

Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) pada Program Siswa Mengenal Nusantara

Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2021
Vol. 9 (2), 2021
Copyright ©2021, Afifah Izzaturrahmi Ibrahim, et al.
This is an open access article under the CC-BY-SA license
DOI: 10.30656/lontar.v9i2.2363

Article History
Submission: July 2nd, 2020
Revised: December 04th, 2021
Accepted: December 16th, 2021

Afifah Izzaturrahmi Ibrahim¹, Lukiati Komala Erdinaya², Aat Ruchiat Nugraha^{3*}

¹Universitas Padjadjaran

Email: Afifahizza1398@gmail.com

²Universitas Padjadjaran

Email: lukiatikomala@gmail.com

³Universitas Padjadjaran

Email: ruchiat@unpad.ac.id*

(* = Correspondent Author)

ABSTRACT

The diversity of tribes, religions, races, and between groups for the Indonesian people is a strength to build a great nation. The younger generation's understanding of the cultural diversity of Indonesia is fading due to the impact of globalization, so an education program for love of the homeland is needed. One of the educational programs is the Student Know the Archipelago Program which is sponsored by a company that is part of a State-Owned Enterprise (BUMN) conducted by PT. Pertamina in Papua Province. The purpose of this research is to know about implementing Corporate Social Responsibility through the student program to know Nusantara by PT Pertamina (Persero). The research method used is a descriptive study with qualitative data types through data collection techniques conducted utilizing interviews, observations, and literature studies. The results showed that in the planning phase of PT Pertamina SMN CSR program which refers to the concept of Hohnen shows there is still some inconformity implementation of CSR program due to the condition of Papua area that has limitations in access to information and communication. This limitation can make the lack of a valid CSR program SMN 2018 held by PT. Pertamina (Persero) in campaigning for the diversity of Indonesian culture. Simpulan showed that PT. Pertamina has been striving to be able to realize the CSR program as a manifestation of the responsibility of BUMN present for the state.

Keywords: CSR, Implementation, Effectivity, Diversity, BUMN

ABSTRAK

Keragaman suku, agama, ras, dan antar golongan bagi bangsa Indonesia merupakan suatu kekuatan untuk membangun bangsa yang besar. Semakin pudarnya pemahaman generasi muda terhadap keragaman budaya Indonesia akibat dampak globalisasi maka diperlukan program edukasi cinta pada tanah air. Salah satu program edukasi tersebut adalah Program Siswa Mengenal Nusantara yang disponsori oleh perusahaan yang tergabung Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dilakukan oleh PT. Pertamina di Provinsi Papua. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi Corporate Social Responsibility pada program Siswa Mengenal Nusantara (SMN) oleh PT Pertamina (Persero). Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif dengan jenis data berupa kualitatif melalui teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam tahap perencanaan program CSR SMN PT. Pertamina yang merujuk pada konsep Hohnen menunjukkan masih ada beberapa ketidaksesuaian implementasi program CSR yang dikarenakan kondisi wilayah Papua yang memiliki keterbatasan dalam akses informasi dan komunikasi. Keterbatasan ini yang dapat menjadikan kurang efektifnya program CSR SMN 2018 yang diselenggarakan oleh PT. Pertamina (Persero) dalam mengkampanyekan keberagaman budaya negeri Indonesia. Simpulan menunjukkan bahwa PT. Pertamina telah berupaya untuk dapat mewujudkan program CSR sebagai wujud tanggungjawab BUMN Hadir Untuk Negeri.

Kata Kunci: CSR, Efektifitas, Keberagaman, Implementasi, BUMN.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu program yang menjadi media bagi perusahaan untuk melakukan pengembangan terhadap masyarakat dengan turut mengonsiderasi situasi sosial dan lingkungan yang ada (Hohnen, 2007). Lebih lanjut menurut Paul Hohnen (2007), setiap perusahaan, baik UKM maupun perusahaan besar, memiliki karakteristik yang unik yang akan memengaruhi cara kerjanya dalam menerapkan CSR. Maka dari itu, tidak ada konsep yang “*one-size-fits-all*” untuk menerapkan CSR. Hohnen menerapkan kerangka model CSR yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan setiap perusahaan berbagai macam ukuran, yakni *plan-do-check-improve*.

Terdapat beberapa kendala komunikasi yang terjadi pada tahap perencanaan (*plan*). Dijelaskan dalam tahapan perencanaan menurut Hohnen, yang menyinggung mengenai komunikasi dengan pihak-pihak yang terlibat. Sehingga terdapat beberapa tahapan yang tidak sesuai dengan tahapan implementasi menurut Hohnen.

Pada tahap pelaksanaan (*do*) ditemukan bahwa ada beberapa poin yang berada dalam tahapan ini tidak dilaksanakan. Selain itu, terdapat juga beberapa kendala teknis yang dirasakan saat berada di lapangan dan menghambat berjalannya program SMN ini.

Pada tahap pengecekan (*check*), Pertamina tidak melakukan tahapan ini sama sekali hanya langsung ke tahapan perbaikan (*improve*) dengan melakukan evaluasi. Hal yang disayangkan untuk sebuah program yang tidak melakukan pengecekan sama sekali dalam pelaksanaan programnya.

Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai bagian dari masyarakat bernegara, telah melaksanakan program “BUMN Hadir untuk Negeri” secara berkesinambungan sejak tahun 2015. Sebagai komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menumbuhkan dan memupuk rasa kebanggaan berbangsa dan bertanah air Indonesia kepada seluruh masyarakat di seluruh pelosok Negeri, Kementerian BUMN dan BUMN kembali mewujudkan “BUMN Hadir untuk Negeri” pada tahun 2018. Membangun kesadaran partisipasi masyarakat yang dilakukan dengan memberdayakan masyarakat dan melakukan komunikasi dua arah (Pitasari Nurina Dwi, 2019), merupakan cara yang cukup efektif dalam meningkatkan kebanggaan dalam berkehidupan pada masyarakat yang plural.

