

## Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program “PLN PEDULI”

Siti Qonaah  
Akademi Komunikasi BSI Jakarta  
e-mail: [siti.sqa@bsi.ac.id](mailto:siti.sqa@bsi.ac.id)

---

**Cara Sitasi:** Qonaah, S. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program “PLN PEDULI.” *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 46–52.

---

**Abstract** - *community empowerment and environment with the theme "PLN Peduli" is an implementation of Corporate Social Responsibility program implemented by PT PLN Year 2017. This Corporate Social Responsibility Program utilizes good management system and environment which is developing pandansari tourism village through community empowerment and development of natural resources potency in Pandansari Batang Central Java . This study aims to determine the Implementation of Corporate Social Responsibility PT PLN distribution of central java In Community Empowerment and Environment Through Program "PLN Peduli" (Case Study On CSR Program PT PLN disibution of central Java Through "Community Empowerment and Environment in Deswita Pandansari District Batang Central Java) In this research, the researcher uses qualitative approach and a case study, as a research method which gives an idea that "PLN Peduli" is part of corporate social responsibility community empowerment and environment in Pandansari Batang Central Java. thus the corporate social responsibility program with the theme of "PLN Peduli" through the empowerment of society and the Environment can improve the welfare of the community and the management community*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Community Empowerment*

### PENDAHULUAN

Urbanisasi yang merupakan salah satu permasalahan dinegara berkembang seperti Indonesia yang saat ini masih menghadapi masalah kesenjangan antara kota dan desa. Tingginya tingkat urbanisasi masyarakat pedesaan dapat mengakibatkan kurangnya pemanfaatan sumber daya alam yang terdapat di desa. Data yang diperoleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil DKI Jakarta menyebutkan, setelah Lebaran 2017 pendatang baru ke Jakarta sebanyak 70.752 orang. Dibandingkan pendatang saat Lebaran 2016, tahun ini jumlahnya naik 2,89% atau 68.763 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kota masih menjadi tempat arus perpindahan penduduk yang masih diminati masyarakat pedesaan. Kota merupakan pusat pertumbuhan dan aktivitas ekonomi dengan daya dukung ekonomi dan desa belum mampu menciptakan dan menumbuhkan aktivitas ekonomi yang mencukupi sehingga mendorong masyarakat desa pergi ke kota untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Dalam UU Nomor 6/2014 tentang Desa dapat mencapai tujuan utamanya: “mengurangi kemiskinan, mengurangi kesenjangan desa-kota, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di pedesaan”

Desa Wisata (Deswita) Pandansari yang terletak di Kecamatan Warungasem, Kabupaten Batang, Jawa Tengah yang sebelumnya hanya menawarkan obyek wisata pemandangan alam dan belum memanfaatkan sistem serta tata pengelolaan yang baik dan berwawasan lingkungan.

Untuk mengatasi permasalahan urbanisasi dan serta belum adanya pemanfaatan sumber daya alam yang baik PT PLN Distribusi Jawa Tengah melalui program Corporate Sosial Responsibility “PLN Peduli” mendukung program pemerintah untuk Pemberdayaan masyarakat dan lingkungan melalui pengembangan Desa Wisata Pandansari di Kabupaten Batang Jawa Tengah. Corporate social Responsibility merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan terbatas (UUPT) yang terbaru yakni UU no 40 tahun 2007. Melalui undang-undang ini, Industri atau koprasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan

sosial kualitas hidup masyarakat. Bentuk kepedulian melalui program CSR yang dimaksudkan sebagai proses komunikasi orang-orang atau perusahaan terhadap lingkungannya, dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) pertukaran informasi (3) menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2005).

Dan Sesuai dengan visi dan misi PT PLN Peduli yaitu PLN Berperan aktif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan jalan program *Community Empowering dan* berperan aktif dalam menjaga kesinambungan lingkungan melalui pelestarian alam. Impelementasi Corporate Social responsibility yang dilaksanakan pada bulan September 2017 berupa pengembangan Desa Wisata Pandansari ini atas kerja sama yang baik antara PT PLN distribusi Jawa Tengah, Kementerian Pariwisata serta komunitas masyarakat Dengan adanya pengembangan Desa Wisata Pandansari, masyarakat mulai sadar dan mulai memanfaatkan sistem dan tata pengelolaan yang baik dan berwawasan lingkungan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi pada penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2006: 66) “metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis”.

Mulyana (2001:201) study kasus periset bertujuan “Memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Karena itu study kasus memiliki ciri:

1. *Partikularistik* : artinya studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu
2. *Deskriptif*. Hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topic yang dipilih
3. *Heuristic* metode study kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti, interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. *Induktif* Study kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan kedalam konsep atau teori.

