

**Strategi Komunikasi PT. Pertamina EP Dalam Pemberdayaan
Masyarakat**
(Studi Kasus Melalui Program CSR Bank Sampah Yang Dilakukan Oleh
Bidang *Public Relations* PT Pertamina EP Asset 5 di Kampung Enam,
Tarakan *Field*, Kalimantan Utara)

Communication Strategy of PT Pertamina EP in Community Empowerment
(Case Study through Waste Bank CSR Programs conducted by Public Relations
Department of PT Pertamina EP asset 5 Tarakan Field in Kampung Enam, North
Kalimantan)

¹M. Qusyairi, ²Nurrahmawati

^{1,2}*Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹qusyairihrs@gmail.com*

Abstract. Waste Bank is one of Corporate Social Responsibility programs from the environment section of Pertamina EP Asset 5 Tarakan Field, in Kampung Enam, North Kalimantan. It is believed that several communication strategies applied by the officers of public relation has effected the program to successfully communicate with the people of Kampung Enam in pursuance of getting their cooperation to execute the program together. Furthermoe, this research also aims to find out how the officers of public relation of Pertamina EP Asset 5 Tarakan Field plan the operational stage, analyse the components of communication which is related to the communication strategy in Waste Bank program, and set the supports and the obstacles in managing Waste Bank. The supporting theory in this research is the CSR theory of Triple Bottom Line from John Elkington. This research uses qualitative method with a case study application. the research also performs interview and library study as ways to collect data. This research takes a background research at PT Pertamina EP Asset 5 Tarakan Field, Legal and Relations divison in Kampung Enam, North Kalimantan. The result of this research is that the communication strategy is formulated by conducting examination and social mapping in the operational area of the company spesifically in Kampung Enam under the supervision of the stakeholders. Besides conducting exmination and social mapping, the strategy is also formulated by conducting door to door socialization and general socialization, providing assistance and supervision, determining the communication elements for the socialization in order to persuade and convince people to cooperate in Waste Bank program. Furthermore, the news and information about the program is published through print media such as local newspapers and pamphlets.

Keywords: Communication Strategy, Planning and Communications Components, Waste Bank CSR.

Abstrak. Bank Sampah merupakan sebuah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari Pertamina EP Asset 5 aspek lingkungan di Kampung Enam, Field Tarakan Kalimantan Utara. Dibalik kesuksesan program CSR Bank Sampah ini terdapat strategi komunikasi dari seorang Humas Pertamina EP Asset 5 field tarakan dalam upaya memperuasi warga Kampung Enam untuk mau bekerjasama dalam pelaksanaan program ini. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa Bank Sampah dirancang mapun dilaksanakan dan bagaimana merencanakan tahapan operasional, menganalisis komponen-komponen komunikasi, serta faktor Dukungan dan Hambatan dalam pengelolaan Bank Sampah. Teori penunjang dalam penelitian ini menggunakan teori CSR Triple Bottom Line dari John Elkington. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan pendekatan studi kasus, melakukan pengumpulan data berdasarkan hasil Wawancara mendalam, dan Studi Pustaka. Dalam penelitian ini mengambil latar penelitian di PT. Pertamina EP Asset 5 divisi *Legal and Relations* serta wialayah kerja field Tarakan, dan Kampung Enam Kalimantan Utara. Hasil Penelitian strategi komunikasi yang dilakukan dengan melakukan riset dan *social mapping* diarea operasi perusahaan khususnya Kampung Enam dengan melibatkan para pemangku kepentingan, kemudian melaksanakan kegiatan sosialisasi *door to door* dan sosialisasi terbuka, memberikan pendampingan dan pengawasan, serta menentukan segala macam unsur-unsur komunikasi dalam kegiatan sosialisasi, guna dapat mempersuasi dan meyakinkan warga untuk dapat bekerjasama dalam program Bank Sampah, selain itu informasi dan berita mengenai Bank Sampah juga disebarkan melalui media cetak, seperti Koran lokal dan pamphlet terkait Bank Sampah.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Perencanaan dan Komponen Komunikasi, CSR Bank Sampah.

