Dr. Ana Kuswanti, S.IKom., M.Si.
Irpan Ripa'i Sutowo, M.Si.

MEMAKNAI IMPLEMENTASI KEGIATAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

MEMAKNAI IMPLEMENTASI KEGIATAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tanggung jawab sosial perusahaan atau Coorporate Social Responsibility (CSR) terhadap pemangku kepentingan merupakan isu yang sudah lama ada dalam perkembangan hukum perusahaan. Sebenarnya, kegiatan CSR lebih terfokus pada bagaimana perusahaan menjalankan bisnis. Di negara-negara Barat yang industrinya sudah berkembang, kegiatan CSR sebagian besar difokuskan pada unsur-unsur perilaku yang bertanggung jawab dalam perekonomian, sehingga CSR lebih berorientasi pada aspek etika. Di Indonesia, sebagian besar CSR masih tentang membangun kapasitas masyarakat.

Tanggungjawab sosial perusahaan adalah tindakan sukarela yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam menjalankan misinya dan memenuhi kewajibannya kepada pemangku kepentingan, termasuk karyawan, komunitas, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan. Kegiatan CSR merupakan implementasi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggungjawab kepeduliannya terhadap masyarakat disekitar lingkungan perusahaan.

Di Indonesia, CSR telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, seperti dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara. Selain berupa Undang-Undang (untuk selanjutnya disingkat UU), juga diatur dalam Peraturan Pemerintah (untuk selanjutnya disingkat PP), yaitu PP No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara dan PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Diatur pula dalam beberapa Peraturan Menteri, yaitu Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dan Peraturan Menteri Sosial RI No. 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.

Buku ini dirasa penting bagi seluruh kalangan, baik untuk akademisi maupun praktisi. Bagi mahasiswa yang mengambil mata kuliah Coorporate Social Responsibility & Community Development kami dedikasikan buku ini untuk Mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sebagai bahan ajar utama. Buku ini dapat memberikan pencerahan terkait mata kuliah Coorporate Social Responsibility & Community Development yang hingga saat ini banyak sumber referensi, namun dirasa masih diperlukan lagi materi bacaan yang lebih komprehensif memuat cakupan materi perkuliahan pada matakuliah Coorporate Social Responsibility & Community Development.

eureka media aksara
Anggota IKAPI

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
JL Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-001-5
9 786234 870015

MEMAKNAI IMPLEMENTASI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Dr. Ana Kuswanti, S.Ikom., M.Si.
Irpan Ripa'i Sutowo, M.Si.

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

MEMAKNAI IMPLEMENTASI KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Penulis : **Dr. Ana Kuswanti, S.Ikom., M.Si.**
Irpan Ripa'i Sutowo, M.Si.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Tukaryanto, S.Pd.

ISBN : 978-623-487-001-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, MEI 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah ya Robb, Yang Maha Pemberi tanpa batas. Pemberi keluasan ilmu. Saya bersyukur atas segala karunia dan nikmat yang telah Allah limpahkan kepada saya dan keluarga. Terima kasih banyak saya haturkan kepada keluarga saya yang telah menjadi support system terbaik hingga detik ini. Puji syukur Alloh memberikan kemudahan dalam penyusunan Buku Ajar ini dapat tersusun hingga selesai. Buku ini merupakan Buku Ajar Matakuliah *Corporate Social Responsibility & Community Development*, dengan tema "Mamaknai Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility*". Alasan dibuatnya buku ini, merupakan materi pembelajaran pada tiap pertemuan matakuliah *Corporate Social Responsibility & Community Development*, agar memberikan kemudahan dalam memahami materi ajar khususnya bagi mahasiswa.

Menjadi Dosen awalanya bukan merupakan cita-cita dan impian, akan tetapi seiring berjalannya waktu dunia kerja membentuk pola pemikiran baru, dan saya tertarik untuk berkecimpung di dunia pendidikan. Berbekal ijazah SMEA diawal meniti karier bekerja sebagai staf, kemudian menempuh kuliah Strata-1 lulus tahun 2009, berlanjut studi S-2 lulus tahun 2013, dan akhirnya bertekad untuk ke jenjang pendidikan akhir S-3 dengan tekad yang luarbiasa, Alhamdulillah bisa mencapai gelar Doktor pada tahun 2020. Menjadi dosen tetap sejak tahun 2015 di FISIP UPN Veteran Jakarta.