Data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis kemudian di tarik kesimpulan.

Pawito (2008:102) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretative tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu, disini dikandung arti bahwa temuan apapun yang di hasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang di amati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunikasi kualitatif.

Metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam Ruslan (2010:215) “diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistic” Moleong (2002:11) mengemukakan bahwa “salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut”.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi. Observasi menurut (Djaelani,2013) Observasi berasal dari kata observation yang berarti pengamatan. Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang diteliti. Kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Lebih lanjut dijelaskan Observasi atau pengamatan dapat dilaksanakan dengan bantuan alat pengamatan yang berupa, daftar cek, tabel sosiometri, catatan lapangan, jurnal harian, alat perekam elektronik dan format lainnya.

Teknik Wawancara. Menurut Sugiyono (2010:194), Pengertian wawancara sebagai berikut: Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Studi Pustaka menurut (Gunawan:2016) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari peraturan-peraturan, buku-buku referensi, laporan-laporan,

majalah-majalah, jurnal-jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.

Dokumentasi (Ningrum: 2015) dalam Hamidi Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Data yang diperoleh peneliti dalam penulisan melalui observasi dengan mengamati mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh PLN distribusi jawa tengah dengan mendapatkan bantuan dari alat pengamatan berupa pemberitaan di media online, Hasil wawancara berupa hasil pernyataan yang disampaikan oleh Manager Bidang Komunikasi Hukum Administrasi PLN Distribusi Jateng dan Yogyakarta, Audi Royke Damal, dan bupati Batang Wihaji, S.Ag kemudian Study pustaka dengan menggunakan buku, jurnal atau sumber tertulis dan dokumentasi berupa gambar atau foto mengenai implementasi Corporate social responsibility PLN Distribusi Jawa Tengah

### Corporate Sosial Responsibility

Kotler & Nancy (2005:4) corporate social responsibility (CSR) adalah: “komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebgaiain sumber daya perusahaan”. Wibisono (2007:8) CSR di definisikan sebagai “tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple botton line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan). Tanggung jawab sosial di artikan sebagai berikut: “merupakan kontribusi dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya”. (csr review: 2007)

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud corporate social responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan berkelanjutan serta memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan.

### Manfaat Corporate Social Responsibility

Agar Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan secara terus menerus, Perusahaan harus sudah menggunakan *Prinsip Triple Botton Line* yang berpijak pada pemikiran bahwa selain

mengejar keuntungan, perusahaan juga harus melihat sisi kesejahteraan lingkungan atau dikenal dengan istilah 3 P (profit, People, Planet) Wibisono (2007; 32) menyatakan bahwa “perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3 P”. yaitu:

1. *Profit* (keuntungan) setiap perusahaan pasti akan berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.
2. *People* (masyarakat) masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat di perlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk mempekokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi.
3. *Planet* (lingkungan) Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Wibisono (2007;78) menyatakan, “tiga alasan mengapa kalangan dunia mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya” antara lain :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Dan juga untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat
- c. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau menghindari konflik.

Lebih lanjut Wibisono (2007:84) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program corporate social responsibility: yaitu:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan
- b. Layak mendapatkan *social license to operate* masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan, oleh karena itu pelaksanaan program corporate social responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholder perlu mendapat perhatian.
- d. Melebarkan akses daya. Track record yang baik dalam pengelolaan corporate social

responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu meluluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

- e. Membentangkan akses menuju market
- f. Mereduksi biaya
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

### ***Bidang Program Tanggung Jawab Social corporate***

Menurut Iriantara (2007:61) bahwa “kita bisa melihat bagaimana ruang lingkup tugas yang bisa di jalankan seorang staff atau praktisi public relations dalam konteks tanggung jawab korporat dengan melihat bidang-bidang program tanggung jawab sosial”, bidang programnya antara lain.

- a. Komunitas dan masyarakat dengan memperkerjakan tenaga local, program pengembangan masyarakat
- b. Program-program karyawan seperti keberagaman di tempat bekerja (khusus dalam manajemen) dengan partisipasi dalam pengambilan keputusan
- c. Program penangan pelanggan/produk seperti program pelabelan – komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan

Lebih lanjut Iriantara (2007:61) menyatakan, Kegiatan-kegiatan tanggung jawab social corporate antara lain:

- a. Memfasilitasi, melalui pemberian intensif bagi perusahaan untuk terlibat dalam agenda-agenda tanggung jawab sosial yang mendorong perbaikan sosial dan lingkungan
- b. Kemitraan, dengan mengembangkan kemitraan strategis antara pemerintah perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks
- c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan tentang hal arti penting kebersihan dan kesehatan

### **Pemberdayaan Masyarakat**

Zakiah menyatakan (2010:44) “Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya.”