A. Pendahuluan

PT Pertamina EP adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan usaha di sektor hulu bidang minyak dan gas bumi, meliputi eksplorasi dan eksploitasi. Sebagai anak perusahaan PT Pertamina (PERSERO) yang bergerak di sektor hulu, Pertamina EP terbagi menjadi beberapa wilayah operasi kerja, Wilayah Kerja (WK) Pertamina EP seluas 113,613.90 kilometer persegi merupakan limpahan dari sebagian besar Wilayah Kuasa Pertambangan Migas PT PERTAMINA (PERSERO). Dalam melaksanakan kegiatan operasinya, sesuai dengan Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE-21/MBU/2008: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diwajibkan kepada BUMN yang kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam, atau kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

“Bank Sampah” merupakan program tahunan yang dimulai dan dibentuk sejak 24 November 2012 dan terus berjalan hingga sekarang, alasan dibentuknya program ini dikarenakan melihat pokok permasalahan yang tak kunjung usai yang terjadi di Kampung Enam ini adalah sampah, kemudian wilayah kerja tarakan ini berada ditengah-tengah pemukiman atau lingkungan warga, sehingga Pertamina EP berinisiatif untuk bertanggung jawab untuk memberikan perhatian terhadap lingkungan dengan mengubah pola pikir masyarakat dan berusaha untuk mengajak warga Kampung Enam lebih *aware* terhadap sampah di daerah mereka, dengan ikut bekerja sama dalam melaksanakan program CSR “Bank Sampah” dari Pertamina EP Asset 5. Dengan melihat latar belakang wilayah timur Indonesia yang memiliki beragam budaya dan karakter masyarakat yang berbeda, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh bidang Public Relations Pertamina EP Asset 5 dalam program CSR “Bank Sampah” di Kampung Enam, Tarakan Field Kalimantan Utara. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui alasan dirancangnya program Bank Sampah di Kampung Enam?
2. Untuk mengetahui Tahapan Perencanaan Operasional Pertamina EP Asset 5 dalam program CSR Bank Sampah
3. Untuk mengetahui hasil PR Pertamina EP Asset 5 menentukan komponen komunikasi dalam mensosialisasikan program CSR Bank Sampah di Kampung Enam
4. Untuk mengetahui faktor hambatan dan dukungan dalam pengelolaan program Bank Sampah

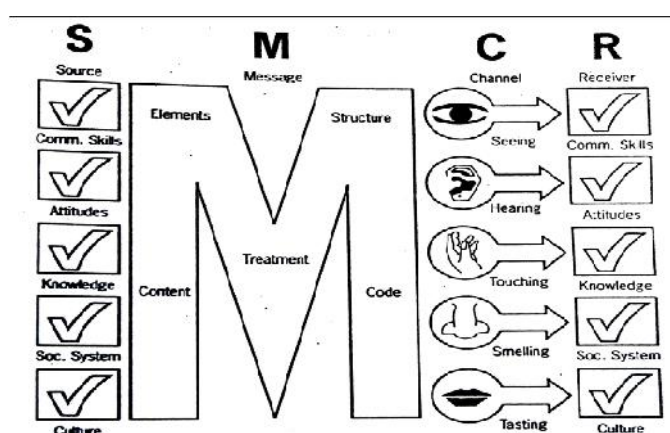
B. Landasan Teori

Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” (Cangara, 2014:64)

Dari definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi Komunikasi identik dengan tahapan perencanaan dan komponen-komponen komunikasi dalam pelaksanaannya. Untuk itu diperlukan analisis yang tepat dan sesuai dengan tujuan komunikasi itu sendiri. Menurut (Effendy, 2008:28) Strategi komunikasi juga mempunyai fungsi ganda yakni:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasive, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Dalam kaitannya dengan Humas Pertamina EP asset 5 yang fokus ke wilayah timur Indonesia, Strategi Komunikasi berperan penting dalam proses pelaksanaannya, dengan berbagai macam jenis karakter dan suku budaya, melalui perencanaan, memahami, dan mempraktekan strategi komunikasi dengan tepat, pesan yang akan disampaikan kepada publik juga akan tersampaikan dengan baik sesuai dengan kemampuan komunikasi dalam menerima pesan. Adapun komponen-komponen Komunikasi menurut David K. Berlo adalah sebagai berikut:



Menurut Mulyana (2012:162) model yang dikenal luas adalah model David K. Berlo, yang ia kemukakan pada tahun 1960. Model ini dikenal dengan model SMCR, kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Sebagaimana dikemukakan Berlo, sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat; saluran adalah medium yang membawa pesan; dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Dalam proses operasionalnya seorang public relations memiliki tahap-tahap yang akan membantu menunjang keberhasilan dan mendapatkan efek yang diinginkan dalam kegiatan public relations. Dalam bentuknya yang paling maju, PR adalah bagian proses perubahan dan pemecahan masalah di organisasi yang dilakukan secara ilmiah.

