

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PULO KAMBING MELALUI *COMMUNITY DEVELOPMENT* PT. ANTAM LOGAM MULIA DALAM PROGRAM KEMITRAAN BINAAN

Arlene Octaviani<sup>1</sup>, Belladina Sarah Aulia Rifanda<sup>2</sup>, Nur Aiman Ikhwan Kamil

<sup>1</sup>STIKOM London School of Public Relations Jakarta  
arleneoctavianiii@gmail.com

<sup>2</sup>STIKOM London School of Public Relations Jakarta  
belladina.s.a.r@gmail.com

<sup>3</sup>STIKOM London School of Public Relations Jakarta  
ikhwankamil44@gmail.com

Diterima : 2020-06-12

Direvisi : 2020-08-12

Diterima :2020-09-18

**ABSTRACT** - *Community Development around industrial areas needs to be concern of companies in the region. The effect of the environmental impact of industrial products is certainly felt by residents living in the area. Pulo Kambing area is around the Pulo Gadung Industrial Area. PT. ANTAM Logam Mulia. UBPP Logam Mulia is a company engaged in the production of refining precious metals which has a tendency to provide air pollution that can harm the community around the company. This study uses a qualitative method that intends to find out how the implementation of CSR management strategies, especially Community Development with the Kemitraan Binaan program that has been carried out by PT. PT. ANTAM Logam Mulia. UBPP Logam Mulia in order to empower the people living in the Pulo Kambing area. The method of data collection in the form of FGD, observation, documentation which will then be processed with interactive analysis of Miles and Huberman. Validity of the study, researchers used the source triangulation technique. The results of the study show that PT Antam cooperates with local heroes to empower the community around Pulo Kambing. This empowerment is based on economy and environment. For the stages in the implementation of empowerment carried out in 2 stages, namely needs analysis and continued dissemination to important figures in the Pulo Kambing area who are considered influential to disseminate information directly to the community who will be the subject of implementing the Guided Partnership In carrying out the Kemitraan Binaan activities it is carried out with CSR activities with community empowerment, as well as establishing relationships with communities, government and NGOs.*

**Keywords** : *PT Antam Logam Mulia, Kemitraan Binaan, Community Development*

### PENDAHULUAN

Setiap perusahaan perlu mengelola manajemennya dengan baik demi mencapai visi dan misinya. Setiap divisi dalam perusahaan pun memiliki tugas dan fungsinya masing-masing untuk mencapai tujuan perusahaan. Keuntungan materi yang didapat bukanlah satu-satunya tujuan yang terpenting bagi perusahaan, tetapi bagaimana dapat berguna dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan sekitarnya. Perusahaan perlu mengetahui hal apa yang sedang dibutuhkan masyarakat dengan cara mengkomunikasikannya pada sasaran target perusahaan itu sendiri. Dalam mengkomunikasikannya secara langsung perusahaan butuh perantara yaitu Hubungan

Masyarakat (Humas) untuk mengetahui apa yang diinginkan atau dibutuhkan masyarakat.

Humas merupakan bagian dalam suatu perusahaan yang salah satu fungsinya adalah menjadi media komunikasi terhadap perusahaan dengan publik atau masyarakatnya. Komunikasi yang dilakukan seorang humas adalah hal penting demi mengatasi terjadinya hambatan dalam suatu tujuan perusahaan. Humas adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya (Broom dkk, 2000). Sedangkan menurut Scott M. Cutlip (Ruslan, 2010) *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai

sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.

Saat ini humas merupakan suatu fungsi manajemen dalam perusahaan yang bertugas memahami tentang hal tersebut. Dalam proses penyampaian komunikasi, humas seringkali mengadakan kegiatan sosialisasi. Sosialisasi sendiri adalah fungsi komunikasi dimana dalam sosialisasi seseorang akan melakukan proses pembelajaran terhadap cara berpikir dan kebiasaan seseorang dalam hidupnya terhadap lingkungan sekitarnya, baik lingkungan fisik maupun sosial budaya (Lalihat, Warouw M.D., Tulung Lingkan E.2017)

Dalam membangun citra positif dalam perusahaan, perusahaan dapat melakukan berbagai kegiatan sosial yang dapat berpengaruh dan bermanfaat pada kelangsungan hidup masyarakat luas. Humas berperan sebagai perencana program kegiatan dalam membangun hubungan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Hal tersebut merupakan salah satu fungsi Humas dalam tanggung jawabnya mensosialisasikan kegiatan dan menjaga citra baik perusahaan. Salah satu kegiatan yang dilakukannya antar lain seperti, Tanggung Jawab Sosial.