Sutoro eko, 2002 menyatakan “Pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan kekuatan penekan segala bidang dan sektor kehidupan” Permendagri RI nomor 7 tahun 2007 pasal 11 ayat 8 tentang kader pemberdayaan masyarakat adalah “suatu strategy yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan masyarakat berbangsa dan bernegara”. Tujuan dari pemberdayaan menurut Hamidah (2005 59-60) adalah “menuju pada keadaan atau hasil yang ingin, dicapai oleh lembaga social yaitu masyarakat yang berdaya memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik bersifat fisik, ekonomi, maupun social seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan inspirasi, memiliki mata pencaharian dan berpartisipasi dalam kegiatan social. Huraerah, (2008;87) mengatakan bahwa “pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dalam bingkai usaha memperkuat apa yang lazim disebut community self-reliance atau kemandirian”.

### **Pemberdayaan lingkungan**

Pemberdayaan menurut Sukalele (2014) adalah “upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.”

Imansyah (2009) pemberdayaan lingkungan adalah “timbulnya kesadaran bahwa, mereka paham akan haknya atas lingkungan hidup yang baik dan sehat serta sanggup menjalankan kewajiban dan tanggung jawab untuk tercapainya kualitas lingkungan hidup yang dituntutnya”.

### **PEMBAHASAN**

PT PLN Distribusi Jawa Tengah berperan aktif terhadap masyarakat dan lingkungan melalui program Corporat Social Responsibility “PLN Peduli” yang berkerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan komunitas di Pandansari Kabupaten Batang Jawa Tengah dengan mewujudkan Deswita Pandansari Kabupaten Batang Jawa Tengah. Peresmian Program Bina Lingkungan Unggulan PT PLN berupa Deswita Pandasari Batang Jawa tengah dilaksanakan pada tanggal 5 September 2017 diresmikan secara langsung oleh Bupati Batang, H. Wihaji, S.Ag., M.Pd, serta General Manager PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY, yang diwakili oleh Manager Bidang Komunikasi Hukum Administrasi, Audi Royke Damal, Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kab Batang,

Bambang Supriyanto; Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika, Abdul Naser; Kepala Dinas Lingkungan Hidup, Koko Tetuko; Danramil, Kapten Inf Hari Santoso; Kapolsek Warung Asem, AKP Ahmad Almunasifi; Camat; Kepala Desa; serta Tokoh masyarakat di Desa Pandansari. Desa Wisata (Deswita) Pandansari yang terletak di Kec. Warungasem, Kab. Batang, Jawa Tengah yang pada awalnya hanya menawarkan obyek wisata pemandangan alam, Dalam Pengembangan Desa Wisata Pandansari, masyarakat mulai sadar dan mulai memanfaatkan sistem dan tata pengelolaan yang baik dan berwawasan lingkungan. Salah satu kegiatan yang sudah mulai dikembangkan yaitu pemanfaatan sungai irigasi alami yang digunakan untuk wisata tubing, rafting, outbound anak dan dewasa, serta tersedia pula camping ground.

Dengan dikembangkannya obyek wisata ini, pengunjung meningkat sebanyak 1.700-an pengunjung per bulan yang jika dinominalkan penghasilannya mencapai Rp 80 juta. Dalam hal ini, aksi PLN Peduli adalah memberdayakan masyarakat sekitar dengan memberikan perlengkapan perahu karet, mesin penggilingan untuk makanan khas daerah, merenovasi rumah penduduk yang dijadikan homestay dan bantuan pemberdayaan masyarakat lainnya. Deswita Pandansari juga menyuguhkan berbagai macam kearifan lokal, seperti musik dan tari-tarian tradisional. Selain itu, pemberdayaan masyarakat sekitar juga tampak pada munculnya industri rumahan yang memproduksi makanan tradisional seperti opak. Masyarakat Deswita Pandansari juga mendirikan homestay-homestay yang dapat digunakan sebagai pemasukan tambahan keuangan sehingga dari usaha-usaha mikro yang mulai dibentuk masyarakat sekitar dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat dan komunitas pengelola. Total bantuan yang diberikan PT PLN untuk pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Batang Rp400.000.000. Perincian bantuan sarana dan prasarana untuk Desa Wisata Pandansari terdiri dari tahap 1 dan 2 Rp252.100.000. Bupati Batang, Wihaji mengatakan, “dengan bantuan tersebut pihaknya optimis tahun 2022 kabupaten Batang sudah menjadi desa industri dan wisata yang akan dikunjungi wisatawan mancanegara”. Wihaji juga menyebutkan bahwa “Kabupaten Batang masih memiliki banyak potensi alam seperti gunung, pantai serta curug yang belum dimaksimalkan”.