Culip, Center dan Broom (2011:320) mengemukakan tentang tahap-tahap proses operasional public relations haruslah melalui 4 tahapan yaitu:

1. *Defining Public Relations Problems* (Mendefinisikan Problem)
2. *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemrograman)
3. *Taking Action and Communicationg* (Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi)
4. *Evaluating the Program* (Mengevaluasi Program)

Untuk itu dalam kaitannya dengan Program CSR Bank Sampah kedua aspek yakni analisis komponen komunikasi dan tahapan perencanaan operasional public relations tersebut harus sangat diperhatikan karena merupakan tahapan dari Strategi Komunikasi serta dapat menunjang keberhasilan Bank Sampah.

Corporate Social Responsibility (CSR) sendiri adalah sebuah kegiatan atau program yang dirancang dan dilaksanakan berdasarkan kebutuhan yang ada disekitar lingkungan perusahaan, dengan tujuan untuk menciptakan sebuah bentuk tanggung

jawab perusahaan kepada publik dalam aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi,

CSR seperti yang didefinisikan oleh Komisi Eropa (2001) adalah “sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang berikut semakin menyadari bahwa perilaku bertanggung jawab mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. CSR adalah tentang mengelola perubahan di tingkat perusahaan secara sosial. CSR di luar perusahaan dengan masyarakat setempat dan melibatkan berbagai stakeholder seperti mitra bisnis, pemasok, pelanggan, otoritas publik dan LSM yang mewakili masyarakat lokal serta lingkungan. (Mardikanto, 2014: 92-93).

Konsep yang paling sering digunakan dalam CSR adalah konsep *Triple Bottom Line* yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”, Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice* (Wibisono, 2007) Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dalam CSR, perusahaan tidak diharapkan pada tanggung jawab yang hanya berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines, selain aspek financial juga sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*), tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungan hidup. (Untung, 2009:25).

C. Hasil Penelitian

Mengapa PR Pertamina EP asset 5 Merancang Program Bank Sampah

Alasan mengapa program CSR Bank Sampah dirancang dan dilaksanakan adalah karena melihat permasalahan yang terbesar dan terberat terkait lingkungan di kelurahan Kampung Enam adalah tentang sampah, sampah-sampah dari hasil kegiatan masyarakat dibuang begitu saja di tempat pembuangan akhir hingga menumpuk dan menimbulkan bau yang tidak sedap kemudian dahulu sampah-sampah juga dibuang begitu saja di sisi-sisi jalan kampung enam, yang tentunya ini akan mengganggu kesehatan warga dan kesehatan lingkungan, ini juga akan menciptakan pemandangan yang buruk di kampung enam, hal tersebut dapat terjadi karena pola pikir dan pemahaman warga akan sampah masih dinilai sangat kurang, kebiasaan masyarakat membuang sampah begitu saja yang menjadikan masalah sampah di kampung enam tidak pernah usai.

Dalam program Bank Sampah yang diusung oleh Humas Pertamina EP asset 5, penerapan konsep *triple bottom line* secara tidak langsung telah terlaksana mengingat yang dilakukan dalam Bank Sampah tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi warga melalui penukaran sampah dengan uang sesuai jenis sampah yang ditukar, kemudian sampah-sampah yang ditukar didaurulang menjadi sebuah produk dan pupuk yang bermanfaat untuk dapat dipasarkan. Selain itu dari segi lingkungan dan sosial masyarakat atau warga kampung enam menjadi memiliki lingkungan yang bersih dan sehat, kampung enam lebih terlihat rapih dan jauh dari kata kumuh, sosial

warga juga ikut berubah dengan telah terpengaruhnya pola pikir dan kebiasaan mereka terhadap sampah yang mana sebelumnya pola pikir warga terhadap sampah masih acuh tak acuh atau bahkan bisa dikatakan tidak peduli, sekarang warga kampung enam menjadi jauh lebih peduli terhadap lingkungan mereka, yang mereka sadari ini merupakan tanggung jawab bersama untuk menjaga lingkungan kampung enam menjadi lebih bersih dan baik.