Tanggung Jawab Sosial (*corporate social responsibility*) adalah suatu bentuk kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan berbagai kebutuhan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, akan tetapi juga turut serta dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosial serta memberikan kontribusi yang positif bagi kesejahteraan komunitasnya (Januarti & Apriyanti: 2005). Maka Tanggung Jawab Sosial merupakan kegiatan yang dilakukan setiap perusahaan yang di harapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang tertuju pada perusahaan. Diharapkan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dapat bermanfaat bagi masyarakat dan menjadi sarana hubungan antara perusahaan dan masyarakat dalam menjalankan usaha demi menyelesaikan masalah di sekitar perusahaan. Kegiatan Tanggung Jawab Sosial juga merupakan komitmen bagi perusahaan yang sudah diatur menurut pemerintah, dimana perusahaan dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi dan lingkungan berkelanjutan. Dengan memperhatikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang bertujuan pada keseimbangan antara aspek ekonomi sosial, lingkungan.

PT. ANTAM Logam Mulia (ANTAM) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang telah melakukan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dengan baik dalam programnya. PT. ANTAM Logam Mulia sendiri merupakan perusahaan pertambangan yang

memiliki wilayah operasi yang tersebar di seluruh Indonesia yang kaya akan bahan mineral. Kegiatan PT. ANTAM Logam Mulia mencakup eksplorasi, penambangan, pengolahan serta pemasaran dari komoditas bijih nikel, feronikel, emas, perak, bauksit dan batubara. PT. ANTAM Logam Mulia didirikan sebagai Badan Usaha Milik Negara pada tahun 1968 melalui merger beberapa perusahaan pertambangan nasional yang memproduksi komoditas tunggal. (ANTAM Describe, n.d)

Sebagai salah perusahaan pertambangan, PT. ANTAM Logam Mulia menyadari bahwa kegiatan operasinya memiliki dampak terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. PT. ANTAM Logam Mulia juga menyadari bahwa lingkungan hidup dan pengembangan masyarakat tidak hanya sekedar tanggung jawab sosial tetapi merupakan bagian dari risiko perusahaan yang harus dikelola dengan baik. Dengan adanya resiko yang terjadi maka PT. ANTAM Logam Mulia sendiri menanggulangi dan mengurangi resiko demi kelangsungan hidup masyarakat dan lingkungan melalui program Tanggung Jawab Sosial yang bernama “Kemitraan Bina Lingkungan”.

Program Kemitraan Bina Lingkungan adalah salah satu program yang diadakan oleh PT. ANTAM Logam Mulia dalam upaya untuk memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan, dengan diadakannya pelatihan yang nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan lingkungan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar dari wilayah produksi PT. ANTAM Logam Mulia. Salah satu kegiatan tersebut dalah melakukan pelatihan untuk menanam tanaman Hidroponik, Bank Sampah, “Nyimpan Emas”. Kegiatan tersebut diharapkan dapat membawa dampak positif bagi masyarakat sekitar dan dapat membantu mereka dari sisi lingkungan maupun ekonomi.

Dalam melakukan program ini, PT. ANTAM Logam Mulia melakukan strateginya melalui *Community Development*. *Community Development* sendiri adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik (Rahman, 2009). PT. ANTAM Logam Mulia menunjuk beberapa orang yang dibina dan diharapkan bisa menjadi pionir dalam mensosialisasikan kegiatan tersebut, kemudian merekalah yang mempengaruhi masyarakat sekitar untuk mengikuti jejaknya sehingga semua masyarakat sekitar daerah tersebut dapat merasakan dampaknya positif.

PT. ANTAM Logam Mulia mengembangkan *Community Development* Melalui kegiatan Tanggung Jawab Sosialnya. PT. ANTAM Logam

Mulia mengajak masyarakat sekitarnya untuk berpartisipasi dalam menyalurkan ide, aspirasi dan pendapat terkait apa yang menjadi harapan dan tujuan masing-masing pihak. Kegiatan ini diupayakan agar mampu memberdayakan potensi masyarakat lokal sehingga dapat memberi manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat itu sendiri.