Disadari bahwa Indonesia merupakan sebuah negeri yang berlimpah kekayaan alam dan dihiasi dengan berbagai keragaman, mulai dari ribuan pulau yang menghiasi khatulistiwa, dengan ragam budaya, bahasa daerah, suku bangsa, ras, agama, dan kepercayaan, dan lain-lainnya. Oleh karena itu, dengan adanya “BUMN Hadir untuk Negeri” atau yang sering disingkat BHUN diharapkan dapat menumbuhkan rasa kebanggaan sebagai warga negara Indonesia sehingga ke depannya Indonesia mampu tegak berdiri sebagai Negara Kesatuan Republik Indonesia di tengah keragaman tersebut sebagai perwujudan semboyan “Bhinneka Tunggal Ika”. Kebhinnekaan Indonesia saat ini sedang diuji dengan maraknya informasi hoaks dan ujaran kebencian yang saling menyudutkan antara golongan satu dengan golongan lainnya (Parani et al., 2018). Kehadiran BUMN di seluruh provinsi di Indonesia diharapkan dapat menjadi pendorong pengembangan ekonomi di daerah seluruh Indonesia khususnya wilayah 3T (Terdepan, Terluar, dan Tertinggal).

BUMN Hadir Untuk Negeri diselenggarakan oleh seluruh BUMN secara serentak di 34 provinsi di seluruh tanah air, yang menjadi pertanda pula bahwa seluruh BUMN dapat bersinergi untuk membangun negeri. Pada tahun 2018, program-program yang terdapat dalam program “BUMN Hadir untuk Negeri” adalah (1) Siswa Mengenal Nusantara, (2) BUMN Hadir di Kampus, (3) Peringatan HUT Kemerdekaan RI, (4) Safari Ramadhan, (5) Mudik Gratis, (6) Peringatan Natal, (7) Konservasi Badak, dan (8) HUT Bersama BUMN.

Siswa Mengenal Nusantara memiliki tujuan untuk menanamkan rasa bangga dan cinta tanah air sejak dini kepada siswa SMA/ SMK/ SLB. Keragaman kekayaan Nusantara dan potensi daerah diperkenalkan melalui interaksi secara langsung dengan penduduk lokal serta teman

sebagai di provinsi yang dikunjungi. Indonesia adalah sebuah bangsa yang komposisi etnisnya sangat beragam (Mahfud, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih program Siswa Mengenal Nusantara atau SMN dikarenakan program SMN ini menjadi sarana untuk menanamkan rasa kebangsaan sejak dini, sekaligus mendorong generasi muda untuk mengenal lebih jauh kekayaan nusantara sebagai bekal bersaing di pasar global serta bisa menjadikan SDM yang berkualitas demi membangun Indonesia. Karena Program Siswa Mengenal Nusantara memiliki tujuan untuk menanamkan rasa bangga dan cinta tanah air sejak dini kepada siswa SMA/ SMK/ SLB. Keragaman kekayaan Nusantara dan potensi daerah diperkenalkan melalui interaksi langsung siswa dengan komponen lembaga pemerintahan dan masyarakat di provinsi yang dikunjungi.

Pada tahun 2018, untuk pertama kalinya PT. Pertamina (Persero) turut dalam program Siswa Mengenal Nusantara. CSR PT. Pertamina (Persero) mendapatkan tanggung jawab untuk menjadi penanggung jawab program Siswa Mengenal Nusantara di Papua. CSR PT. Pertamina (Persero) dan BNI menjadi dua perusahaan BUMN yang bekerjasama untuk mengirimkan siswa dari Papua dan siswa dari Aceh untuk bertukar menjadi siswa Papua ke Aceh dan siswa Aceh ke Papua. Siswa Aceh yang berada di Papua selama kegiatan didampingi oleh pihak CSR PT. Pertamina (Persero).

PT. Pertamina (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ditugaskan Pemerintah untuk mengelola kegiatan migas dan panas bumi di Indonesia. Terbentuknya Pertamina berlangsung melalui serangkaian proses panjang dan tidak terlepas dari semangat perjuangan bangsa Indonesia.

Kegiatan Pertamina dalam menyelenggarakan usaha di bidang energi dan petrokimia terbagi dalam dua sektor, yaitu Hulu dan Hilir, serta ditunjang oleh kegiatan anak-anak perusahaan dan perusahaan patungan.

Tema CSR PT. Pertamina (Persero) adalah "Pertamina Sobat Bumi". Pertamina Sobat Bumi adalah payung tema CSR yang diluncurkan oleh Direktur Utama pada 1 Desember 2011. Makna dari Pertamina Sobat Bumi adalah Pertamina dalam menjalankan operasinya, peduli terhadap kelestarian bumi tempat kelangsungan makhluk hidup di atasnya untuk kepentingan generasi yang akan datang.

Pelaksanaan program CSR ini merupakan bagian dari upaya menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholdernya* PT. Pertamina, yaitu masyarakat Indonesia (siswa) yang dilakukan oleh Manager CSR dibawah Corporate Secretary. Walaupun namanya berbeda, namun itu merupakan fungsi dari *public relations* (Humas). *Public Relations* dapat diartikan sebagai hubungan publik atau hubungan antarpublik. Secara harfiah, *public* berarti sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama, serta mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Sedangkan *relations*, memiliki arti adanya hubungan yang timbal balik atau *two way communication*. Ruang lingkup pekerjaan PR tidak dapat terlepas dengan melakukan komunikasi dengan publik, baik itu publik eksternal maupun internal (Salam & Awza, 2007).

Public Relations adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Rumani, 2002).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008). Sedangkan konsep CSR mengalami perkembangan sehingga dapat dikonsepsikan sebagai konsep tanggung jawab dalam makna *responsibility*, *liability*, dan *social responsibility* (Wahyudi & Azheri, 2008). Pentingnya

program CSR dalam memperhatikan kebutuhan dan keinginan stakeholdersnya adalah untuk meminimalisasi kemungkinan konflik yang terjadi. Maka hal ini perlu menjadi perhatian bagi seorang praktisi public relations di suatu perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagai sumber daya perusahaan (Kotler & Lee, 2005). Diperkuat dengan pernyataan dari Crowther David (2008) yang mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu (1) *sustainability*; (2) *accountability*; dan (3) *transparency* (Hadi, 2014).

