulp and Paper (PT RAPP) merupakan salah satu perusahaan beraktivitas di Provinsi Riau. PT RAPP memiliki konsep 3P sebagai *triple bottom line*, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Keuangan, sosial, dan aspek lingkungan merupakan kunci dari pembangunan berkelanjutan. PT RAPP menyadari bahwa keberlanjutan dari bisnis perusahaannya tidak hanya dilihat dari aspek besarnya *profit* yang didapat, tetapi juga kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Hal inilah yang melatarbelakangi terbentuknya departemen khusus yang menangani pemberdayaan masyarakat, yaitu *community development* (CD).

Salah satu program CD yang dilakukan adalah program pembangunan ekonomi berkelanjutan di Kabupaten Pelalawan sebagai daerah utama tempat berjalannya aktivitas usaha PT RAPP. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas CD PT RAPP dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan di Kabupaten Pelalawan. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul aktivitas *community development* PT RAPP dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Pembahasan

PT Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) merupakan salah satu perusahaan *pulp* (bubur kertas) dan *paper* (kertas) terbesar di Indonesia dengan kapasitas hasil produksi bubur kertas mencapai dua juta ton per tahun, sedangkan hasil produksi kertas mencapai 350.000 ton per tahun (sumber dokumen RAPP). PT Riau Andalan Pulp And Paper telah beroperasi di Provinsi Riau sejak 1992 dan mulai berproduksi pada 1995. Lokasinya ada di Desa Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan.

Perusahaan ini menjadi lokomotif ekonomi di Kabupaten Pelalawan dan sekitarnya. Perusahaan telah ikut mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, membuka lapangan kerja, menciptakan banyak perusahaan *supplier*, industri, dan jasa lain yang menunjang kegiatan pokok perusahaan. RAPP mampu menyadari arti pentingnya kehadiran masyarakat sekitar sebagai pihak yang mempunyai hubungan dekat dengan perusahaan. Maka, sudah sewajarnya RAPP memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat.

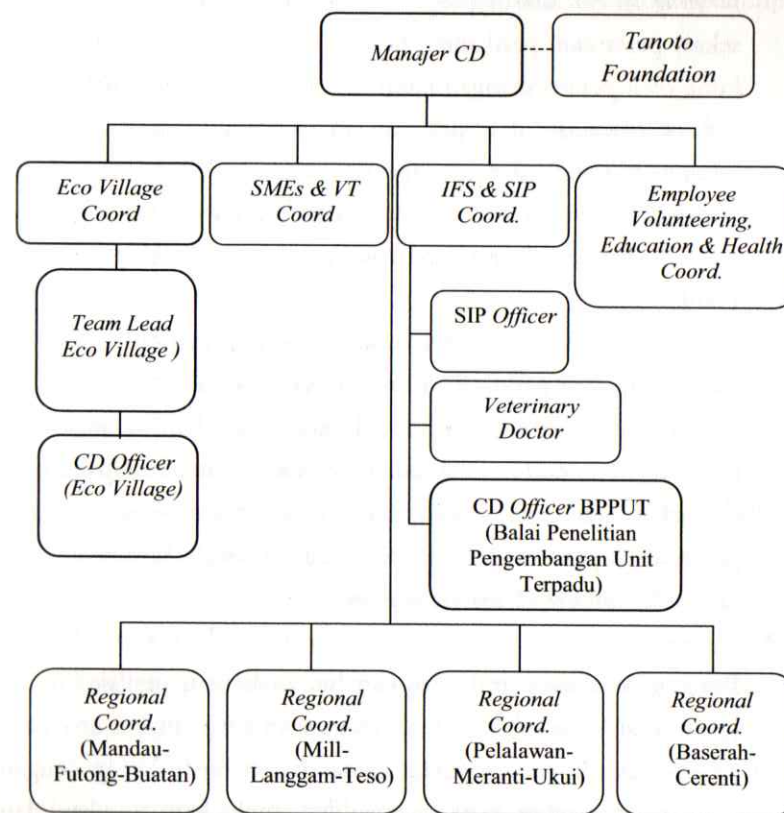
Dampak negatif juga tidak bisa disangkal, yaitu terganggunya kelangsungan hidup masyarakat seperti pencemaran dan polusi udara yang ditimbulkan oleh pabrik. Bahkan, kawasan hutan makin rusak disebabkan oleh Hutan Tanaman Industri (HTI) makin meluas (sumber wawancara CD RAPP). UU No. 41 Tahun 1999 pasal 50 pada bagian satu menjelaskan bahwa setiap orang dilarang merusak prasarana dan sarana perlindungan hutan dan pada bagian dua menjelaskan bahwa setiap orang yang diberi izin usaha pemanfaatan kawasan, izin usaha pemanfaatan jasa lingkungan, izin usaha pemanfaatan hasil hutan kayu dan bukan kayu, dilarang melakukan kegiatan yang menimbulkan kerusakan hutan.