## KAJIAN LITERATUR

### 1. Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Edi (p.63-76, 2007) Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk mencapai peningkatan kesejahteraan masyarakat yang berarti menyangkut masalah kemiskinan. Pengertian kemiskinan menurut masalah umum adalah keadaan dimana terjadi kekurangan hal-hal yang bisa untuk dimiliki, seperti makanan, pakaian, tempat berlindung dan air minum. Hal-hal ini berhubungan erat dengan kualitas hidup.

- a. Pemberdayaan sebagai proses perubahan  
Selaras dengan perkembangan peradaban manusia, telah terjadi perubahan-perubahan di dalam kehidupan manusia, baik yang bersifat alami atau disebabkan oleh perubahan-perubahan kondisi lingkungan fisik maupun perubahan yang terjadi sebagai akibat ulah atau perilaku manusia di dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Pemberdayaan sebagai proses pembelajaran  
Keberhasilan pemberdayaan bukan diukur dari berapa banyak terjadinya transfer pengetahuan, keterampilan atau perubahan perilaku; tetapi seberapa jauh terjadi dialog, diskusi dan pertukaran pengalaman (*sharing*). Oleh karena itu, antara fasilitator dan peserta sebagai penerima manfaat, kedudukannya setara, sebab saling membutuhkan dan saling menghormati.
- c. Pemberdayaan sebagai proses penguatan kapasitas  
Penguatan kapasitas di sini adalah proses peningkatan kemampuan kelompok, organisasi dan kelembagaan yang lain untuk memahami dan melaksanakan pembangunan dalam arti luas secara berkelanjutan.

### 2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Wibisono (Wibisono, 2007). Salah satu teori yang terkenal adalah teori Triple Bottom Line yang oleh Jhon Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya "*Cannibal with Forks, the Triple Bottom Line Of Twentieth Century Bussines*" Elkington menjabarkan teori ini dengan istilah economic prosperity, environmental quality, dan social justice. Elkington berpandangan jika perusahaan ingin mempertahankan perusahaannya, maka perusahaan harus mempertahankan 3P, yaitu *Profit* (keuntungan), *People* (masyarakat), dan *Planet* (lingkungan).

### 3. Prinsip CSR

Crowther David (dalam Hadi, 2014) mengurai prinsip-prinsip *social responsibility* menjadi tiga, *sustainability*, *accountability*; dan *transparency*:

- a. *Sustainability*  
Berhubungan dengan (*action*) perusahaan yang tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan.  
Maka *sustainability* berputar pada keberpihakkan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya namun tetap memperhatikan generasi mendatang.
- b. *Accountability*  
*Accountability* adalah upaya yang dilakukan perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas perusahaan yang telah dilakukan. Akuntabilitas perlu digunakan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal maupun eksternal.
- c. *Transparency*  
Adalah prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berhubungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan dan transparansi merupakan hal penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi, dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

### 4. Community Development

Budimanta menjelaskan bahwa *Community Development* adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi social, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik" (Rahman, 2009, p.108).

Pelaksanaan *Community Development* menurut A.B Susanto dapat dilakukan dengan siklus pengembangan komunitas yang dimulai dengan prinsip *development*, yaitu pengembangan konsep, tujuan, dan sasaran program berdasar *community need analysis* atau menganalisa kebutuhan komunitas (Rahman, 2009, p.34)

Untuk memberikan kemudahan, seluruh rangkaian pelaksanaan aktivitas program *Community Development* dapat dituangkan secara sistematis dalam akronim **DISCUSS**, dari kata *Development*, *Involve*, *Socialize*, *Cater*, *Utilize*, *Sensitive* dan *Socialize* lagi.

Kegiatan pelaksanaan *Community Development* dimulai dengan "*development*, yaitu pengembangan konsep sesuai dengan tujuan dan sasaran program berdasarkan hasil *community needs analysis*. Dalam tahap ini juga harus disertakan komunitas yang

menjadi sasaran pengembangan (*involve*). Tahap selanjutnya adalah mensosialisasikan (*socialize*) program ini kepada seluruh komunitas, sehingga mereka merasa memiliki program ini dan ikut bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dan keberhasilannya. Dalam tahap-tahap ini musyawarah memegang peranan yang sangat penting sebagai sarana komunikasi.” (A.B Susanto, 2018, p.64)

“Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan program. Yaitu, *cater*, yang berarti program-program yang disajikan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka, dan jangan bersikap ‘sok tahu’, serta memperhatikan *utilize*, yang berarti sedapat mungkin melibatkan tenaga kerja setempat. Berikut harus ada kepekaan (*sensitive*) dalam memahami situasi psikologis social dan budaya yang tengah berkembang dalam komunitas. Dan yang terakhir adalah *socialize*, dalam arti sosialisasi program *Community Development* kepada pihak luar melalui aktivitas PR.” (A.B Susanto, 2018, p.65)

## METODE PENELITIAN

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berasal dari sumber primer wawancara mendalam dan sumber sekunder kepustakaan dan internet.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Miles dan Huberman. Teknik analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi data.