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang. Hawken menyebutkan bahwa *Sustainability therefore implies that society must use no more than can be regenerated. This can be defined in term of the carrying capacity of the ecosystem* (Hadi, 2014).

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. Tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi (Hadi, 2014). Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal, transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi salah informasi, kesalahpahaman.

Berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* atau tiga faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia (*People, Profit, and Planet*), program tanggung jawab sosial penting untuk diterapkan oleh perusahaan karena keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak bisamengabaikan peranan *stakeholders* (konsumen, pekerja, masyarakat, pemerintah, dan mitra bisnis) dan *shareholders* dengan hanya mengejar profit semata.

Profit merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai oleh sebuah perusahaan, bahan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, *profit* merupakan orientasi utama perusahaan.

People merupakan lingkungan masyarakat (*community*) di mana perusahaan tersebut berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, *community* memiliki interelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat lewat *strategy social responsibility*.

Planet merupakan lingkungan fisik perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat di mana perusahaan tersebut menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat.

Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat. Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan *Triple Bottom Line* maka akan terjadi gangguan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut yang dapat menimbulkan reaksi seperti demo masyarakat sekitar atau kerusakan lingkungan sekitar akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut.

Tidak ada metode yang “satu ukuran cocok untuk semua” dalam menerapkan *corporate social responsibility* (CSR). Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang akan mempengaruhi pandangannya terhadap konteks operasional dan mendefinisikan tanggung jawab sosialnya. Setiap perusahaan memiliki beragam pemahaman mengenai isu CSR dan seberapa besar hasil yang telah didapatkan dari pelaksanaan pendekatan CSR (Hohnen, 2007).

Ada hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan CSR, yakni perlu selaras dengan misi perusahaan, berkaitan dengan budaya bisnis dan lingkungan perusahaan, dan bagaimana kondisi operasinya. Intinya adalah CSR perlu diintegrasikan ke dalam pengambilan inti perusahaan, strategi, proses, dan aktivitas manajemen, baik secara bertahap maupun komprehensif.

Kerangka kerja implementasi CSR yang baik berintegrasi dalam pengambilan keputusan ekonomi, sosial, lingkungan sebuah perusahaan. Paul Hohnen membuat kerangka kerja yang luas untuk melaksanakan pendekatan CSR yang dibangun atas dasar pengalaman dan pengetahuan di bidang lain seperti kualitas dan manajemen lingkungan. Kerangka ini terdiri dari perencanaan (*plan*), pelaksanaan (*do*), pengecekan (*check*), evaluasi (*evaluate*), dan pengecekan kembali (*cross check*). kerangka tersebut juga fleksibel disesuaikan dengan kondisi sebuah perusahaan.

Berdasarkan kerangka kerja Hohnen, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana implementasi *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Pertamina pada program edukasi di provinsi Papua.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif Kualitatif. Metode Kualitatif adalah metode untuk menyelidiki obyek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka ataupun ukuran lain yang bersifat eksak. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.

Metode ini memungkinkan untuk bebas mengamati objeknya, menjelajah, dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang penelitian (Ardianto, 2011). Deskriptif kualitatif berdasarkan perspektif subyektif, mencakup wawancara tidak berstruktur atau mendalam dan melibatkan pengamatan berperan serta dalam proses pengumpulan datanya. Selain itu, metode ini sangat menekankan penafsiran dibandingkan pengamatan secara obyektif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2009).

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2007) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Dengan demikian, subjek penelitian ini adalah bagian Corporate Secretary PT. Pertamina yang bersedia untuk diwawancarai dengan objeknya adalah pelaksanaan program *corporate social responsibility* di provinsi Papua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk tahapan perencanaan, (Hohnen, 2007) menjelaskan lima tahapan proses penilaian CSR, seperti dibawah ini: (1) Merancang tim kepemimpinan CSR (*Assemble a CSR leadership team*); (2) Mengembangkan definisi kerja CSR (*Develop a working definition of CSR*); (3) Mengidentifikasi persyaratan hukum (*Identify legal requirements*); (4) Mengulas dokumen perusahaan, proses, dan kegiatan (*Review corporate documents, processes, and activities*); (5) Mengidentifikasi dan melibatkan *stakeholders* utama (*Identify and engage key stakeholders*).

Pada poin yang pertama, *Assemble a CSR leadership team*, Hohnen mengatakan bahwa layaknya strategi manajemen yang baik, yang proses CSR nya membutuhkan dukungan dari *top management* perusahaan. Tim kepemimpinan CSR haruslah representasi dari dewan direksi, *top management*, pemilik perusahaan, dan karyawan dari berbagai unit dalam perusahaan yang berpengaruh dan terlibat dalam isu CSR (Hohnen, 2007).

Berdasarkan keterangan tersebut, program Siwa Mengenal Nusantara 2018 merupakan salah satu program CSR yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) di bawah *Corporate Secretary* yang dibawahnya terdapat departement *Corporate Social Responsibility & Small Medium Entrepreneurship Partnership Program (CSR & SMEPP)*, yang dikepalai oleh *Vice President CSR & SMEPP*. Fungsi CSR berada di bawahnya yang dikepalai oleh *CSR Manager*. *CSR Manager* membawahi *Sr Analyst CSR Planning, Sr Officer Implementation Program, Officer Implementation Program, dan Officer Reporting and Consolidation Program* yang dibantu *Administration Team*. CSR adalah tanggung jawab sosial perusahaan dimana melalui kegiatan ini, perusahaan berusaha membina interaksi dengan lingkungan untuk menciptakan saling pengertian dan saling memiliki (Zubair, 2015).

