



**STRATEGI HUMAS PT PERKASA LESTARI PERMAI DALAM
MENJALANKAN PROGRAM CSR PEMBANGUNAN MCK LAYAK
PAKAI DI LINGKUNGAN SEKITAR KAMPUNG RUKUN BINAAN
APARTEMEN AEROPOLIS**

Ita Suryani, Horidatul Bakiyah, Mike Indarsih, Egi Cahya Pamungkas
Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 Juni 2020, disetujui: 28 Juli 2020)

Abstract

Problems that often become community problems that easily attack the community due to unclean and unhealthy lifestyle factors that can cause environmental pollution hazards. The apartments that were shown could produce apartment owners or residents with an unpleasant aroma arising from the rukun village because the rukun village did not have MCK in each house. Therefore, together with PT Perkasa Lestari Permai which is a company engaged in the property sector, the MCK Development CSR Program can finally be implemented for approximately 3 months. The author uses descriptive qualitative research methods, the data collection is done by observation, interviews, literature and documentation. With the running of the MCK Development CSR Program, the writer makes a conclusion that with this development, residents have been able to increase their awareness and habits in implementing clean and healthy lifestyles, such as not defecating in an inappropriate place. The company wants the community to maintain the development that has been made.

Keywords: *The Strategy of Public Relations, CSR*

Abstrak

Persoalan penyakit yang sering menjadi keluhan masyarakat yang dengan mudah menyerang masyarakat karena faktor pola hidup yang tidak bersih dan tidak sehat yang dapat menyebabkan bahaya pencemaran lingkungan. Dampak yang ditimbulkan tentunya dapat mengganggu pemilik atau penghuni apartemen dengan aroma yang tidak sedap yang ditimbulkan dari kampung rukun dikarenakan kampung rukun tidak memiliki MCK di masing-masing rumahnya. Dengan demikian, bersama PT Perkasa Lestari Permai yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *property*, Program CSR Pembangunan MCK akhirnya dapat terlaksana selama kurang lebih 3 bulan. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Dengan berjalannya Program CSR Pembangunan MCK penulis membuat kesimpulan dengan adanya pembangunan ini warga sudah dapat meningkatkan kesadaran dan kebiasaan dalam menerapkan pola hidup bersih dan sehat, seperti tidak membuang air besar sembarangan lagi ditempat yang tidak seharusnya. Perusahaan ingin masyarakat menjaga pembangunan yang sudah dibuat.

Kata Kunci: Strategi Humas, CSR

I. PENDAHULUAN

PT Perkasa Lestari Permai melihat bahwa lingkungan kampung rukun berada di sekitar lokasi perusahaan, Kampung rukun dipilih perusahaan untuk menjalankan Program CSR Pembangunan MCK Layak Pakai dikarenakan kampung rukun sebelumnya sangat minim untuk sistem sanitasinya. Yang mana bila kampung rukun tidak di kelola, nantinya dapat berdampak pada perusahaan. Dampak yang ditimbulkan antara lain: pemilik atau penghuni apartemen merasa terganggu dengan aroma yang tidak sedap yang ditimbulkan dari kampung rukun dikarenakan kampung rukun tidak memiliki MCK di masing-masing rumahnya. oleh karena itu PT Perkasa Lestari Permai memilih kampung rukun dalam menjalankan program CSR yaitu Pembangunan MCK Layak Pakai.

Marketing Communication merupakan divisi yang bertanggung jawab untuk merencanakan, menyusun, dan melaksanakan program event. Dan tentunya berperan penting untuk menciptakan konten yang akan dilakukan untuk kedepannya.

Public Relations Merupakan divisi yang membantu fungsi dari manajemen dalam menyampaikan informasi kepada publik tentang masalah atau isu yang terjadi di perusahaan

dan cepat tanggap terhadap opini publik, menangani krisis perusahaan dan menentukan strategi dan taktik serta mempertahankan hubungan antar stakeholder dan membangun citra positif perusahaan.

Corporate Social Responsibility merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan juga cara perusahaan berinteraksi dengan stakeholder. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan diartikan pula sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Program CSR Pembangunan MCK merupakan kegiatan sosial yang dilakukan oleh pihak PT Perkasa Lestari Permai. Maka diperlukannya program CSR yang berupaya untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. diharapkan masyarakat sekitar kampung rukun menyadari akan pentingnya pola hidup bersih dan sehat yang mana bertujuan untuk kesehatan masyarakat itu sendiri dan dapat bermanfaat pula bagi lingkungan hidup

II. METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode analisa kualitatif deskriptif yaitu rangkaian program untuk mempe-

roleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu, karena penelitian ini mengeksplor fenomena proses pembentukan pola pikir (*mindset*) di sekitar masyarakat kampung rukun agar lebih peduli akan pola hidup bersih dan sehat. Menurut (Sugiyono, 2018) mengatakan bahwa : Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisi dan bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada generalisasi. Menurut (Sugiyono, 2018) mengatakan bahwa : Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisanya lebih bersifat kualitatif.