### Teknik Pemeriksaan Keterpercayaan

Dalam memeriksa keabsahan data dari penelitian ini, peneliti memakai teknik triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah di peroleh melalui beberapa sumber.

## PEMBAHASAN

### Siklus Community Development

#### *Development* (Pengembangan)

Dalam *Community Development* perlu diadakannya pengembangan, yaitu pengembangan yang memiliki konsep sesuai dengan tujuan maupun sasaran dari program tersebut. Pengembangan dapat dilakukan dengan mengetahui *community needs* yaitu kebutuhan dari komunitas atau dari masyarakat tersebut. Cara agar mengetahui kebutuhan mereka

adalah dengan mengadakan survei, observasi atau mengadakan wawancara secara langsung dengan masyarakat yang bersangkutan. Kita dapat menanyakan masalah apa yang sedang mereka alami, apakah masalah tersebut bersangkutan dari segi lingkungan, ekonomi, pendidikan atau lainnya. Dengan mengetahui hal tersebut kita dapat membuat strategi kegiatan apa yang cocok untuk dilakukan demi menuntaskan masalah dari masyarakat tersebut.

Dalam melaksanakan beberapa program PT. ANTAM Logam Mulia mengadakan analisa terlebih dahulu apakah program yang diajukan oleh RKBN layak untuk dijalankan atau tidak. PT. ANTAM Logam Mulia lebih memilih program yang memprioritaskan masalah-masalah yang di hadapi dari masyarakat Pulo Kambing.

#### *Involve* (Mengikutsertakan)

Setelah melakukan proses pengembangan dalam menentukan masalah apa saja yang dapat menjadi konsentrasi dalam pembuatan program *Community Development*, ditahap selanjutnya adalah tahap dimana kita ikut mengikutsertakan komunitas yang akan diberdayakan. Dalam tahap ini tim CSR perusahaan juga harus menyertakan komunitas yang menjadi sasaran pengembangan untuk ikut menyelesaikan masalah-masalah yang telah dibahas pada tahap pengembangan.

Dalam tahap *involve*, PT. ANTAM Logam Mulia melibatkan masyarakat dari Pulo Kambing yaitu Vera Nofita dan beberapa anggota lainnya untuk dibina, diberdayakan dan diberikan pelatihan maupun dukungan fasilitas yang nantinya pembinaan tersebut membuat masyarakat sekitar menjadi mandiri dalam menghadapi masalah-masalah yang ada di sekitar lingkungan mereka.

#### *Socialize* (Mensosialisasikan)

Sosialisasi perlu dalam program ini kepada masyarakat yang di berdayakan, sehingga mereka merasa memiliki program ini dan ikut bertanggung jawab atas pelaksanaan dan keberhasilannya. Dalam tahap-tahap ini, musyawarah memegang peranan yang sangat penting sebagai sarana komunikasi. Sosialisasi diadakan untuk memberikan pengetahuan akan pentingnya masalah lingkungan di daerah Pulo Kambing. Pada awal sosialisasi tersebut, perwakilan warga disuruh memilih masalah apa yang terpenting dan perlu di benahi di daerah Pulo Kambing. Menurut beberapa perwakilan warga tersebut, mereka mengatakan bahwa permasalahan sanitasi lah yang menjadi masalah utama di daerah sekitar mereka. Perwakilan Suku Dinas Lingkungan Hidup Pulo Kambing juga menjelaskan apa saja penyebab terjadinya permasalahan sanitasi dan bagaimana upaya dalam menanggulangnya. PT. ANTAM Logam Mulia juga mendiskusikan upaya-upaya yang dapat dilakukan dan apa saja hal yang

dapat di dukung oleh PT. ANTAM Logam Mulia dalam mengatasi masalah sanitasi tersebut.