Ketua Komunitas Desa Wisata Pandansari Batang, Aminuddin menuturkan, “Desa wisata Pandansari mulanya dirintis sejak tahun 2012. Namun baru mulai populer di tahun 2014 dengan segala keterbatasan” Lebih Lanjut Aminuddin menyampaikan “Saat ini ada paket outbound anak dan dewasa, paket tubing dan rafting mulai 4-6 km, hiking, tracking dan camping, dengan tarif paket

mulai Rp45-200 ribu per orang, Rata-rata pengunjung saat ini mencapai 100-200 orang perhari. Segmen pengunjung mayoritas rombongan dari instansi, sekolahan, maupun keluarga dan perorangan. Bupati Batang Wihaji mengatakan, pihaknya optimistis tahun 2022, Kabupaten Batang sudah menjadi desa industri dan wisata yang akan dikunjungi wisatawan mancanegara. Wihaji juga menyebutkan Kabupaten Batang masih memiliki banyak potensi alam seperti gunung, pantai serta curug yang belum dimaksimalkan. “Batang memiliki banyak potensi destinasi wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan nusantara maupun mancanegara. Untuk itu, kami berkomitmen mengembangkan industri pariwisata. Kami punya pantai, alam yang indah, dan potensi seribu curug yang bisa ditawarkan kepada wisatawan,” kata Wihaji usai acara penyerahan program bantuan sarana dan prasarana dari PT PLN Distribusi Jateng/DIY di lokasi Desa Wisata Desa Pandansari, Kecamatan Warungasem.

Sebagai langkah konkret, sebut Wihaji, Pemkab akan meluncurkan Program Visit to Batang 2022 yang akan diluncurkan bertepatan dengan kegiatan “Batang Expo” pada 9 September 2017. Melalui program ‘Visit to Batang’, pihaknya berharap ke depan potensi objek wisata yang dimiliki Batang dapat dikunjungi wisatawan. Keberhasilan ini merupakan wujud nyata komitmen PT PLN untuk memberikan manfaat lebih pada masyarakat sekitar. Dalam menjalankan bisnisnya PT PLN sebagai perusahaan dituntut untuk memiliki tanggung jawab lebih terhadap sosial maupun lingkungan, PT PLN akan terus melakukan inovasi serta pengembangan program-program CSR yang bermanfaat bagi masyarakat luas dan akan berfokus pada sisi pemberdayaan meliputi ekonomi, pendidikan, serta sosial. Selain bermanfaat bagi masyarakat, CSR pun memiliki peranan yang besar untuk membentuk citra perusahaan.

Sumber: Foto/SINDOnews/Andik Sismanto



Gambar 1

Manager Bidang Komunikasi Hukum Administrasi PLN Distribusi Jateng dan DIY, Audi Royke Damal di dampingi Bupati Batang Wihaji meyerahkan bantuan kepada warga Pandansari.



sumber: Lutfi Hanafi/Jawa Pos Radar Semarang).

Gambar 2

Bupati Batang Wihaji saat meninjau lokasi wisata di Pandansari bersama pimpinan dari PLN Jateng/DIY



Sumber: halallifestyle.id

Gambar 3

Perahu Karet Pemberian PT PLN Distibusi Jawa tengah

## KESIMPULAN

Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah berkerjasama dengan Kementerian Pariwisata dan komunitas melaksanakan Corporate Social Responsibility melalui "PLN Peduli" yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan komunitas pengelola dengan memberikan akses untuk menjadi lebih mandiri dan pemberian modal untuk menunjang usaha yang dilaksanakan, PT PLN Distribusi Jawa Tengah Melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan secara terus menerus, dan sudah menggunakan *Prinsip Triple Botton Line* yaitu dengan melihat sisi kesejahteraan lingkungan yaitu profit, People, Planet. Kegiatan yang dilaksanakan

dengan memanfaatkan sistem dan tata pengelolaan yang baik dan berwawasan lingkungan yaitu pengembangan desa wisata pandansari melalui pemberdayaan masyarakat dan pembangunan potensi sumber daya alam di Pandasari Batang Jawa Tengah telah berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat Batang Jawa Tengah. Dengan adanya dukungan dari pemerintah serta masyarakat setempat, PT PLN berharap kedepannya Desa Wisata Pandansari akan dapat berkembang secara mandiri dan menjadi desa wisata percontohan.