Menurut Ardianto (2011:60) dalam (Razali, 2018) mengemukakan bahwa: Metode

kualitatif deskriptif menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variabel.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara secara langsung dengan *key informant* Bapak Achmad Syaefuddin selaku *Marketing Communication* PT Perkasa Lestari Permai, *Informat* Bapak Bram selaku ketua RT kampung rukun dan Bapak Asdi selaku masyarakat kampung rukun (penerima manfaat).

III. HASIL PENELITIAN

Menurut *key informant* Bpk Achmad Syaefuddin sebagai Marcom, PT Perkasa Lestari Permai peduli dengan lingkungan sekitar dan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat kampung rukun dengan mengadakan program CSR, pastinya perlu diadakan rapat internal perusahaan. Berikut adalah analisis SWOT yang digunakan:

1. Strength

Memiliki banyak pilihan unit apartemen, ruko atau kios tempat usaha dengan harga terjangkau dan lokasinya sangat strategis de-

kat dengan keluar masuk Tol, Bandara dan Mall.

2. Weakness

Kelemahan dari PT Perkasa Lestari Permai masih kurangnya sarana untuk olah raga, ibadah, pelayanan kesehatan dan lahan parkir di kawasan Apartemen Aeropolis.

3. Opportunity

Akses menuju bandara lebih dekat, karena rata-rata penghuni atau penyewa apartemen Aeropolis bekerja sebagai pilot, pramugara, pramugari, mahasiswa khususnya pendidikan penerbangan dan institusi seputar karyawan di bandara.

4. Threat

Banyaknya pesaing *property* di sekitar bandara.

Tujuan diadakan Program CSR sebagai berikut:

1. Sebagai bentuk komunikasi yang efektif dengan lingkungan sekitar kampung rukun.
2. Dikarenakan PT Perkasa Lestari Permai peduli dengan lingkungan sekitar dan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat kampung rukun.
3. Untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik untuk generasi penerus.

Menurut *key infoman* target *audience* / khalayak adalah masyarakat kampung rukun. Dengan begitu maka teori yang digunakan berupa: Primer dan Sekunder, untuk primer adalah kebutuhan pokok yang tidak dapat ditawar dan wajib dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Contoh kebutuhan primer antara lain : Bila penghasilannya tidak bisa mencukupi kebutuhan sehari – hari tetapi pendidikannya tinggi. Sedangkan sekunder adalah kebutuhan yang dapat dipenuhi apabila kebutuhan primer terpenuhi. Contoh kebutuhan sekunder antara lain : Bila pendidikannya tinggi tetapi penghasilannya tidak bisa mencukupi kebutuhan sehari – hari. Kami berharap masyarakat kampung rukun mulai menjaga pola hidup bersih dan sehat agar ke-depannya persoalan penyakit yang sering menjadi keluhan masyarakat agar tidak terulang kembali dan dengan mudah menyerang masyarakat.

Strategi yang dilakukan bahwa PT Perkasa Lestari Permai peduli dengan lingkungan sekitar dan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat kampung rukun, maka strategi yang dilakukan yaitu dengan menyelenggarakan Program CSR berkelanjutan. Sedangkan taktik yang digunakan PT Perkasa Lestari Permai sebagai berikut:

1. Sosialisasi kepada masyarakat tentang pembangunan MCK.
2. Adanya izin dari para tokoh masyarakat, kelurahan RT dan RW setempat.
3. Total ada 40 MCK yang dibangun.

Media yang digunakan yaitu: Majalah dan Spanduk. Menurut *key informant* setiap kegiatan bagian Marcom melakukan evaluasi dari banyaknya jumlah masyarakat, antusias para masyarakat dan kelancaran Program CSR saat berlangsung.

Dalam pelaksanaannya, hal pertama yang dilakukan oleh pihak PT Perkasa Lestari Permai dalam program ini adalah dengan sosialisasi menjelaskan kepada masyarakat kampung rukun yang kurang mampu menjalankan potensi hidup sehat dan bersih terutama ingin memberikan pesan ke masyarakat bahwa kesehatan harus dimulai dengan kebersihan, salah satunya adalah ada beberapa sistem sanitasi di sekitar kampung rukun yang tidak layak, dengan permasalahan yang ada, solusi dari PT Perkasa Lestari Permai yaitu dengan mengadakan Program CSR Pembangunan MCK Layak Pakai. Pemerintah Kota Tangerang sendiri juga sedang menyerukan program hidup sehat maka dari itu PT Perkasa Lestari Permai sebagai perusahaan atau swasta ingin membantu masyarakat sekitar dengan cara

membangun MCK yang tidak layak menjadi bersih dan layak.

Kedua pastinya PT Perkasa Lestari Permai datang ke tokoh masyarakat dan aparat pemerintah sekitar termasuk kelurahan dan kecamatan untuk meminta izin melaksanakan program CSR ini. Lalu jika sudah ada persetujuan dari mereka, program ini baru dijalankan. Pada pertemuan itu hal yang penting didiskusikan adalah bagaimana kriteria penerima manfaat dari CSR ini. Syaratnya sebagai penerima manfaat adalah yang belum memiliki MCK Layak Pakai.