Bagaimana Tahapan Perencanaan Operasional Bank Sampah

Seorang public relations officer dalam melaksanakan kegiatannya, bagaimanapun juga perlu mengetahui langkah-langkah sebelum, sedang, maupun setelah melaksanakan suatu kegiatan atau program, untuk memudahkan hal tersebut, Cultip, Center dan Broom menjelaskan mengenai sebuah proses operasional public relations yang berfungsi sebagai arahan dalam melaksanakan sebuah kegiatan. Tahapan operasional Public Relations seperti yang dikatakan oleh Cultip, Center, and Broom, adalah *Defining Public Relations Problem, Planning and Programing, Taking Action and Communicating, Evaluating The Program*.

Humas Pertamina EP asset 5 secara tidak langsung telah menggunakan tahapan ini, menurut peneliti apa yang telah dilakukan humas Pertamina EP asset 5 Tarakan field sangat dekat dengan konsep yang diciptakan oleh Cultip, Center, dan Broom, dengan mengawali untuk melakukan *social mapping* serta kemudian berdiskusi langsung dengan para pemangku kepentingan seperti, tokoh masyarakat dan pemerintah terkait, langkah selanjutnya yang dilakukan humas Pertamina EP Tarakan field, adalah merancang, dan memprogram, yang jika dikatakan oleh Cultip, Center, dan Broom ini merupakan tahap *planning & programming*. Dalam program Bank Sampah *planning & programming* yang dihasilkan Pertama, Alokasi & Sumber Pendanaan, Kedua, Pemetaan Lokasi Pengelolaan, Ketiga, Penentuan Target Pengelolaan, Keempat, Penentuan Target Produksi, dan Kelima pelaksanaan sosialisasi. Selanjutnya tahap *Taking Action and Communicating* yang dilakukan oleh Pertamina EP asset 5 Tarakan field adalah sosialisasi awal, sosialisasi door to door, melakukan pelatihan, pendampingan, serta pengawasan. Melaksanakan sosialisasi *door to door*, selanjutnya melakukan sosialisasi secara menyeluruh di satu tempat (FGD) dengan melibatkan akademisi dalam hal ini adalah pihak Universitas Nasional yang mana target dalam sosialisasi ini adalah warga kampung Enam. Tahap terakhir dalam proses operasional yang dilakukan oleh Pertamina EP asset 5 Tarakan field adalah mengevaluasi setiap kegiatan terkait pelaksanaan program Bank Sampah.

Bagaimana Analisis Komponen Komunikasi

Menentukan komponen-komponen Komunikasi ini merupakan salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pertamina EP asset 5 yang masuk dalam salah satu jenis kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk dapat memberikan pemahaman atau informasi mengenai program CSR Bank Sampah di Kampung Enam, karena dalam komponen atau unsur komunikasi segalanya harus diperhitungkan mulai dari siapa saja komunikator yang dinilai memiliki kredibilitas tinggi yang dapat mewakili untuk membantu menyampaikan informasi dalam hal ini komunikator adalah Humas Pertamina EP asset 5 dan pihak akademisi dari Universitas Nasional. Kemudian penentuan komunikan yang tepat juga harus dilakukan agar informasi yang disampaikan tidak salah target, humas Pertamina EP asset 5 telah tepat dalam menganalisis dan menentukan komponen komunikan (penerima), karena penerima disini adalah mayoritas warga kelurahan kampung enam yang menjadi target utama sebab dalam pelaksanaan Bank Sampah wargalah yang memiliki andil atau peran yang

besar dalam kegiatan tersebut. Selanjutnya menentukan jenis dan isi pesan apa yang mereka ingin sampaikan kepada komunikan, dan pesan yang disampaikan dalam sosialisasi tersebut adalah mengenai sistematika pelaksanaan bank sampah yang membahas segalanya dari awal mulai dari peraturan, standar, waktu, tempat, jenis sampah, dsb, yang pada intinya adalah untuk memberikan pemahaman secara jelas kepada warga terhadap bank sampah. Ini sangat tepat melihat pemahaman warga kampung enam yang masih awam terhadap bank sampah dan masih kurang mengerti tentang sampah itu sendiri.