Untuk mengurangi dampak negatif tersebut, diadakan kegiatan pengembangan masyarakat atau *community development* (CD). Aktivitas CD dilakukan oleh Manajer CD yang berkoordinasi langsung dengan Tanoto Fondation sebagai yayasan sosial yang dibangun oleh pendiri PT RAPP. Manajer CD dibantu oleh empat orang koordinator yang masing-masing bertanggung jawab atas tujuh program CD dan mengoordinasi-

nasikan empat koordinator sektor. Tiap koordinator bertanggung jawab untuk memastikan program CD berjalan tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

CD Departemen terbagi menjadi empat sektor, yaitu sektor ekonomi: program sistem pertanian terpadu, program usaha kecil dan menengah, dan *vocational training*; sektor sosial: sosial infrastruktur program dan *employee volunteering*; sektor pendidikan: beasiswa, beasiswa ikatan dinas, pelatihan guru, bantuan peralatan pendidikan, dan pelatihan peningkatan kapasitas untuk siswa; sektor kesehatan masyarakat: sunatan, penyuluhan kesehatan, dan pengembangan posyandu.

Gambar 2 *Organization Chart Community Development Department*



Menurut Hasim dan Remiswal (2009), CD merupakan salah satu metode pekerjaan sosial yang melibatkan partisipasi aktif komunitas, terutama komunitas lokal, dalam memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapinya dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia di dalamnya.

Bentuk-bentuk program CD PT Riau Andalan Pulp and Paper adalah sebagai berikut:

1. Ekonomi

Tujuan pembangunan ekonomi adalah meningkatkan pendapatan warga desa. Program yang dikembangkan dalam bidang ekonomi ini adalah program sistem pertanian terpadu atau *integrated farming system* (IFS). Program sistem pertanian terpadu atau *integrated farming system* adalah program yang mengintegrasikan sub-sub sektor pertanian, perikanan, peternakan, perkebunan serta didukung oleh pengembangan pasar dan industri rumah tangga. Dalam perencanaan dan pelaksanaan, program sistem pertanian terpadu disesuaikan dengan potensi wilayah dan orientasi pasar. Bentuk aplikasi di lapangan adalah pendampingan dan penguatan kapasitas kelompok sasaran dengan pendekatan partisipatif.

2. Pendidikan

Sektor pendidikan merupakan salah satu fokus perhatian perusahaan mengingat pendidikan merupakan tolak ukur kemajuan suatu bangsa. Di sekitar operasional perusahaan, banyak anak yang putus sekolah karena tidak ada biaya dari orangtua. Upaya yang dilakukan adalah meningkatkan aktivitas belajar-mengajar bagi pendidikan prasekolah, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, dan Sekolah Menengah Atas.

3. Kesehatan

Program kesehatan ini bertujuan meningkatkan perilaku hidup sehat warga desa Teluk Binjai, khususnya yang tinggal di sepanjang sungai. Targetnya adalah menaikkan harapan hidup dengan budaya hidup sehat, serta menurunkan angka kematian bayi dan ibu hamil dan menyusui. Pada program kesehatan ini, masyara-

kat desa tidak hanya diberi bantuan kesehatan, tetapi juga diajari bagaimana cara merawat lingkungan sekitar dan memperhatikan perkembangan bayi mereka. Semua itu dilakukan agar masyarakat selalu memperhatikan kesehatan mereka.

4. Infrastruktur

Program infrastruktur bertujuan untuk mendukung lancarnya pelaksanaan program pengembangan pemenuhan kebutuhan sosial-ekonomi dari aspek prasarana dasar. Sasarannya adalah lokasi komunitas penerima manfaat program pengembangan sosial-ekonomi yang dalam program ini disebut "mitra kerja". Pembangunan dibagi menjadi tiga aspek, yaitu pembangunan fisik berupa bangunan fisik sebagai sarana kepentingan umum, penghijauan untuk keperluan konservasi dan keasrian, dan sarana penunjang sektor kesehatan.