#### *Cater (Melayani)*

Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan program. Program yang dibuat haruslah sesuai dengan kebutuhan mereka. Kita tidak boleh merasa paling tahu akan kebutuhan mereka. Dalam tahapan ini PT. ANTAM Logam Mulia memberikan beberapa dukungan yang disesuaikan dengan kebutuhan dari pemberdayaan RKBN. Semakin berkembangnya pemberdayaan RKBN yang dilakukan PT. Antam UBPP Logam Mulia tidak melupakan tujuan awal dari pemberdayaan masyarakat tersebut yaitu memberdayakan mereka agar dapat mengatasi masalah-masalah secara mandiri. Dukungan yang diberikan PT. ANTAM Logam Mulia adalah bekal untuk mereka untuk memberdayakan lingkungannya sendiri, karena dukungan ini tidak bersifat selamanya tapi diharapkan dapat berjangka waktu yang panjang.

#### *Utilize (Melibatkan)*

Tahap selanjutnya adalah Utilize dimana program tersebut harus melibatkan masyarakat setempat khususnya RKBN Pulo Kambing. Pada program ini PT. ANTAM Logam Mulia melibati RKBN Pulo Kambing yang diketuai oleh Vera Nofita. Program RKBN dipilih karena dapat memberdayakan masyarakat itu sendiri, dan tentunya melibatkan secara langsung masyarakat binaan dalam program tersebut. RKBN juga diikutsertakan dalam kegiatan-kegiatan masyarakat seperti car free day yang nantinya mereka akan mensosialisasikan produk yang mereka buat kepada pengunjung yang hadir dalam car free day tersebut. kegiatan ini juga dapat mengedukasikan kepada masyarakat tentang pembuatan produk yang dihasilkan oleh RKBN.

#### *Sensitive (Peka)*

Harus ada kepekaan terhadap kondisi sosial, budaya dan lingkungan. Kita harus bisa melihat perubahan-perubahan. Penilaian terhadap pencapaian dan keberhasilan mereka dapat menjadi tolak ukur dalam evaluasi kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Dengan pencapaian-pencapaian RKBN maka PT. ANTAM Logam Mulia juga akan melepaskan bantuan dan dukungan ke mereka, karena RKBN dinilai sudah bisa mandiri. PT. ANTAM Logam Mulia sadar mereka tidak bisa terus menerus diberikan bantuan karena tujuan awal adalah memandirikan mereka dan memperbaiki keadaan sosial, ekonomi dan lingkungan dari mereka oleh mereka dan untuk mereka.

#### *Socialize (Sosialisasi)*

Sosialisasi ini dilakukan oleh pihak Humas ataupun Pihak CSR perusahaan untuk meng informasikan kegiatan tersebut kepada pihak luar perusahaan.

RKBN melakukan Sosialisasi untuk pihak luar dilakukan dengan cara membuat event yang ditujukan masyarakat luas, dengan itu masyarakat dapat terinformasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan RKBN Pulo Kambing. Kemudian bekerjasama dengan pihak-pihak terkait untuk ikut mendukung sosialisasi RKBN tersebut seperti Pemerintah Kota Jakarta Timur, Suku Dinas Lingkungan Hidup, Gugus Depan Pramuka, Komunitas Lingkungan, dan juga sekolah-sekolah disekitar. RKBN juga mengundang tokoh masyarakat Bapak Sandiaga Uno untuk hadir dalam penyelenggaraan event Bazar. Hal ini membuat beberapa media tertarik untuk meliput kegiatan dari RKBN

#### **PENUTUP**

##### *Kesimpulan*

Dalam merencanakan program PT. ANTAM Logam Mulia membuat planning berjangka dan menentukan indikator-indikator keberhasilan program. PT. ANTAM Logam Mulia mengadakan analisa terlebih dahulu apakah program yang diajukan oleh RKBN layak untuk dijalankan atau tidak dengan melibatkan warga binaan mereka. Dalam tahap involve, PT. ANTAM Logam Mulia melibatkan masyarakat dari Pulo Kambing dengan membuat komunitas untuk dibina, diberdayakan dan diberikan pelatihan maupun dukungan fasilitas. Dengan memberikan dukungan yang tepat dan juga melibatkan mereka secara langsung adalah cara menyelesaikan masalah di wilayah tersebut secara jangka panjang.

Pada saat ini PT. ANTAM Logam Mulia tidak hanya melakukan kegiatan sosialisasi dengan RKBN saja namun juga melakukan kegiatan sosialisasi dengan memilih tokoh-tokoh penting di sekitar wilayah Pulo Kambing seperti ketua Rukun Warga, Rukun Tetangga dan juga tokoh masyarakat sekitar. Pada awal terbentuknya RKBN tahun 2015, PT. ANTAM Logam Mulia memberikan dukungan berupa pelatihan-pelatihan yang lebih bersifat pengetahuan. Pelatihan yang diberikan tidak berhenti pada pengetahuan saja. Jika pelatihan tahap awal dirasa telah berhasil maka PT.