Agar pesan yang disampaikan dapat tersalurkan kepada komunikan tentu perlu adanya media yang mana media ini merupakan bagian dari komponen komunikasi, yang dapat membantu proses tersebut terjadi, menentukan media apa yang harus digunakan dalam menyampaikan informasi juga menjadi faktor penting, yang akan menunjang bahwa pesan akan sampai dengan baik dan jelas kepada komunikan, media dapat juga dikatakan sebagai saluran, dengan kata lain berupa penghubung antara komunikator dan komunikan. Dalam hal ini media yang digunakan oleh pihak Pertamina EP adalah FGD (*forum group discussion*) yang berlokasi di Balai Desa Kelurahan Kampung Enam, juga dengan memanfaatkan media cetak seperti Koran dan pamphlet. Setelah keempat komponen atau unsur komunikasi tersebut ditentukan, tujuan yang ingin dicapai dari proses sosialisasi atau proses penyampaian informasi tersebut harus ditentukan, dalam hal ini berdasarkan wawancara peneliti tujuan yang ingin diperoleh adalah tanggapan positif atau respon positif dari Komunikan (warga Kampung Enam). Sehingga analisis komponen komunikasi yang dilakukan serupa dengan konsep SMCR yang diciptakan oleh David K. Berlo yang meliputi *Source* (sumber), *Message* (Pesan), *Channel* (saluran), *Receiver* (penerima)

Bagaimana Faktor Dukungan dan Hambatan dalam Pengelolaan Bank Sampah

Faktor dukungan yang terdapat dalam pengelolaan bank sampah adalah adanya hubungan yang baik antara Pertamina EP asset 5 dengan warga Kampung Enam, sehingga menurut peneliti ini dapat menjadi salah satu senjata yang bisa dimanfaatkan untuk dapat memudahkan proses atau tindakan komunikasi terkait bank sampah, dimana dalam Bank Sampah warga sangat memegang peranan penting. Selanjutnya adalah adanya koordinasi yang baik dengan pemerintah setempat khususnya kantor Kelurahan Kampung Enam dan terbukti berkat koordinasi yang baik, pemerintah memberikan bantuan berupa dua buah sepeda motor yang memiliki bak yang memiliki fungsi untuk memudahkan mengangkut sampah. Sehingga menurut peneliti adanya koordinasi yang baik dengan pemerintah setempat sangat membantu dalam setiap proses dari Bank Sampah karena pemerintah dapat memberikan berbagai macam bentuk dukungan.

Sedangkan Faktor Hambatan adalah tentang bagaimana kesulitan pihak Pertamina untuk dapat mengubah pola pikir warga karena kebiasaan mereka yang sudah terlalu lama membuang sampah begitu saja, perlu adanya waktu yang cukup lama untuk dapat mengubah kebiasaan, yang mana kebiasaan itu sendiri berarti sesuatu perbuatan yang dilakukan terus menerus atau berulang-ulang dalam waktu yang cukup lama. Kemudian jumlah SDM pengelola dan mesin pengelola sampah yang masih sedikit.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Mengapa PR Pertamina EP asset 5 merancang Program Bank Sampah

Program CSR Bank Sampah yang dilaksanakan di Kampung Enam, Tarakan, merupakan program CSR aspek lingkungan yang dirancang dan dilaksanakan oleh Humas Pertamina EP asset 5 Tarakan field. Alasan dibentuknya program ini dikarenakan melihat masalah utama yang ada di Kampung Enam adalah perihal sampah, oleh karena itu mengingat wilayah kampung enam sangat dekat dengan area operasi perusahaan, Pertamina EP asset 5 merasa memiliki tanggung jawab lebih untuk membantu mengatasi masalah sampah di kampung enam sesuai dengan sebagaimana mestinya peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai CSR dan surat edaran menteri BUMN Nomor SE-21/MBU/2008 : Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diwajibkan kepada BUMN yang kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam, atau kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