Buku ini dirasa penting bagi mahasiswa yang mengambil mata kuliah *Corporate Social Responsibility & Community Development* di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta semester 5 khususnya dan mahasiswa lainnya pada umumnya. Buku ini dapat memberikan pencerahan terkait mata kuliah *Corporate Social Responsibility & Community Development* yang hingga saat ini banyak sumber referensi, namun dirasa masih diperlukan lagi materi bacaan yang lebih komprehensif memuat cakupan

materi perkuliahan pada matakuliah *Corporate Social Responsibility & Community Development*.

Saya melalui kesempatan ini, mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa terutama untuk Suamiku tercinta Suroso, Putriku Amaliyah Izzul Islam, Putraku Ali Musthofa Izzulhaq, dan putri kecilku Layli Izzul Mubarok. Tidak lupa pula Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, yang tak henti-hentinya senantiasa memberikan do'a tulus yang luarbiasa, suport, semangat, untuk penulis. Serta semua pihak yang turut berkontribusi dalam penyusunan Buku Ajar ini baik tendik dan staf di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis juga sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, dan terimakasih yang telah turut membantu dalam proses pembuatan buku ini terutama Irpan Ripa'i Sutowo, M.Si. selaku *team teaching* di mata kuliah ini, rekan-rekan Dosen dan Tendik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis berharap semoga Buku Ajar Mata Kuliah *Corporate Social Responsibility & Community Development* ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca khususnya bagi mahasiswa, harapan Penulis, semoga dapat memperbaiki Buku Ajar ini, baik dari teknis penulisan maupun menambah konten dalam kajian *Corporate Social Responsibility & Community Development* selanjutnya.

Tidak seharusnya keterbatasan waktu menjadi alasan dalam pembuatan Buku Ajar *Corporate Social Responsibility & Community Development* ini, tetapi Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam pembuatan Buku Ajar *Corporate Social Responsibility & Community Development* ini. Semoga buku ini juga menjadi pendorong para dosen untuk terus mengembangkan keilmuannya melalui penelitian dan publikasi. Insya Allah, saya sebagai dosen juga akan terus berusaha untuk menyebarkan pengetahuan melalui jurnal, buku, dan karya ilmiah lainnya. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak

atas berbagai pemikiran, saran, dan masukan dalam proses penulisan buku ini. Demikian, semoga memacu diri Penulis untuk membuat karya yang lebih baik lagi. Terima kasih.

Jakarta, 12 Mei 2022

Dr. Ana Kuswanti, S.Ikom., M.Si.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vi**
BAB 1 KONSEPTUALISASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* **1**
A. Pengantar 1
B. Empat Kategori *Corporate Social Responsibility* dari Caroll 3
C. Manfaat *Corporate Social Responsibility* 10
D. Fokus kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) 11
BAB 2 SEJARAH DAN PERKEMBANGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* **15**
A. Pengertian *Corporate Social Responsibility* 15
B. Sejarah Perkembangan *Corporate Social Responsibility* 16
BAB 3 ASPEK HUKUM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* **23**
A. Pengantar 23
B. Faktor Pendorong Perusahaan Melakukan *Corporate Social Responsibility* 27
C. Alasan Perusahaan Melakukan CSR 28
BAB 4 PARADIGMA DALAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* **31**
A. Pengantar 31
B. Aktivitas Sosial yang Berkaitan dengan CSR 32
C. Paradigma Lama Perusahaan Terhadap CSR 34
D. Paradigma Baru Perusahaan Terhadap CSR 36
E. Penerapan Perusahaan Mengenai CSR 38
F. Pemahaman Perusahaan Mengenai CSR 39
G. Pro Kontra CSR 40
H. Pola Atau Bentuk CSR 41
I. Tingkatan Program CSR 42
BAB 5 PERSPEKTIF DAN MODEL *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* **44**
A. Perspektif *Corporate Social Responsibility* 44

1. *Corporate Social Responsibility* sebagai *Public Relations* 44
2. *Corporate Social Responsibility* Untuk Melobi Terhadap Regulasi 45
3. *Corporate Social Responsibility* Sebagai Kemitraan Pemerintah Swasta 45