## REFERENSI

- A.B. Susanto, CSR dalam Perspektif Ganda, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007
- A.B. Susanto, Memberikan Gerakan Hijau, Majalah Ozon, 5 Februari 2003.
- Eko Sutoro, 2002 Pemberdayaan masyarakat desa materi diklat pemberdayaan masyarakat desa, yang diselenggarakan badan diklat propinsi kaltim, samarinda, desember 2002)
- Cangara, Hafied. (2005) Pengantar Komunikasi, Jakarta; PT. RajaGrafindo, persada
- Djaelani Auinu Rofiq 2013 T Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif Vol: XX, No: 1, Maret 2013 TK IKIP Veteran Semarang mail: onrevi@yahoo.com
- Gibson CH. 1991 A concept analysis of empowerment.J. Adv. Nurs.
- Gunawan yordan 2016 Pertanggungjawaban Indonesia Terhadap asap Lintas Batas negara Pasca Ratifikasi Asean Agreement on Transboundary Haze Pollution Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Hamidah Lilik, 2005 membangun masyarakat memberdayakan rakyat bandung: refika Aditama  
<https://ads2.kompas.com/layer/kemenpar/detail/3797>
- <https://halallifestyle.id/tourism/gandeng-pln-kemenpar-wujudkan-desa-wisata-pandansari>
- <http://www.pln.co.id/pln-peduli/pln-peduli-index>
- <https://ekbis.sindonews.com/read/1236985/34/pln-dorong-pengembangan-desa-wisata-pandansari-jadi-wisata-unggulan-1504626216>
- <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2014/6T-AHUN2014UU.HTM> UU Nomor 6/2014
- <https://nasional.sindonews.com/read/122235/18/urbanisasi-dan-kesenjangan-kota-desa-1500479252>
- <http://petroenergy.id/article/pln-raih-dua-kategori-penghargaan-csr?c=energy>
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read168757/pln-sabet-2-kategori-penghargaan-csr.html>
- <http://radarsemarang.com/2017/09/06/optimalkan-potensi-wisata-batang/>

- Huraerah, Abu, 2008 Pengorganisasian & Pengembangan Masyarakat, Bandung: Humaniora
- Imansyah, pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan, (<http://tribunpemberdayaanlingkungan.blogspot.com/>, diakses 8 Juli 2009)
- Iriantara Yosai, 2007, Community Relations, Konsep dan Aplikasinya, PT Remaja Rosdakarya, Offset Bandung.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Riset Komunikasi PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Moleong, Lexy, J, 2002 Metode Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Ningrum Aminah Oktavia Cahaya (2015) Analisis Pengamen Jalanan Di Kota Surakarta (Studi kasus Pengamen Jalanan di Kota surakarta). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/34000/8/BAB%20III.pdf>
- Pawito, 2008, Penelitian Komunikasi Kualitatif, LKIS, pelangi, Aksara, Yogyakarta.
- Permendagri RI no 7 tahun 2007 tentang kader Pemberdayaan Masyarakat Bandung fokus media Proper alat ukur csr dikutip dari csr review, majalah bulanan vol 1. No 1, 2007, Jakarta
- Rodwell CM. 1996, An analysis of the concept of empowerment. J. Adv. Nurs.
- Ruslan, Rosady, 2011, Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi cetakan ke 5 rajawali pers Jakarta
- Sukalele Daniel 2014 “Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi Daerah”, dalam [wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah](http://wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah) diakses tgl. 25 Juni 2014
- Wibisono, yusuf, 2007, Membedah Konsep & Aplikasi CSR, Fasco Publishing, Gresi
- Zakiyah, Pemberdayaan Perempuan oleh Lajnah Wanita, Jurnal Pengkajian Masalah sosial Keagamaan, XVII, 01 Januari-Juni 2010

### Riwayat Penulis

**Siti Qona’ah S. Sos. MM** lahir di Bandung 26 Maret 1973 adalah dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Mei 2007. Pendidikan S1 yang ditempuh di Fakultas komunikasi Jurusan Public Relations di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) selesai pada tahun 1997. Saat ini beliau sudah menyelesaikan pendidikan Strata dua (S2) Magister Manajemen pada Universitas BSI Bandung pada tahun 2012. Sebelum aktif di dunia pendidikan beliau bekerja pada bidang Penelitian, Penyiaran dan Perbankan.