2. **Bagaimana Tahapan Perencanaan Operasional Bank Sampah**
Tahapan perencanaan dan pelaksanaan Bank Sampah diawali dengan melakukan riset dan social mapping bersama para pemangku kepentingan guna mendapatkan data yang pasti mengenai apa yang dibutuhkan oleh warga kampung enam. Kemudian tahap selanjutnya merancang dan memprogram kegiatan apa yang harus dilakukan dalam Bank Sampah berdasarkan data dari tahap sebelumnya, dalam tahap ini segalanya dibahas dan diperhitungkan mulai dari jenis kegiatan yakni Sosialisasi Door to Door dan terbuka, pelatihan sistem manajemen, pengawasan dan pendampingan, serta evaluasi. Waktu dan tempat pelaksanaan juga dibahas dalam tahap ini. Setelah tahap perencanaan dan pemograman, tahap selanjutnya adalah melaksanakan setiap kegiatan yang dirancang ditahap sebelumnya, dan tahap terakhir yaitu mengevaluasi secara keseluruhan program Bank Sampah.
3. **Bagaimana Analisis Komponen Komunikasi dalam kegiatan sosialisasi Bank Sampah**
Dalam salah satu rangkaian kegiatan Bank Sampah, yaitu kegiatan sosialisasi, Divisi Public Relations Pertamina EP asset 5 menentukan unsur-unsur atau elemen-elemen komunikasi dalam sosialisasi tersebut, mulai dari komunikator dalam hal ini adalah pihak Pertamina EP asset 5 dan pihak akademisi dari Universitas Nasional, kemudian Komunikan yakni warga Kampung Enam, pesan apa yang disampaikan dalam hal ini adalah mengenai jenis-jenis sampah dan sistematika pelaksanaan Bank Sampah, serta terakhir media yang digunakan yaitu melalui forum group discussion (FGD) dan media cetak seperti koran lokal serta pamphlet-pamflet.
4. **Bagaimana Faktor Dukungan dan Hambatan dalam pengelolaan Bank Sampah**
Dalam program CSR Bank Sampah faktor dukungan yang dimiliki adalah hubungan yang baik dengan warga Kampung Enam, kemudian koordinasi yang baik dengan pemerintah setempat khususnya kelurahan Kampung Enam, lokasi area kampung enam yang merupakan ring satu perusahaan, dsb. Sedangkan faktor hambatan dalam program Bank Sampah adalah masih minimnya jumlah SDM pengelola, kemudian masih minimnya fasilitas mesin pengelola sampah, kebiasaan dan pemahaman serta pola pikir warga, dan yang terakhir tentunya perbedaan karakter budaya.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, metode yang digunakan bisa tetap menggunakan metode kualitatif namun pendekatannya bisa berupa fenomenologi dengan maksud meneliti pendapat atau pandangan dari pihak eksternal terhadap kegiatan-kegiatan CSR perusahaan, tema yang diangkat dapat berupa citra perusahaan atau citra program CSR perusahaan dimata publik sekitar area operasi.
2. Peneliti menyarankan apabila selanjutnya akan dilaksanakan penelitian sejenis, subjek dan objek penelitian dapat diperdalam dan diperluas lagi terkait strategi komunikasi perusahaan pertambangan dalam program CSR. Misalkan program CSR yang diteliti adalah program CSR yang paling baru dilaksanakan oleh perusahaan, dengan tetap tidak melupakan aspek keunikan, baik dari sudut pandang program itu sendiri maupun keunikan dari lingkungan misalkan amsyarakat, letak wilayah, dsb, terkait program tersebut.

Saran Praktis

1. Peneliti berharap jenis kegiatan dalam strategi komunikasi program CSR PT. Pertamina EP Asset 5 dapat dikembangkan dan dapat terus berinovasi, dengan terus memanfaatkan berbagai jenis media, baik cetak atau online, guna mempublikasikan lebih luas kepada publik setiap program CSR yang telah terlaksana.
2. Peneliti berharap jumlah SDM Legal & Relations yang bertugas di wilayah kerja atau field Pertamina EP asset 5 dapat diperbanyak, agar semakin banyak ide atau gagasan baru yang muncul mengenai strategi-strategi khususnya dalam program CSR.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Cultip, Scott M, Allen H. Center dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*. Jakarta:Kencana Perdana Media Group
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komuikasi*. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta
- Untung, Budi Hendrik. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika

Sumber Lain

- Ulfah Maria. 2015 “Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap kinerja keuanganperusahaan”<http://thesis.binus.ac.id/Asli/Bab2/2009-2-00063-Ak%20Bab%202.pdf>. Tanggal akses 26 Mei 2016 pk 08.14 WIB