B. Model *Corporate Social Responsibility* 47
1. *Economic View of CSR* 47
2. *Philantropic Model of CSR* 47
3. *Social Web Model of Corporate Social Responsibility* ...48
4. *Integrative Model of Corporate Social Responsibility* ...49

C. Model CSR di Indonesia 50
1. Keterlibatan Langsung....50
2. Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan....51
3. Bermitra dengan Pihak Lain....51
4. Mendukung atau Bergabung dalam Suatu Konsorsium. 52

BAB 6 PEMBERDAYAAN MASYARAKAT 54

A. Perspektif Pembangunan Masyarakat (*Community Development*) 54
B. Definisi Pemberdayaan Masyarakat 55
C. Konsep Pemberdayaan 55
D. Pemberdayaan Masyarakat dalam Sudut Pandang Kekuasaan 56
E. Aspek Kekuasaan dalam Komponen Pemberdayaan Masyarakat....57
F. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat 57
G. Perspektif Dalam Pemberdayan Masyarakat....58
H. Sejarah Pemberdayaan Masyarakat....61
I. Tiga Pendekatan Pemberdayaan Menurut Murray.....62
J. Komponen-Komponen Pemberdayaan 63

BAB 7 FUNGSI – PERAN, SIKAP, CIRI & KIAT FASILITATOR 66

A. Fungsi Fasilitator 66
B. Tugas dan Wewenang....68

C. Tanggung Jawab 69
D. Teknik Fasilitator 69
BAB 8 PENGORGANISASIAN MASYARAKAT 72
A. Pengertian Pengorganisasian Masyarakat 72
B. Tujuan Pengorganisasian Masyarakat 73
C. Aspek Pengorganisasian Masyarakat 74
BAB 9 PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI CSR 82
A. Menyusun Program CSR Berdasarkan Komunikasi Krisis dan CSR 82
B. *Corporate Social Responsibility* dan Isu disekitarnya 86
C. Penilaian Lingkungan dan Perencanaan CSR 87
D. Jenis, Benefit, dan Langkah Pelaksanaan 88
E. Mengkomunikasikan Program 94
F. Implementasi Program CSR 97
BAB 10 PENGAWASAN DAN EVALUASI 101
A. Pengawasan 101
B. Evaluasi 103
C. Tujuan Monitoring dan Evaluasi 105
BAB 11 PELAPORAN PROGRAM CSR 107
A. *Sustainability Reporting* 107
B. Komponen pada *Sustainability Report* 108
C. Manfaat *Sustainability Report* 109
D. Menyusun *sustainability reporting* 111
BAB 12 KEGIATAN PERENCANAAN, IMPLEMENTASI, PENGAWASAN DAN EVALUASI SERTA PELAPORAN PROGRAM CSR 113
DAFTAR PUSTAKA 119
TENTANG PENULIS 124

BAB 1

KONSEPTUALISASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Pengantar

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap pemangku kepentingan merupakan isu yang sudah lama ada dalam perkembangan hukum perusahaan. Sebenarnya, kegiatan CSR lebih terfokus pada bagaimana perusahaan menjalankan bisnis. Di negara-negara Barat yang industrinya sudah berkembang, kegiatan CSR sebagian besar difokuskan pada unsur-unsur perilaku yang bertanggung jawab dalam perekonomian, sehingga CSR lebih berorientasi pada aspek etika. Di Indonesia, sebagian besar CSR masih tentang membangun kapasitas masyarakat.

Di Indonesia, CSR telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, seperti dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UndangUndang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara. Selain berupa Undang-Undang (untuk selanjutnya disingkat UU), juga diatur dalam Peraturan Pemerintah (untuk selanjutnya disingkat PP), yaitu PP No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara dan PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Diatur pula dalam beberapa Peraturan Menteri, yaitu Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang

BAB 2

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan komitmen bisnis yang berperan untuk pembangunan ekonomi. Kegiatan CSR mendukung kerjasana antar karyawan dengan pimpinan. Implementasi kegiatan CSR menciptakan komunikasi sosial guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, dengan cara-cara yang baik bagi kegiatan dan pengembangan perusahaan. Berikut beberapa pendapat terkait definisi CSR, yaitu:

a. Menurut Kotler & Lee (2005) mendefinisikan CSR sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi.
b. Menurut European Union memberikan definisi CSR yaitu sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan. (Azheri, 2012).
c. Berdasarkan *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), merumuskan CSR sebagai *"The continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community anda society at large to improve their quality of life"*.