5. Interaksi Sosial

Program interaksi sosial bertujuan untuk menjalin hubungan sosial interaktif antara perusahaan, masyarakat, dan pemerintah. Bentuk kegiatannya adalah kerja bakti (*voluntary work*) antara warga dan warga lain dalam satu komunitas tertentu, warga desa dan karyawan, serta warga desa, karyawan, dan pegawai negeri sipil atau aparat. Salah satu bentuk kegiatannya adalah kegiatan pelatihan kepemudaan. Tujuan dari pelatihan ini adalah agar organisasi pemuda dapat menjadi organisasi yang mengedepankan keterbukaan dan kebersamaan. Latar belakang kegiatan ini adalah kesadaran bahwa pemuda adalah generasi yang memelopori berbagai kegiatan. Diharapkan organisasi pemuda dapat menjadi muara atau pusat kegiatan positif bagi masyarakat dan sekitarnya.

6. Penguatan Kelembagaan

Program penguatan kelembagaan bertujuan terorganisasikannya mitra kerja yang menjamin efektivitas dan keberlanjutan program CD RAPP. Pelaksanaannya terjadi dalam pengelolaan program tingkat desa berupa lembaga pemberdayaan dan masyarakat desa, yaitu forum komunitas masyarakat. Pendampingan yang dilaku-

kan adalah kegiatan sekolah lapangan, khususnya untuk peningkatan tanaman hortikultura, yaitu semangka, cabai, dan nanas. Bagi petani atau mitra yang mengembangkan tanaman hortikultura, pola pembinaan dalam permodalan dilakukan dengan cara memberikan pinjaman kepada petani dengan pola pengembalian setelah panen dan kenaikan bunga sesuai dengan kesepakatan pengurus dan seluruh anggota, yaitu 10%.

Tabel 1 Program *Community Development* RAPP

No	Nama Program	Keterangan
1.	Ekonomi	<i>Integrated Farming System, Small Medium Enterprise.</i>
2.	Pendidikan	Pendidikan formal, nonformal, dan informal.
3.	Kesehatan	Prasarana layanan kesehatan, pengadaan apotek hidup.
4.	Infrastruktur	Sarana penunjang sektor ekonomi, kesehatan, dan penghijauan.
5.	Interaksi Sosial	Kerja bakti antara warga dan warga, warga dan karyawan, serta warga desa, karyawan, dan pegawai negeri sipil maupun aparat.
6.	Kelembagaan	Unit pengembangan ekonomi, unit pengelola prasana sosial dasar, unit pengelola keuangan, dan lembaga pengembangan swadaya masyarakat desa.

Sumber: Aktivitas *Community Development* RAPP 2011

Berdasarkan tabel tersebut dapat kita pahami bahwa aktivitas CD PT RAPP dilakukan dalam enam aspek pembangunan yang meliputi pembangunan ekonomi, pendidikan, kesehatan, infrastruktur, interaksi sosial, dan kelembagaan.

Penutup

Program *community development* PT RAPP dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) masyarakat di lingkungan PT RAPP. Program ini dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat dengan mengembangkan sumber daya alam yang ada dengan bertanggung jawab. Program *community development*

PT RAAP berfokus pada enam sektor pembangunan yang terdiri dari sektor ekonomi, pendidikan, kesehatan, infrastruktur, interaksi sosial, dan kelembagaan. Enam sektor pembangunan tersebut melingkupi sektor pembangunan dalam aktivitas *community development* dalam ruang lingkup program *community development*, yaitu *community relations*, *community service*, dan *community empowering*.

PT RAPP memiliki konsep 3-P (*profit, people, planet*) sebagai *triple bottom line*. Aspek keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan kunci dari pembangunan berkelanjutan. PT RAPP menyadari bahwa keberlanjutan dari bisnis perusahaannya tidak hanya dilihat dari *profit* yang didapat, tetapi juga kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Hal inilah yang melatarbelakangi terbentuknya departemen khusus yang menangani pemberdayaan masyarakat yang dikenal dengan sebutan *community development* (CD).

Daftar Pustaka

- Alfitri. (2011). *Community Development: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Hasim dan Remiswal. (2009). *Community Development Berbasis Ekosistem*. Jakarta: Diadit Media.
- Herimanto Bambang, Assumpta Rumanti dan Introjiono. (2007). *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta Printing.
- Liliweri, (2011). *Dasar-Dasar Komunikasi Humas*. Bandung: Citra Aditia Bakti.
- Ife, Jim dan Frans Tesoriero. (2008). *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. (Sastrawan Manulang, dkk. Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Iriantara, Yosol. (2010). *Community Relations Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. Lexy. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarninimen. (2012). *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rudito, Bambang dan Famiola, Melia. (2007). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Suhandang, Kustadi, (2004). *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Nusanantara.
- Strauss, Anselm dan Colbin, Juliet. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Preda Media Grup.
- Zubaedi. (2007). *Wacana Pembangunan Alternatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzza Media, Yogyakarta.