Pada poin yang kedua, *Develop a working definition of CSR*, penting bagi perusahaan untuk menjabarkan definisi CSR sebagai fondasi penilaian CSR (Hohnen, 2007: 24). *World Business Council on Sustainable Development* (dalam (Kotler & Lee, 2005) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Pelaksanaan program SMN 2018 merupakan salah satu program yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) yang sejalan dengan visi dan misi, serta pillar CSR PT Pertamina (Persero). Visi CSR PT Pertamina (Persero) yaitu Menuju Kehidupan Lebih Baik. Visi ini merupakan landasan dari segala kebijakan dan aktivitas yang dilakukan oleh Pertamina dalam melaksanakan program CSR. Misi merupakan penjabaran inti aktivitas yang mengantarkan terwujudnya harapan sebagaimana tertuang dalam visi perusahaan. Misi CSR PT Pertamina (Persero) yaitu: (1) Melaksanakan komitmen korporat atas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang akan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan; (2) Melaksanakan tanggung jawab korporat dan kepedulian sosial untuk sebuah pembangunan masyarakat yang berkelanjutan. Pillar CSR PT Pertamina (Persero) yaitu Pertamina Sehati untuk program yang berhubungan dengan bidang kesehatan masyarakat. *Bright with Pertamina* untuk program yang berfokus pada bidang pendidikan. Untuk *Green Villages*, dikhususkan untuk program yang bertemakan lingkungan. Terakhir, *Ecopreneurship* untuk program yang berhubungan dengan bidang ekonomi masyarakat. Peningkatan ekonomi bagi masyarakat dimaknai sebagai peningkatan pendapatan ekonomi akibat dampak positif dari peningkatan kualitas produk yang dihasilkan setelah pelaksanaan pemberdayaan masyarakat (Zainal et al., 2018).

Pada poin ketiga, *Identify Legal Requirement*, (Hohnen, 2007) menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR dilakukan atas dasar sukarela guna meningkatkan performa perusahaan dan manfaatnya ke masyarakat sekitar. Dalam konteks ini, langkah yang perlu dilakukan adalah memastikan bahwa bisnis sudah menghormati undang-undang yang ada, baik yang berkaitan dengan hal-hal seperti tata kelola, perpajakan, penyuaapan, tenaga kerja, atau lingkungan.

Dalam mengelola kegiatan CSR, Pertamina melakukannya berdasarkan Pedoman Pengelolaan CSR PT Pertamina (Persero). Di dalam pedoman tersebut, disebutkan pula Undang-Undang yang mengatur kegiatan CSR, yaitu Undang-Undang no. 40 tahun 2007, disebutkan dalam: Ayat (1) bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan; Ayat (2) bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran; Ayat (3) bahwa Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; Ayat (4) bahwa Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. Disebutkan dalam Pedoman tersebut juga bahwa: (1) Anggaran kegiatan CSR adalah sebesar maksimal 1% dari keuntungan Perusahaan tahun sebelumnya. (2) Anggaran kegiatan CSR tidak dapat dialihkan ke mata anggaran lain.

Pada poin keempat, *Review corporate documents, processes and activity, and internal capacity*, (Hohnen, 2007) menjelaskan bahwa dengan definisi CSR yang sudah ada dan motivasi yang ada di balik CSR perusahaan, tim kemudian harus meninjau dokumen, proses, dan kegiatan untuk pelaksanaan implementasi CSR yang aktual dan potensial. Dokumen yang dimaksudkan adalah pernyataan misi, kebijakan, kode etik, prinsip-prinsip, dan dokumen operasi lainnya. Proses yang dimaksud adalah perusahaan memiliki proses pengambilan keputusan yang spesifik terkait untuk menangani aspek-aspek tertentu dan kegiatan dimaksudkan kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan menyediakan produk atau layanan kepada pengguna yang dapat terhubung erat dengan CSR.

Pertamina melaksanakan program CSR mematuhi dan mengikuti pedoman yang diberikan oleh perusahaan. Pedoman tersebut berisikan batasan-batasan dalam melaksanakan program CSR dan bagaimana mengelola program CSR mulai dari perencanaan hingga evaluasi program. Pedoman tersebut membantu tim CSR untuk menjadi panduan yang harus diikuti selama pengelolaan program CSR tersebut. Tidak terlepas program SMN, yang baru dilaksanakan oleh Pertamina pada tahun 2018, pengelolaannya mengikuti Pedoman CSR Pertamina.

Pada poin terakhir, *Identify and engage key stakeholders*, (Hohnen, 2007) mengatakan bahwa sudah banyak perusahaan yang melibatkan *stakeholders* sebagai pusat dalam mengidentifikasi isu yang paling krusial untuk perusahaan. *Stakeholders* setiap perusahaan berbeda dilihat dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan.

Key stakeholders dalam program SMN 2018, adalah para peserta SMN 2018 yang dimana mereka termasuk dalam kategori *outside stakeholders*. Karena target dari program SMN 2018 adalah siswa SMA/SMK/SLB terpilih.

(Hohnen, 2007) mengungkapkan enam langkah dalam mengembangkan strategi CSR, yaitu: (1) Membangun hubungan dengan CEO, manajemen senior, dan karyawan (*Build support with the CEO, senior management, and employees*); (2) Lakukan penelitian tentang apa yang dilakukan oleh para kompetitor dan nilai instrumen CSR mereka (*Research of what others are doing and assess the value of recognized CSR instrument*); (3) Menyiapkan matriks tindakan CSR yang diusulkan (*prepare a matrix of proposes CSR actions*); (4) Mengembangkan opsi untuk tindakan CSR (*Develop options for proceeding and the business case for them*); (5) Menentukan arah, pendekatan, batasan, dan fokus area (*Decide on direction, approach, boundaries, and focus area*).