BAB 3

ASPEK HUKUM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Pengantar

Realitas penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan, berarti bahwa perusahaan tersebut bukan hanya merupakan entitas bisnis yang hanya berusaha mencari keuntungan semata, tetapi perusahaan itu merupakan satu kesatuan dengan keadaan ekonomi, sosial, dan lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi (Khairandy, 2009: 138). *Corporate Social Responsibility* yaitu tanggungjawab yang dapat melekat di setiap perusahaan untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, sehingga setiap perusahaan berkewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility* bagi masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar lokasi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan UUPM 2007 pasal 15 huruf b dikatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan yaitu tanggungjawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Dapat dilihat bahwa UUPT 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan. Peraturan Menteri Negara Badan

BAB 4

PARADIGMA DALAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Pengantar

Dunia usaha merupakan bagian dari komunitas masyarakat dan memiliki tanggung jawab sosial yang sama dengan masyarakat. Pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa peran dunia usaha selama ini hanya sebatas pemberian dukungan dana secara sukarela (*voluntary*) dan kedermawanan (*philanthropy*) sehingga kegiatan yang dilaksanakan kurang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Hal ini memunculkan rasa kekecewaan masyarakat dan pemerintah akan minimnya peran dunia usaha dalam kehidupan sosial dan adanya kecenderungan bahwa pelaksanaan CSR hanya sekedar untuk di mata masyarakat atau bahkan hanya di mata konsumen mereka.

Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan dukungan pemerintah selaku pihak yang bertanggung jawab untuk menjaga kelangsungan hidup masyarakat. Peran pemerintah dalam hubungan dengan perusahaan diperlukan bukan sebagai pihak pengatur atau pengendali tetapi lebih merupakan pihak yang berperan sebagai mitra. Peran pemerintah diperlukan bukan hanya sebagai pembuat kebijakan, melainkan juga sebagai fasilitator dan dinamisator bagi dunia usaha dalam melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Peran pemerintah sebagai pembuat kebijakan akan dibahas lebih detail pada pembahasan selanjutnya.

BAB 5

PERSPEKTIF DAN MODEL *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Perspektif *Corporate Social Responsibility*

1. *Corporate Social Responsibility* sebagai *Public Relations*

Sebuah perusahaan mempersepsikan bahwa CSR merupakan bentuk Public Relation bagi mereka. Hal ini didasari karena pada hakikatnya akhir dari adanya CSR dapat menimbulkan kesan baik/citra baik bagi perusahaan tersebut. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa peran Public Relation dalam sebuah kegiatan CSR tidak sesederhana itu. Terdapat empat komponen yang setidaknya harus seorang Public Relation lakukan dalam sebuah kegiatan CSR, yang pertama sebagai penasehat ahli, dimana PR berperan untuk menampung berbagai macam ide-ide yang masuk atas permasalahan yang muncul di masyarakat, yang nantinya dapat menjadi celah untuk mencari solusi yang tepat mengenai program CSR apa yang masyarakat butuhkan.

Kedua, PR berperan sebagai fasilitator komunikasi yaitu untuk merancang komunikasi apa yang akan di lakukan selama kegiatan CSR berlangsung. Dimana di harapkan PR dapat menyampaikan informasi yang tepat dan jelas, sehingga menimbulkan Public Understanding. Ketiga, PR sebagai fasilitator pemecah masalah, dengan berkolaborasi dengan pekerja internal perusahaan untuk mengidentifikasi, lalu memecahkan dan menyelesaikan masalah komunikasi yang berkaitan dengan program CSR mereka. Keempat, sebagai teknisi komunikasi dimana PR

BAB 6 PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

A. Perspektif Pembangunan Masyarakat (*Community Development*)

Istilah pemberdayaan masyarakat erat kaitannya dengan kritik terhadap paradigma pembangunan berbasis pertumbuhan ekonomi. Ife (1995), "*Empowerment means providing people with the resource, opportunities, knowledge and skills to increase their capacity to determine their own future, and to participate in and affect the life of their community. Empowerment should be aim of all community development*." "Pemberdayaan berarti memberi orang sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas mereka untuk menentukan masa depan mereka sendiri, dan untuk berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan komunitas mereka. Pemberdayaan harus menjadi tujuan dari semua pengembangan masyarakat."