Program CSR di PT Perkasa Lestari Permai berupa Pembangunan MCK yang diadakan kurang lebih 3 bulan yaitu pada tanggal 01 April – 30 Juni 2019, Pada bulan April 2019 sudah dikerjakan sebanyak 20 MCK, lalu sisa 20 MCK nya dikerjakan dan baru selesai pada bulan Juni 2019.

Dalam pelaksanaan Pembangunan MCK, pihak perusahaan yang hadir yaitu Bapak Totonafo Lase Selaku pimpinan proyek PT Perkasa Lestari Permai dan Bapak Achmad Syaefuddin Selaku *Marketing Communication* PT Perkasa Lestari Permai, kemudian dari pihak terkait di lingkungan sekitar yaitu Bapak Rudi Bram selaku Ketua RT kampung rukun dan Bapak Robinson Manu-

rung selaku Kapolsek Neglasari serta beberapa wargapun ikut hadir dalam Program CSR Pembangunan MCK. Total ada 40 MCK yang dibangun, Program CSR Pembangunan MCK ini sementara hanya diadakan di lingkungan kampung rukun, seperti salah satu dari tiga prinsip CSR yang ada yaitu *sustainability* yang berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR nya tetap memperhitungkan keberlanjutan dari aktivitas tanggung jawab sosial yang sudah dilaksanakan.

Menurut *key informant* Bpk Achmad Syaefuddin sebagai Marcom, Dikarenakan PT Perkasa Lestari Permai peduli dengan lingkungan sekitar dan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat kampung rukun dengan cara mengadakan Program CSR Pembangunan MCK sangat bermanfaat karena selain menjadi banyak yang mengenal Apartemen Aeropolis, dengan adanya Program CSR Pembangunan MCK diharapkan masyarakat kampung rukun mulai menjaga pola hidup bersih dan sehat agar kedepannya persoalan penyakit yang sering menjadi keluhan masyarakat agar tidak terulang kembali dan dengan mudah menyerang masyarakat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa PT Perkasa Lestari Permai menyadari bahwa pentingnya lingkungan sekitar dengan cara menjaga pola hidup bersih dan sehat agar kedepannya persoalan penyakit yang sering menjadi keluhan masyarakat agar tidak terulang kembali dan dengan mudah menyerang masyarakat karena faktor pola hidup yang tidak bersih dan tidak sehat yang dapat menyebabkan bahaya pencemaran lingkungan.

Dengan adanya Program CSR dari perusahaan maka tugas divisi *Marketing Communication* (Marcom) sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan. Selain itu marcom juga harus mampu menciptakan dan menjaga hubungan baik secara internal maupun eksternal dalam perusahaan, serta marcom juga harus mampu mengelola informasi kepada publik dengan apa yang terjadi pada perusahaan.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa PT Perkasa Lestari Permai telah melaksanakan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosialnya di kampung rukun dengan

baik dan lancar. Program CSR Pembangunan MCK ini dilakukan secara berkesinambungan dan konsisten agar kedepannya PT Perkasa Lestari Permai dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kampung rukun. Program CSR Pembangunan MCK Layak Pakai diadakan dikarenakan peduli dengan lingkungan sekitar dan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat kampung rukun, Agar nama baik perusahaan tetap terjaga dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, S. 2017. *Dasar-dasar Public Relations* (11th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kussanti, D. P. 2019. *Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Kota Depok Dalam Pengembangan Situ Sebagai Sarana Ekowisata*. 19(1). Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4762/2928>
- Kusumasari, R. N. 2015. *Perkembangan Psikologis Anak*. II(1), 32–38. Retrieved from <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=533770&val=10497&title=Lingkungan%20Sosial%20Dalam%20Perkembangan%20Psikologis%20Anak>
- Moleong, L. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (35th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prianto, T. A., & Suhartini, T. 2015. Optimalisasi Peran Public Relations Di Museum Geologi Bandung (Pendekatan Manajemen Komunikasi). *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, II(1), 53–62.
- Qona'ah, S. 2015. *Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Telkom Melalui Pemberdayaan Perempuan*. 15. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4904>
- Razali, G. 2018. *Strategi Komunikasi Marcomm Lippo Tamini Square Melalui Live Music Dalam Menarik Pengunjung*. V(2), 99–105. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/4277/2805>
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed.). Bandung: Alfabeta, cv.
- Supriyadi. 2016. *Community Of Practitioners : Solusi Aternatif Berbagi Pengetahuan Antar Pustakawan*. 2(2), 83–93. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lpustaka/article/download/13476/10162>
- Suryani, I. dan A. S. 2017. Strategi Komunitas Betawi Dalam Mempromosikan Tradisi Palang Pintu (Studi Kasus Pada Event Festival Palang Pintu XI). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 5. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2497/1730>
- Susilo, D. 2018. Komunikasi Keluarga Buruh Migran Indonesia: Hambatan dan Penyelesaian. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(2), 166–188. <https://doi.org/10.32534/jike.v1i2.157>