

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Cisarua Mountain Dairy atau yang lebih di kenal dengan nama Cimory merupakan perusahaan yang melakukan produksi makanan olahan berbasis protein seperti daging, ayam, susu, telur dan juga kedelai. PT. Cimory merupakan perusahaan induk atau *holding company* yang mendirikan beberapa anak perusahaan seperti PT. Macroprima Panganutama, PT Macrocentra Niagaboga, PT. Java Egg Specialities, PT. Indosoya Sumber Protein. PT. Cimory di prakarsai Bapak Bambang Sutantio yang memiliki mimpi untuk meningkatkan standar hidup peternak khusus nya peternak sapi perah yang terletak di Cisarua Kabupaten Bogor yang pada saat itu sangat sulit dalam menjual produk susu segar karena rendah nya harga susu segar pada masa itu dan juga besar nya minat masyarakat untuk mengonsumsi susu segar sedangkan meminum susu dapat meningkatkan asupan gizi masyarakat. Produk yang berkualitas harus diawali dari bahan yang berkualitas pula, kurang nya kualitas maupun kuantitas susu yang di butuhkan PT. Cimory ini menghasilkan ide atau gagasan dari PT. Cimory berupa program yang dapat membantu mereka maupun masyarakat. Sejalan dengan visi dan misi untuk menghasikan produk makanan berbasis protein yang berkualitas, PT. Cimory melaksanakan program CSR yang bernama Program 1.000 Srikandi peternak Indonesia yang resmi diluncurkan pada Selasa, 14 Desember 2021. Melalui program kolaborasi ini Cimory mengajak setidaknya 1000 peternak perempuan dan juga istri atau putri dari peternak untuk ikutserta mendalami pembelajaran bisnis peternakan khusus nya sapi perah dengan cara praktik manajemen yang paling baik dengan banyak literatur soal keuangan dan juga penggunaan internet supaya dapat berkembang lebih pesat di era digital sekarang.

Pemberdayaan perempuan merupakan hal yang harus dilakukan agar para perempuan bisa memberikan kontribusi terbaik bagi peningkatan perekonomian keluarga, desa dan negara. Dengan memberdayakan perempuan di peternakan sapi perah, PT. Cimory percaya bahwa para peternak perempuan memiliki potensi besar untuk menaikkan tingkat produktivitas dan kualitas susu di Indonesia. Hal ini sejalan dengan komitmen pemerintah untuk mewujudkan kesetaraan gender dan meningkatkan kualitas serta keterampilan perempuan, termasuk para petani Indonesia. Program pelatihan dibagi menjadi 6 area, yaitu. H. Cisarua, Cianjur, Sukabumi, Kuningan, Lembang dan Garut, dan akan di laksanakan di 40 kelas selama 16 bulan mulai November 2021 dan berakhir pada Desember 2022. Sejalan dengan upaya tersebut maka para peternak juga akan di tingkatkan pengetahuannya terkait dengan dunia digital supaya dapat mengakses dunia maya seperti aplikasi atau website untuk menambah wawasan dari berbagai penjuru negara mengenai kiat kiat mengenai bisnis susu sapi dan juga memperlebar peluang untuk membentuk ranah bisnis baru di bidang susu sapi.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman setiap organisasi atau perusahaan memerlukan peranan humas untuk mendukung berjalannya organisasi atau perusahaan dalam proses terwujudnya visi misi organisasi atau perusahaan. Peran humas sangat penting sebagai komunikator dan mediator yang menghubungkan suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya yaitu publik internal dan juga publik eksternal. Humas harus bisa menjaga hubungan baik dengan publik internal dan eksternalnya. Humas juga harus paham mengenai kondisi lingkungan sosial dan pengaruhnya dalam masyarakat. Peran humas menurut ahli: Cutlip, Center & Broom (2011) sebagai berikut : a. Penasehat Ahli (Expert Prescriber), b. Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator), c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Facilitator), d. Teknisi Komunikasi (Communication Technician). Sesuai dengan peran humas organisasi atau perusahaan harus menjalin komunikasi

dengan publik internal dan eksternal. Salah satu upaya perusahaan menjalin hubungan komunikasi dengan pihak eksternal adalah dengan dilaksanakannya program Corporate Social Responsibility (CSR).

Program Corporate Social Responsibility yang meliputi peningkatan kesejahteraan, peningkatan kelestarian lingkungan, dan juga perkembangan ekonomi yang berkelanjutan merupakan upaya untuk mengembangkan perusahaan berkelanjutan. CSR sendiri adalah kegiatan yang bersifat positif dan di laksanakan dan juga di rencanakan oleh perusahaan dan dengan melaksanakan kegiatan yang bersifat positif dan memberi manfaat guna masyarakat sekitar, maka timbal balik yang positif lah di dapatkan oleh perusahaan tersebut. CSR tentu sudah wajib untuk di laksanakan oleh perusahaan karena sudah di tetapkan pada UU Nomor 40 tahun 2007, Bab 5 pasal 74 yang berisi : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, dan Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Program CSR yang bertujuan untuk mengurangi kemiskinan, pelestarian terhadap lingkungan dan penyempurnaan ekonomi berkelanjutan adalah bagian dari usaha pengembangan secara berkelanjutan (Nurdizal M. Rachman, 2011), Di sini lah humas harus bisa mengambil peran besar dalam program CSR.