Pemberdayaan (*empowerment*), berasal dari kata '*power*' (kekuasaan atau keberdayaan). (Suharto, 2005), Ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Pemberdayaan berkaitan dengan kemampuan manusia yaitu manusia secara perorangan maupun manusia dalam kelompok yang rentan dan lemah. Pemberdayaan masyarakat bisa diandalkan sebagai instrumen penting dalam mananggulangi kemiskinan, pengangguran, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

BAB 7

FUNGSI – PERAN, SIKAP, CIRI & KIAT FASILITATOR

A. Fungsi Fasilitator

Fasilitator mampu menyediakan bahan yang membahas masalah dari segala segi. Mampu memberikan penjelasan yang sesuai dengan daya tangkap peserta. Mampu memberikan penjelasan disertai dengan contoh-contoh yang relevan dan mudah dipahami. Memiliki metode yang bervariasi dalam melakukan ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan lain sebagainya.

Fasilitator dalam membagi pengalaman mampu merancang suatu sistem belajar dengan membatasi peran seminim mungkin; memberikan anjuran serta semangat kepada peserta untuk saling belajar secara aktif dan kreatif. Fasilitator memberikan intervensi pada saat yang memang diperlukan, serta intervensi hanya dilakukan apabila dirasakan dapat membantu kelancaran proses belajar peserta.

Ragam peran fasilitator yang lain adalah pencari opini dan informasi, pemrakarsa/inisiator, dan pembuat kesimpulan. Sebagai koordinator, inventor, pembangkit energi atau motivasssi, serta evaluasi. Hal lain yang tidak kalah penting perlu dimiliki oleh seorang fasilitataor adalah mampu dalam menjaga keharmonisan, mampu mencairkan suasana, mempermudah pemecahan masalah, dan dappat menjadi pendengar aktif. Fasilitator perlu selalu dapat membangun kepercayaan peserta, dan menjadi pengamat yang handal dalam proses kegiatan.

BAB 8 PENGORGANISASIAN MASYARAKAT

A. Pengertian Pengorganisasian Masyarakat

Pengorganisasian Masyarakat adalah suatu proses ketika suatu komunitas tertentu mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhannya serta mengembangkan keyakinannya untuk berusaha memenuhi kebutuhan itu termasuk menentukan prioritas dari kebutuhan tersebut yang disesuaikan dengan sumber daya yang tersedia dan dengan usaha gotong royong (Sasongko, A. 2006)

Sedangkan menurut Ross Murray, pengorganisasian masyarakat adalah suatu proses dimana masyarakat dapat mengidentifikasi kebutuhan - kebutuhan dan menentukan prioritas dari kebutuhan - kebutuhan tersebut, dan mengembangkan keyakinan untuk berusaha memenuhi kebutuhan - kebutuhan sesuai dengan skala prioritas berdasarkan atas sumber - sumber yang ada dalam masyarakat sendiri maupun yang berasal dari luar dengan usaha secara gotong royong

Artinya pengorganisasian masyarakat menuntut adanya partisipasi dari masyarakat secara aktif guna membangkitkan kesadaran akan kemandirian. Hal ini tentu akan menjadikan proses pembangunan memiliki kesesuaian dengan kebutuhan atau yang menjadi prioritas masyarakat.

BAB 9 PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI CSR

A. Menyusun Program CSR Berdasarkan Komunikasi Krisis dan CSR

Kehadiran suatu perusahaan multinasional di suatu wilayah akan menimbulkan multiplier effect bagi masyarakat di sekitarnya. Selain berpotensi menyerap tenaga kerja juga mampu menggerakkan "ekonomi lokal" karena akan terbangun simbiosis yang saling membutuhkan dari masing-masing elemen yang ada di sana. Sebut saja kehadiran perusahaan pertambang di suatu daerah, misalnya, menimbulkan harapan yang tinggi bagi masyarakat. Masyarakat berfantasi kehadiran perusahan itu akan membawa kesejahteraan baginya. Paling tidak dapat menyerap tenaga kerja maupun ketersediaan infrastruktur dapat dimanfaatkan oleh masyarakat lokal. Harapan yang tinggi itu, bila tidak terealisasi, maka bukan tidak mungkin menjadi pemicu terjadinya konflik kepentingan dari masing-masing pihak di daerah tersebut. Itu sebabnya, perusahaan tambang perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat setempat mengenai keberadaannya di situ.