Pada poin pertama, *Build support with the CEO, senior management, and employees*, Hohnen mengatakan bahwa tanpa dukungan pimpinan perusahaan, strategi CSR sulit untuk dicapai. Keterlibatan CEO perusahaan sangatlah vital. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dalam mengembangkan strategi CSR adalah tim kepemimpinan CSR melaporkan kembali ke *senior management* (dewan direksi) mengenai pengambilan keputusan CSR sudah terlaksana dengan baik atau ada ketertarikan dengan isu-isu CSR (Hohnen, 2007: 33)

Program SMN dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) yang merupakan tanggungjawab dari fungsi CSR PT Pertamina (Persero). Program SMN merupakan salah satu program yang ada dalam program besar yang diprakarsai oleh Kementerian BUMN, yaitu BHUN (BUMN Hadir Untuk Negeri). Dikarenakan sudah dirumuskan dari awal, bahwa program BHUN merupakan program CSR untuk perusahaan BUMN, maka fungsi CSR yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan program SMN.

Pada poin selanjutnya, *Research of what others are doing and assess the value of recognized CSR instrument*, Hohnen menyarankan perusahaan untuk melakukan riset untuk membandingkan program CSR yang dilakukan perusahaan dengan kompetitor. Perusahaan bisa melakukan riset tentang visi, nilai, kebijakan, dan pendekatan CSR yang dilakukan oleh kompetitor. Riset tersebut dapat digunakan untuk pengembangan CSR perusahaan (Hohnen, 2007).

Program SMN dilaksanakan oleh seluruh perusahaan BUMN yang ada di Indonesia dan sudah dilaksanakan sejak tahun 2015, sehingga BUMN lain, yang sudah ikut melaksanakan pada tahun-tahun sebelumnya mengetahui situasi lapangan yang sebenarnya. Dalam hal ini, tim CSR Pertamina mendapatkan banyak informasi dan data yang harus dipersiapkan untuk

keberlangsungan program SMN. Dengan informasi yang didapatkan, Pertamina melakukan riset untuk memastikan keadaan di lapangan seperti apa dengan bantuan dari tim CSR Pertamina MOR VIII.

Poin ketiga, *Develop options for proceeding and the business case for them*, Hohnen mengatakan bahwa apapun pendekatan CSR yang diadopsi, langkah pertama yang harus dilakukan adalah perusahaan perlu mencari cara untuk mengintegrasikan CSR ke dalam operasi. Pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR perlu menyelaraskan pendekatan CSR dengan tujuan utama bisnis, metode, dan kompetensi perusahaan. Sesi *brainstorming* dapat dilakukan dengan manajer senior, karyawan, mitra bisnis utama, dan lain-lain sehingga pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR dapat menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan CSR perusahaan, seperti kegiatan dan inisiatif sosial yang dilakukan perusahaan, tujuan CSR perusahaan, apa dampak CSR bagi lingkungan di sekitar, dan lain-lain (Hohnen, 2007). Pemahaman mengenai program SMN diberikan oleh Mas Edu, selaku PIC Pertamina yang turun ke lapangan selama program SMN, kepada seluruh *staff* CSR.

Poin keempat, *Develop options for proceeding and the business case for them*, Hohnen mengatakan bahwa langkah pertama yang harus dilakukan adalah perusahaan perlu menyelaraskan pendekatan CSR dengan tujuan perusahaan (Hohnen, 2007). Kembali lagi kepada visi dan misi CSR yang memiliki visi "Menuju kehidupan yang lebih baik". Visi CSR Pertamina selaras dengan Visi perusahaan PT Pertamina (Persero) yaitu "Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia". Hal tersebut menandakan bahwa setiap program CSR Pertamina yang dijalankan, akan selaras dengan visi perusahaan Pertamina.

Pada poin terakhir, *Decide on direction, approach, boundaries, and focus areas*, Hohnen mengatakan bahwa tim kepemimpinan CSR perlu menentukan arah, pendekatan, dan fokus perusahaan terhadap CSR. Arah adalah keseluruhan arah yang bisa diraih perusahaan atau area utama yang ingin dilakukan, pendekatan mengacu pada bagaimana sebuah perusahaan berencana untuk bergerak ke arah mana, dan fokus area harus sejajar dengan tujuan bisnis perusahaan (Hohnen, 2007).

Pertamina memiliki tema CSR yang menjadi payung besar dalam pelaksanaan program-program CSR Pertamina. Tema besarnya adalah "Pertamina Sobat Bumi". Pertamina Sobat Bumi memiliki makna bahwa dalam menjalankan program CSR, harus peduli terhadap kelestarian bumi tempat dimana kelangsungan makhluk hidup di atasnya dan untuk generasi mendatang. Dari tema CSR Pertamina muncul 4 *pillar* yang berada di bawahnya, yaitu Pertamina Sehati untuk program yang berhubungan dengan bidang kesehatan masyarakat. *Bright with Pertamina* untuk program yang berfokus pada bidang pendidikan. Untuk *Green Villages*, dikhususkan untuk program yang bertemakan lingkungan. Terakhir, *Ecopreneurship* untuk program yang berhubungan dengan bidang ekonomi masyarakat.

Untuk tahapan pelaksanaan, Hohnen mengajukan enam cara untuk mengembangkan komitmen (Hohnen, 2007), yaitu: (1) Melakukan *scan* komitmen CSR (*Do a scan of CSR commitments*); (2) Diskusi dengan para *stakeholders* (*Hold a discussion with major stakeholders*); (3) Membuat sebuah kelompok kerja untuk mengembangkan komitmen (*Create a working group to develop the commitments*); (4) Membuat *draft* awal (*Prepare a preliminary draft*); (5) Mengkonsultasikan dengan *stakeholders* (*Consult with affected stakeholders*); (6) Merevisi dan mempublikasikan komitmen CSR (*Revise and publish the commitments*).

Pada poin pertama, *Do a scan of CSR Commitments*, Hohnen mengatakan bahwa sebelum mengembangkan komitmen CSR atau setuju untuk memnuhi standar CSR pihak ketiga, sebaiknya perusahaan meneliti instrumen CSR yang dikembangkan oleh pemerintah dan badan antar pemerintah seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), *International Labour Organization* (ILO), dan *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD). Pemerintah dan badan antar pemerintah memiliki tingkat kredibilitas tinggi dan merupakan panduan yang baik untuk melihat apakah tindakan tersebut dapat diterima atau tidak (Hohnen, 2007).