ANTAM Logam Mulia mulai melakukan dukungan berupa fasilitas untuk lebih mengembangkan inovasi-inovasi dari pemberdayaan mereka.

Tidak semua program yang dilaksanakan PT. ANTAM Logam Mulia berhasil sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Hal tersebut yang membuat PT. ANTAM Logam Mulia dan RKBN Pulo Kambing memperbaiki cara dan membuat program lain yang lebih baik. Sosialisasi ini dilakukan oleh pihak Humas ataupun Pihak CSR perusahaan untuk meng-informasikan kegiatan tersebut kepada pihak luar perusahaan. RKBN bekerjasama dengan pihak-pihak terkait untuk menginformasikan kegiatan. Dengan itu beberapa

media tertarik untuk meliput kegiatan yang dilakukan RKBN Pulo Kambing.

#### Saran

1. Untuk CSR Pemberdayaan Masyarakat PT. ANTAM Logam Mulia sebelum merencanakan atau memulai suatu program lebih dikaji dan melakukan koordinasi pada pihak manajemen perusahaan.
2. PT. ANTAM Logam Mulia seharusnya lebih membuat program yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sekitar, agar mereka benar-benar merasa membutuhkan program tersebut dan mengurangi penolakan dari masyarakat. Dengan itu PT. ANTAM Logam Mulia seharusnya mengkaji lebih dalam apa saja yang warga sekitar Pulo Kambing butuhkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M. Center, Allen H; Broom, Glen. (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall Internasional.
- Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta Hadi, Nur. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu
- Januarti I., Apriyanti D. (2005). *PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN*. Dari: [https://www.researchgate.net/publication/309575119\\_Pengaruh\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_Terhadap\\_Kinerja\\_Keuangan\\_Perusahaan\\_Manufaktur\\_yang\\_Terdaftar\\_di\\_Bursa\\_Efektif\\_Indonesia\\_periode\\_20082014](https://www.researchgate.net/publication/309575119_Pengaruh_Corporate_Social_Responsibility_Terhadap_Kinerja_Keuangan_Perusahaan_Manufaktur_yang_Terdaftar_di_Bursa_Efektif_Indonesia_periode_20082014)
- Lalihatu I. Rachel, Warouw D. M., Tulung E. L. (2017). *Peranan Humas dalam Mensosialisasikan BPJS Ketenagakerjaan pada Pedagang Pasar Segar PAAL2*. E-journal "Acta Diurna" 6(3). Dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/17381/16914>
- Purbasari, Nurul. (2014) *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus pada Komunitas Bank Sampah Pokilili Perumahan Griya Lembah Depok Kecamatan Sukmajaya Kota Depok)*. Dari: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/25432/1/Nurul%20Purbasari%20%40watermark.pdf>
- Pranoto, Asa R., Yusuf Dede. (2014). Program CSR berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik (JSP Universitas Gajah Mada)*, 39-42. ISSN: 2502-7883
- Rachman, Nurzidal M. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Penebar Swadaya
- Rahman, Reza. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Ruslan, Rosady, (2010), *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta
- Rusdianto. (2013). *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Graha Ilmu
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi. (2006). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. Reflika Aditama. Bandung Suharto, Edi. 2008. *CSR & COMDEV Investasi Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. (2007). *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggungjawab sosial perusahaan (corporate social responsibility)*.
- Susanto, A.B. (2018). *A Strategic Management Approach Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group.
- Susanto, A.B (2018). Gambar 1. Data Olahan Peneliti Ilustrasi Siklus *Community Development*. Diolah pada 11 Juni 2019 dari: Buku *Strategi Management Approach Corporate Social Corporate Social Responsibility*

#### Profil Penulis

Arlene Octaviani lahir di Jakarta pada tanggal 30 Oktober, merupakan mahasiswa tingkat akhir di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi The London London School of Public Relations – Jakarta jurusan Public Relations. Saat ini mengambil gelar Magister di Institusi yang sama dengan mengambil konsentrasi *Corporate communication*. Memfokuskan penelitian tentang pemberdayaan masyarakat dan pemberdayaan perempuan.