Kegiatan ini dilakukan dalam rangka membangun *community relations* agar kehadiran perusahaan direspon positif oleh masyarakat. Salah satu instrumen yang dijalankan adalah menjalankan kegiatan CSR. Di mana sebelum kegiatan CSR dijalankan, terlebih dahulu dilakukan penyuluhan terhadap masyarakat setempat atas rencana kehadiran perusahaan. Penyuluhan tersebut bertujuan memberikan pemahaman atas

BAB 10 PENGAWASAN DAN EVALUASI

A. Pengawasan

Pengawasan merupakan proses pengamatan daripada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam pengawasan juga terdapat Monitoring. **Monitoring** adalah proses yang terus menerus mengumpulkan dan menganalisa data dan informasi pelaksanaan kebijakan, program, dan kegiatan CSR; menilainya berdasar indikator dan target yang telah ditetapkan; serta merumuskan hal-hal yang diperlukan untuk mengatasi penyimpangan ataupun memastikan pencapaian target. Monitoring akan menyediakan kepada pengelola dan pemangku kepentingan informasi tentang kemajuan pelaksanaan kegiatan, termasuk didalamnya adalah masalah dan penanganannya, penggunaan anggaran, maupun kerangka waktu penyelesaian. Melalui monitoring upaya perbaikan sementara kegiatan berlangsung dapat dilaksanakan.

Kegiatan monitoring lebih terfokus pada pengendalian kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan, sesuai rencana yang ada. Monitoring dilakukan dengan cara menggali untuk mendapatkan informasi secara regular berdasarkan indikator tertentu, dengan maksud mengetahui apakah kegiatan yang sedang berlangsung sesuai dengan perencanaan dan prosedur yang telah disepakati. Adapun indikator monitoring mencakup esensi aktivitas dan target yang ditetapkan pada perencanaan

BAB 11 PELAPORAN PROGRAM CSR

A. *Sustainability Reporting*

Sustainability report atau laporan keberlanjutan adalah laporan berkala (biasanya tahunan) yang diterbitkan oleh perusahaan dengan tujuan berbagi tindakan dan hasil tanggung jawab sosial perusahaan mereka. Laporan ini mensintesis dan mempublikasikan informasi organisasi memutuskan untuk berkomunikasi mengenai komitmen dan tindakan mereka di bidang sosial dan lingkungan. Dengan demikian, organisasi membiarkan para pemangku kepentingan (yaitu, semua pihak yang tertarik dengan aktivitas mereka) menyadari bagaimana mereka mengintegrasikan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan ke dalam operasi sehari-hari mereka.

Sampai dengan akhir tahun 2016, dapat dilihat bahwa sebanyak 49 perusahaan listing BEI telah menerbitkan laporan keberlanjutan. Sebanyak 12 Lembaga Jasa Keuangan (LJK) telah menerbitkan laporan keberlanjutan. Selain perusahaan listing, perusahaan non listing menerbitkan laporan keberlanjutan. Banyak perusahaan yang membuat laporan keberlanjutan sehingga menunjukkan bahwa laporan tersebut merupakan laporan yang penting untuk diterbitkan terutama dalam hal untuk mengetahui bagaimana perusahaan mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik.

Pelaporan keberlanjutan adalah platform utama untuk mengkomunikasikan kinerja dan dampak keberlanjutan. Laporan keberlanjutan dalam bentuk dasarnya adalah laporan

BAB 12

KEGIATAN PERENCANAAN, IMPLEMENTASI, PENGAWASAN DAN EVALUASI SERTA PELAPORAN PROGRAM CSR

Program CSR merupakan salah satu bentuk kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar untuk memajukan perekonomian dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social Responsibility*-CSR) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau stakeholders. Dimana yang dimaksud dengan pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan maupun operasi perusahaan.

Realitas pelaksanaan program *Corporate social Responsibility* (CSR), perusahaan perlu selalu melakukan pengawasan dan evaluasi pada program CSR agar program yang sedang atau sudah dijalankan tepat sesuai sasaran dan yang diharapkan. Fokus kegiatan CSR terletak pada aktivitas perusahaan yang dituangkan dalam berbagai aktivitas sosial, seperti kedermawanan (philanthropy), kemurahan hati (*charity*), bantuan terhadap bencana alam, dan kegiatan sosial lainnya.