Disebutkan dalam Panduan Pengelolaan CSR PT Pertamina (Persero) bahwa terdapat beberapa Peraturan yang menjadi referensi dalam pengelolaan CSR di Pertamina, diantaranya;

(1) Undang-Undang No. 19 Tahun 2003; (2) Undang-Undang no. 40 Tahun 2007; (3) Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012; (4) Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011; (5) Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-BUMN/2002; (6) dan lainnya.

Program SMN yang merupakan rangkaian dari program BHUN, informasi mengenai program ini sampai hingga ke Direktur Utama. Selain itu, dari hasil penelitian, disebutkan bahwa Direktur Utama Pertamina diagendakan untuk turun langsung ke lapangan pada puncak acara kegiatan SMN, namun dikarenakan berbagai hal, digantikan oleh Direktur Perencanaan Investasi dan Manajemen Risiko PT Pertamina (Persero).

Pada poin kedua, *Hold discussion with major stakeholders*, Hohnen mengatakan bahwa perusahaan juga harus menjangkau *stakeholders* utama. Tujuannya agar perusahaan dapat mengetahui persepsi awal tentang minat dan kekhawatiran *stakeholders*. Informasi dari *stakeholders* utama dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan komitmen CSR. Libatkan *top management* dalam CSR karena tanpa dukungan *top management*, kecil kemungkinan pelaksanaan CSR akan efektif. Masukan awal dari karyawan juga perlu karena karyawan berada di garis paling depan di perusahaan. Diskusi dengan mitra bisnis juga perlu dilakukan untuk memilih dan mengidentifikasi mitra yang bersedia membantu dalam pelaksanaan CSR (Hohnen, 2007).

Program SMN yang merupakan rangkaian dari program BHUN, informasi mengenai program ini sampai hingga ke Direktur Utama. Selain itu, dari hasil penelitian, disebutkan bahwa Direktur Utama Pertamina diagendakan untuk turun langsung ke lapangan pada puncak acara kegiatan SMN, namun dikarenakan berbagai hal, digantikan oleh Direktur Perencanaan Investasi dan Manajemen Risiko PT Pertamina (Persero).

Pada poin ketiga, *Create a working group to develop the commitments*, Hohnen menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR perlu membentuk kelompok kerja lintas bagian organisasi mulai dari *top management* hingga karyawan, diskusi pun harus dimulai sejak awal dan membicarakan tentang tujuan kelompok, tanggung jawab anggota, dan tanggung jawab kerja, serta komunikasi dua arah antara kelompok kerja dan perusahaan (Hohnen, 2007).

Dalam keputusan surat Kementerian BUMN No. S-669/MBU/D7/06/2018. Setiap provinsi akan di-*handle* oleh dua perusahaan BUMN, yang disebut dengan PIC dan Co PIC BUMN. Dengan keputusan itu, Pertamina bersama dengan Damri di provinsi Papua bekerjasama dan berkoordinasi dengan BNI bersama dengan Surveyer Indonesia untuk melaksanakan program SMN 2018. Selain dengan pihak luar, Pertamina pusat berkoordinasi dengan Pertamina MOR VIII yang berada di Papua untuk persiapan internal di Papua.

Pada poin keempat, *Prepare a preliminary draft*, Hohnen mengatakan bahwa perusahaan perlu membuat *draft* awal berisi pernyataan yang mudah dimengerti dan mengandung kewajiban para pelaksana program CSR dengan jelas dan ringkas, guna mengidentifikasi siapa yang bertanggung jawab untuk menerapkan komitmen pelaksanaan CSR (Hohnen, 2007). Seperti dalam pemaparan sebelumnya dalam kelompok kerja pelaksanaan program SMN, setiap *staff* yang berada di CSR memiliki perannya sendiri. VP CSR & SMEPP berperan sebagai *supervisor* program SMN bersama dengan CSR *Manager*, bu Murti sebagai penanggungjawab program SMN. Untuk pelaksanaannya bu Era, membantu dalam tahap persiapan selama di Jakarta dan mas Edu sebagai penanggung jawab lapangan selama di Papua dibantu oleh *Administration Team*, mas Ready, mas Yano, mas Tiyus, dan mas Dodi. Untuk dari Pertamina MOR VIII ada mas Hendra dan mas Eko.

Pada poin kelima, *Consult with affected stakeholders*, Hohnen (2007: 51) menekankan bahwa konsultasi menyeluruh dengan *stakeholders* yang terkena dampak langsung tindakan CSR perusahaan dapat menjegah masalah di kemudian hari. Salah satu pendekatan yang baik adalah memulai dengan pihak-pihak yang paling mungkin terkena dampak langsung komitmen CSR.

Berdasarkan poin tersebut, Pertamina berkonsultasi dengan pihak BNI dalam program SMN melalui kerjasama dalam perencanaan program. Namun, karena program SMN memilih siswa yang menjadi peserta, Pertamina tidak mengkonsultasikan mengenai program SMN kepada para peserta SMN.

Poin terakhir, *Revise and publish the commitments*, Hohnen mengatakan bahwa setelah menerima *feedback* dari hasil konsultasi dengan *stakeholders* terkait, kelompok kerja dapat mempublikasikan komitmen ke seluruh karyawan yang terlibat dalam pelaksanaan CSR. Seringkali dipublikasikan melalui *website* perusahaan atau dalam laporan CSR atau laporan berkelanjutan (*sustainability report*) (Hohnen, 2007). Publikasi mengenai program SMN yang dilakukan oleh Pertamina dapat dilihat di *website* resmi PT Pertamina (Persero).