Praktek pelaksanaan CSR dibutuhkan sebuah perencanaan secara jelas sesuai dengan mekanisme pelaksanaan CSR. Perencanaan adalah dasar acuan agar program dapat berjalan secara sistematis dan terarah. Setelah perencanaan dibuat dan program berjalan, maka selanjutnya dilakukan monitoring secara berkala. Kegiatan CSR membutuhkan pemantauan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah

DAFTAR PUSTAKA

Abdad, Zaidi. 2003. Lembaga Perekonomian Ummat di Dunia Islam. Bandung: Angkasa.

Angger Sigit Pramukti dan Meylani Chahyaningsih, Pengawasan Hukum Terhadap Aparatur Negara, Cetakan Pertama, Pustaka Yustitia, Yogyakarta, 2016, hlm.13.

Aqiela, L., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) El-Corps. Share : Social Work Journal, 8(2), 211.https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20082

Aras dan Crowther. 2008. Corporate Social Responsibility. Ventus Publishing APS. ISBN 978-87-7681-415-1.

Asri, T. M., & Insari, F. F. (2020). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Program Bank Sampah Delima Pada Pt Pertamina Ep Asset 4 Field Cepu. Profetik: Jurnal Komunikasi, 12(2), 309. https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1709

Alfitri. 2011. Community Development (Teori dan Aplikasi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ambadar, J., 2008. Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia. Edisi 1, Penerbit Elex Media Computindo.

Azheri, Busyra. 2012 . Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory. Cetakan ke 2. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Burlingame, Dwight F. 2006. Philanthropy dalam Microsoft Encarta Standard

Brundtland, G.H., editor. 1987. Report of The World Commission on Environment and Development, The United Nation.

Carroll B.(1991). The Pyramid of Corporative Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Bussiness Horizons, 34.39-48.

Swift, C., & G. Levin, Empowerment: An Emerging Mental Health Technology, Tjondronegoro, S. M. P. (1984). Social Organization and Planned Development in Rural Java: A Study of the Organizational Phenomenon in Kecamatan Cibadak, West Java and Kecamatan Kendal, Central Java. Oxford University.

Tamim. I. H. 2016. Community Development. "Filantropi dan Pembangunan. Volume 1, Nomor 1, Juni 2016. Universitas Udayana, Badung, Bali Indonesia.

Toolsfortransformation.net. Panduan Pengelolaan Program Community Development. https://toolsfortransformation.net/indonesia/wp content/uploads/2017/05/Draft1-Panduan-Program-CD-CSR.pdf Diakses pada 17 Mei 2021 (22:08).

Tyler, Ralph W. (1950). Basic Principle of Curriculum and Instruction. Syllabus for Education 360. Chicago: The University of Chicago Press.

Wrihatnolo dan Dwidjowijoto. (2007). Manajemen Pemberdayaan. Jakarta: Elex Media Komputindo.Journal of Primary Prevention, USA, 1987

WBCSD, Corporate Social Responsibility: Meeting changing expectation. World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94-024007-8. 1999.

Zarkasyi, Moh. Wahyudin (2008), Good Corporate Governance pada badan usaha Manufaktur, Perbankan dan Jasa Keuangan Lainnya. Bandung: Alfabeta.

TENTANG PENULIS

Ana Kuswanti adalah seorang assistant professor, Ilmu Komunikasi dan Wakil Bidang Umum dan Keuangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Karier sebagai dosen semula bukanlah suatu cita-cita, namun perjalanan kariernya membawanya menjadi seorang dosen.

Ana panggilan akrab, lahir di Purworejo 16 Maret 1977, anak ke empat dari enam bersaudara. Lahir dari keluarga orang tua seorang petani, semasa kecil hingga usia Sekolah Menengah Atas Ana rajin membantu orang tua menggembala kambing, banyak kebutuhan hidup yang ditopang dari hasil beternak kambing, seperti dapat membeli sepeda untuk kendaraan dalam aktivitas sehari-hari ke sekolah, ke sawah. Setelah lulus SMEA tahun 1995 Ana merantau ke Jakarta, dan bekerja disalahsatu perusahaan elektronik sekitar satu setengah tahun, kemudian menikah dengan Suroso dan bekerja di UPN Veteran Jakarta mulai tahun 1997. Usia pernikahan tahun ke tiga baru dikaruniai anak pertama perempuan diberi nama Amaliyah Izzul Islam, dan selang lima tahun kemudian lahir putera ke dua yang diberi nama Ali Musthofa Izzulhaq, saat usia Ali enam bulan di tahun 2014 saat itu Ana mulai menempuh kuliah S1 Reguler di FISIP UPN Veteran Jakarta, lulus 2009. Ana kemudian melanjutkan studi S2 di USAHID Jakarta tahun 2010 dan lulus tahun 2013. Setelah lulus Ana menjadi dosen tetap di FISIP UPN Veteran Jakarta dan mengajar selama 5 tahun. Mengingat pihak kampus sangat mendorong untuk bagi dosen untuk meningkatkan jenjang pendidikan S3, setelah melahirkan anak ke tiganya Layli Izzul Mubarok dan saat Layli usia satu tahun, maka Ana mencoba keberuntungan mendaftar kuliah program Doktoral di Institut Pertanian Bogor University dengan jalur beasiswa BPPDN tahun 2017-dan Alhamdullilah diterima. Ana menempuh kuliah selama 3 tahun empat bulan dan singkat cerita lulus dengan gelar akademik tertinggi Doktor pada program studi Komunikasi Pembangunan

Pertanian dan Pedesaan di IPB University. Saat ini mengabdi menjadi dosen tetap di FISIP UPN Veteran Jakarta dengan kepangkatan akademik Lektor.

Irpan Ripa'i Sutowo, M.Si. adalah seorang staf pengajar dan Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selepas menyesaikan pendidikan dari SMA Negeri 1 Cibungbulang, selanjutnya melanjutkan perkuliahan di Institut Pertanian Bogor (IPB) saat ini bernama IPB University melalui jalur undangan pada Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen dan memperoleh beasiswa penuh salah satunya dari Program CSR - Chevron Geothermal Salak, Ltd. (saat ini bernama Star Energy Ltd.) hingga dinyatakan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan Strata-2 (S-2) di Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan IPB University hingga pada tahun 2017 dinyatakan lulus.

Irpan Ripa'i Sutowo biasa disapa Irpan atau Towo lahir pada tanggal 24 Oktober 1989 mengawali karirnya dengan aktif dan menekuni kegiatan pemberdayaan masyarakat sejak tahun 2013 yaitu diantaranya pada tahun 2013 berpartisipasi sebagai fasilitator Program Pembentukan dan Pendampingan Program Green Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) di Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor kerjasama Pusat Pengembangan Sumberdaya Manusia (PPSDM) LPPM IPB dan CSR - PT Holcim, Tbk dan Bekerja sebagai fasilitator Program Penggemukan Sapi di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor Program CSR Chevron Geothermal Salak, Ltd. Pada tahun 2014-2016 diberi amanah oleh Lembaga Kemanusiaan Nasional PKPU sebagai fasilitator beberapa program pemberdayaan masyarakat, seperti Program *Water Sanitation* (Watsan), Program 1000 Jamban, dan Program Berbagai Air yang salah satunya mendampingi Program Berbagi Air

kerjasama dengan CSR - PT. Pembangunan Perumahan (Persero) Tbk (PT. PP) di Desa Pasarean Kab. Bogor. Pada tahun 2017-2018 Bekerja di Yayasan Senyum Untuk Negeri sebagai *Project Officer* yang menjalankan, menganalisis, dan membuat laporan dari beberapa program CSR dari beberapa perusahaan, seperti Danone di Bekasi, Bank Indonesia (BI) di Depok, PT Hero Supermarket Tbk di Ciputat, PT Pertamina (Persero) di Cikampek, dan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (kegiatan *social Mapping*) di Jakarta Utara. Terakhir pada tahun 2019 hingga saat ini Irpan Ripa'i Sutowo bertugas sebagai dosen tetap Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta dengan mengampu beberapa mata kuliah diantaranya CSR *and Community Development*, Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial, dan Statistik Sosial. Selain itu ia juga aktif dalam menjalankan tridharma perguruan tinggi lain seperti darma penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di dalam maupun luar kota.