Implementasi komitmen CSR mengacu pada keputusan, proses, praktik, dan aktivitas-aktivitas sehari-hari yang memastikan perusahaan memenuhi komitmen CSR. Publik tentu akan menagih janji perusahaan atas komitmen yang sudah dibuat. Di sinilah implementasi CSR berperan penting. Implementasi berbicara tentang realisasi komitmen perusahaan (Hohnen, 2007).

Persiapan dilakukan di Jakarta dan di Papua secara bersamaan. Di Jakarta persiapan dilakukan untuk koordinasi dengan BNI, dan dengan Pertamina MOR VIII, untuk mempersiapkan siswa SMA yang akan menjadi peserta. Untuk memastikan perkembangan dan melihat kondisi di Papua, mas Edu sebagai PIC untuk SMN Papua, pergi ke Papua dan melaporkan kembali ke Jakarta untuk membahas persiapannya kembali. Bu Era menjelaskan juga topik yang menjadi bahasan dalam koordinasi dengan pihak BNI. Persiapan yang dilakukan di Papua lebih fokus kepada tempat yang akan dikunjungi atau menjadi tempat pelaksanaan kegiatan selama SMN. Selain itu, persiapan di Papua juga dilakukan untuk memilih siswa SMA/SMK/SLB di setiap Kabupaten/Kota.

Rangkaian kegiatan pelaksanaan SMN 2018 hari pertama di Jayapura berlangsung pada tanggal 11 Agustus 2018. Siswa Aceh yang sampai di Papua disambut oleh Dinas Pendidikan, pihak Pertamina, dan pihak Damri. Selanjutnya pada hari pertama ini, siswa Aceh mendapatkan pelatihan penulisan karya ilmiah untuk membantu siswa dalam menulis berbagai macam karya ilmiah saat di sekolah dan seterusnya.

Kegiatan di hari kedua, peserta dibawa untuk mengenal Rumah Kreatif BUMN (RKB) BNI yang ada di Sentani. Dari pengenalan RKB tersebut, siswa diperkenalkan kepada dunia *e-commerce* dan pengenalan singkat mengenai RKB. Rangkaian selanjutnya adalah peserta SMN diberikan kepada TNI untuk selanjutnya diambil alih oleh TNI untuk kegiatannya selama berada di Rindam Cendrawasih. Materi yang diberikan selama di Rindam, antara lain Kebijakan Pertahanan Negara, PBB, dan kegiatan di luar ruangan. Kegiatan di Rindam Cendrawasih berlangsung sampai tanggal 13 Agustus 2018.

Kegiatan di hari ketiga, pada tanggal 14 Agustus 2018, peserta SMN melakukan kegiatan santai dan melihat keindahan alam Papua. Peserta SMN dibawa ke Pantai Hamadi dan ditampilkan kebudayaan tarian Pergaulan di Papua. Diberi juga materi mengenai flora dan fauna endemik yang ada di Papua. Selanjutnya mengunjungi Danau Sentai dan melihat proses produksi kerajinan kulit kayu. Di penghujung hari, peserta SMN dibagikan lokasi Rumah Keluarga Angkat untuk selanjutnya menginap di rumah warga lokal.

Pada kegiatan di hari keempat, 15 Agustus 2018, siswa SMN mengunjungi Pertamina MOR (*Marketing Operation Region*) VIII Jayapura. Di sana, peserta SMN mendapatkan materi mengenai proses bisnis Pertamina, dan produk-produk Pertamina. Selanjutnya peserta SMN mengunjungi Universitas Cendrawasih. Pada malam ke empat ini pula dikumpulkan hasil tulisan diari yang ditulis setiap siswa kepada PIC Pertamina untuk dilampirkan pada laporan.

Kegiatan pada hari kelima, peserta SMN mengunjungi SMAN 4 Jayapura untuk melakukan seperti studi banding. Disana, siswa SMN yang berasal dari Aceh dikenalkan dengan budaya Aceh dengan berinteraksi dengan siswa yang seangkatan dengan mereka. Dan disisa harinya, peserta SMN diajak untuk melihat pembuatan Batik Port Numbay serta mengunjungi Museum Antropologi.

Kegiatan hari keenam, karena bertepatan dengan HUT RI ke-73, Peserta SMN mengikuti Upacara pengibaran bendera. Upacara dihadiri oleh Direktur Perencanaan Investasi dan Manajemen Risiko PT Pertamina (Persero) dan Peserta SMN diberikan sertifikat telah menjalankan SMN 2018 sekaligus menjadi acara pelepasan peserta SMN untuk kembali ke Aceh.

Setelah upacara, peserta SMN mengunjungi Lintas Batas Negara SKOUW. Siswa SMN kemudian menikmati sunset di Polimak Jayapura City dan akhirnya kembali ke hotel untuk *packing* dan mempersiapkan untuk kepulangannya ke Aceh pada keesokan harinya.

Kegiatan terakhir, pada tanggal 18 Agustus 2018, peserta SMN sudah bersiap kembali ke Aceh pada dini hari. Kepulangan Peserta Aceh ini ditemani PIC Pertamina hingga sampai ke Aceh. Kepulangan siswa Aceh yang seharusnya menjadi tanggungjawab PIC BNI, diberikan kepada Pertamina karena PIC BNI memiliki halangan, sehingga kepulangan siswa Aceh dan Papua ditemani oleh PIC Pertamina.

Selama persiapan dan pelaksanaan program SMN, komunikasi antar pihak dilakukan dengan bertatap muka dengan rapat, *e-mail*, atau *Whatsapp*. Namun komunikasi untuk koordinasi dengan pihak Pertamina MOR VIII yang berada di Papua, komunikasi terbatas melalui *e-mail* dan *Whatsapp* saja diakrenakan terdapat beberapa tempat yang belum terjangkau sinyal jaringan.

Menurut Hohnen, CSR pada akhirnya memperbaiki kinerja. Dengan demikian, pelaporan (*report*), verifikasi (*verification*), dan penjaminan (*assurance*) adalah alat penting untuk mengukur apakah perubahan benar-benar terjadi, memberi kesempatan kepada pihak yang berkepentingan untuk melihat seberapa baik perusahaan memenuhi komitmennya dan apa dampaknya. *Report* adalah bentuk komunikasi dengan pemangku kepentingan tentang manajemen, konerja, dan manajemen ekonomi, lingkungan, dan sosial. *Report* harus membahas bagaimana tren sosial mempengaruhi perusahaan dan pada akhirnya bagaimana kegiatan perusahaan mempengaruhi masyarakat. Dalam pembuatan *report* harus terdapat keseimbangan antara informasi yang terbuka dan transparan namun tidak membebani dengan fakta yang berlebihan. Tujuannya adalah untuk berbagi informasi dengan *stakeholders* untuk mendapatkan kepercayaan mereka dan dipandang lebih kredibel (Hohnen, 2007).

Evaluasi yang dilaporkan tim CSR Pertamina berisi laporan kegiatan yang dilakukan per hari di Papua, diari peserta SMN, dan laporan keuangan. Laporan dijadikan dua bentuk, satu sebagai laporan untuk pihak BUMN dan satu lagi menjadi bahan pertanggungjawaban kepada *Vice President CSR & SMEPP* dan keuangan PT Pertamina (Persero).

Dalam tahap *verification*, Hohnen mengatakan bahwa verifikasi melibatkan inspeksi di tempat dan tinjauan sistem manajemen untuk menentukan tingkat kesesuaian dengan kinerja tertentu yang ditetapkan dalam kode dan standar yang memungkinkan dan mendo sertifikasi dan audit pihak ketiga. Perusahaan harus menyesuaikan pendekatan mereka terhadap verifikasi agar sesuai dengan budaya perusahaan, dna konteks dan tujuan dan isi strategi dan komitmen CSR mereka (Hohnen, 2007).

Program Siswa Mengenal Nusantara 2018 sayangnya tidak memiliki verifikasi yang sesuai dengan penjabaran oleh Hohnen. Tim CSR Pertamina tidak melakkan verifikasi secara menyeluruh dan detail pada akhir kegiatan program SMN yang berlangsung selama delapan hari. Verifikasi hanya dilihat dari apakah peserta sudah menerima materi dengan baik dan paham. Hal tersebut dilakukan dengan membaca diari peserta yang diberikan pada hari pertama rangkaian kegiatan program SMN.

Tahapan evaluasi dilakukan Pertamina hanya dengan melihat bagaimana peserta SMN menerima informasi dan materi yang telah diberikan selama rangkaian kegiatan program SMN 2018. Selama kegiatan berlangsung, peserta diberikan masing-masing diari yang harus diisi untuk melihat sejauh mana peserta mengerti materi yang disampaikan dan pengalaman apa yang membuat mereka terkesan pada kegiatan hari itu.

Tidak ada penyelidikan lebih lanjut mengenai apa saja yang dibutuhkan untuk perbaikan program SMN ditahun selanjutnya. Bentuk evaluasi hanya berupa pelaporan saja seperti yang sudah dijelaskan pada tahap *report*.

Daripada hal itu, dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, Pertamina berharap bahwa program SMN 2018 sudah sesuai dengan harapan dan sesuai dengan tujuan utama dari program SMN. Melihat dari tujuan, yang menanamkan rasa cinta tanah air kepada peserta.

KESIMPULAN

Pelaksanaan program Siswa Mengenal Negeri (SMN) yang dilakukan oleh PT. Pertamina di Provinsi Papua melalui Corporate Secretary telah sesuai dengan kerangka kerja dari Paul Hohnen. Hal ini terlihat dari proses perencanaan dilaksanakan dibawah tanggungjawab CSR manager PT. Pertamina yang pengelolaan kegiatannya sesuai dengan dengan visi, misi, dan pillar CSR PT Pertamina (Persero). Sehingga rangkaian program Siswa Mengenal Nusantara yang dilaksanakan PT. Pertamina dengan berkolaborasi antara Tim CSR Pertamina pusat dibantu oleh tim CSR dari Pertamina MOR (*Marketing Operation Region*) VIII di Papua dalam menyampaikan materi nasionalisme, kebanggaan akan tanah air, budaya Papua, dan merasakan tinggal bersama dengan masyarakat sekitar. Pada tahapan evaluasi, tim CSR PT. Pertamina melakukan pelaporan kepada Vice President Corporate Secretary dan Kementerian BUMN mengenai pelaksanaan SMN sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Hadi, N. (2014). *Corporate social responsibility*. Graha Ilmu.
- Hohnen, P. (2007). Corporate Social Responsibility - An Implementation Guide For Business. In J. Potts (Ed.), *International Institute for Sustainable Development (iisd)*. International Institute for Sustainable Development.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility*. John Willey & Sons.
- Mahfud, M. (2013). Komunikasi Indonesia. *Profetik*, 6(1), 5–22.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Parani, R., Pramesuari, A., Maldiva, D. M., & Felicia, E. (2018). Mempertanyakan Kembali Bhinneka Tunggal Ika Di Era Post Truth Melalui Media Sosial. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 152. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i2.953>
- Pitasari Nurina Dwi. (2019). Komunikasi Partisipatoris dalam Pembentukan Desa Wisata di Desa Durian Demang Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Lontar*, 7(2).
- Rumani, M. A. (2002). *Dasar-dasar public relations*. PT. Grasindo.
- Salam, N. E., & Awza, R. (2007). Pengelolaan corporate social responsibility (CSR) dalam membangun citra perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 73–82.
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate social responsibility*. Penerbit Sinar Grafika.
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2008). *Corporate social responsibility: prinsip, pengaturan & implementasi*. SETARA Press.
- Zainal, A., Citra, T., Farza, N., Thohiri, R., & Putra, P. D. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region (Mor) I – Terminal Bahan Bakar Minyak (Tbbm) Siantar : Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Bangun Industri Desa (BID). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(2), 723–729.
- Zubair, F. (2015). Pemahaman pengusaha dalam penerapan CSR oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. di Citeureup Bogor. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 56–64.