Tujuan utama dari humas adalah mengoptimalkan usaha dari sebuah perusahaan untuk lebih berbaur pada lingkungan sekitar. Menurut (Sitti Rahma, 2022) humas adalah sebuah proses interaksi humas dalam menciptakan opini public yang bisa memberikan keuntungan untuk dua belah pihak, dengan memberikan pengertian supaya memberikan motivasi dan keikutsertaan publik. Kemudian menurut (Muhamad Thorique Rizki1 & Davis Roganda Parlindungan, 2022) Humas berkegiatan untuk

mengeratkan hubungan dengan masyarakat yang berkepentingan supaya mendapatkan hasil yang di peroleh seperti kepercayaan, pengertian dan juga reputasi baik dari publik. Pada penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Fithriyah Sholihah yang berjudul Peran public relations dalam pembentukan citra paska krisis membahas mengenai (kasus pemberitaan negatif restoran cimory mountain view, PT. Cimory hospitality sejahtera. Penelitian ini membahas pengaruh dari peran Public Relations dalam mempertahankan citra baik paska krisis yang terjadi pada perusahaan terhadap citra perusahaan di nyatakan bahwasan nya peran dari Public Relations restoran Cimory sebagai fasilitator dan pemberi informasi sangat lah berperan penting dalam menjaga nya citra baik dari restoran cimory, karena sudah memperbaiki fasilitas yang baik sehingga menciptakan citra yang baik di mata pengunjung, kemudian hasil temuan lain juga mengatakan bahwa krisis yang terjadi tidak memberikan dampak apa apa terhadap citra dari restoran Cimory tersebut.

Kemudian Ari Triwindari tahun 2016 membahas mengenai Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati. Pada Penelitian ini di nyatakan bahwa peran Humas dari perusahaan tersebut dalam pelaksanaan program CSR tersebut belum berhasil memenuhi teori 4 peran humas yaitu bagian pemecahan masalah karena humas di sana tidak melakukan nya sendirian melainkan mendapatkan campur tangan dari atasan karena humas di sana tidak memiliki kewenangan penuh dalam pengambil keputusan selain itu humas juga masih menghadapi kendala seperti sulit nya saat melakukan kerja secara beriringan karena terpisah nya unit kerja humas dan KBL dan juga kurang nya SDM untuk mengikuti program CSR tersebut.

Dengan ada nya hambatan tersebut maka humas dari PT. Semen Baturaja di minta untuk dapat lebih memperbaiki komunikasi nya karena jarak sejauh apapun jika komunikasi masih bisa di jalin maka upaya tersebut akan menghindarkan dari muncul nya *miscommunication*, selain itu personil

dari humas juga harus di tambahkan karena dapat mempermudah jika ada program CSR yang membutuhkan banyak SDM dan yang terakhir di harapkan humas dapat di berikan wewenang untuk mengambil keputusan yang sekiranya masih bisa di tangani humas tersebut tanpa harus mendapat izin dari atasan. Sedangkan PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk (PT. Cimory) memiliki peranan humas yang sangat penting terutama dalam pelaksanaan CSR seperti penasehat ahli (expert prescriber), fasilitator komunikasi (communication fasilitator), fasilitator proses pemecahan masalah (problem solving process fasilitator) dan teknisi komunikasi (communication technician). Terlebih juga dalam pelaksanaan “Program 1000 Srikandi Peternak Indonesia” telah dikatakan berhasil dan memiliki respon yang positif dari beberapa pihak terutama peserta program tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa peran humas PT. Cimory sudah sesuai dengan tujuan dan fungsinya, yaitu sebagai alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat (pihak internal maupun eksternal), peran humas juga dapat memberikan hubungan yang baik melewati beberapa kegiatan seperti publikasi hingga menjaga hubungan dengan media. maka peran dari humas dalam pelaksanaan program CSR sangatlah penting karena mereka mengambil andil yang besar dalam menyukseskan program CSR. Maka dari itu penelitian mengenai peran humas dalam pelaksanaan program CSR sangatlah penting untuk di teliti supaya dapat memahami peran dari humas PT. Cimory

Berdasarkan dari uraian dan juga latar belakang tersebut, menarik perhatian peneliti untuk memahami seperti apa peran dari humas dalam kegiatan program CSR oleh PT. Cimory? kemudian hal tersebut tentu saja menarik minat dari penulis untuk melaksanakan penelitian dengan yang berjudul “ **PERAN HUMAS DALAM PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. CISARUA MOUNTAIN DAIRY TBK (CIMORY) KABUPATEN BOGOR**”

1.2 Pertanyaan Penelitian

Menurut dengan latar belakang yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana peran humas dalam pelaksanaan program CSR PT. Cimory Kabupaten Bogor?
2. Kendala apa saja yang dihadapi oleh humas dalam pelaksanaan program CSR PT. Cimory Kabupaten Bogor

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian secara kualitatif berikut adalah :

1. Mengetahui peran humas dalam pelaksanaan dari program CSR PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory) Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi humas pada saat pelaksanaan program CSR PT. Cimory kabupaten Bogor

1.4 Manfaat Penelitian

Kemudian selain hadir nya tujuan dari penelitian ini maka terdapat manfaat yang ada dari sebuah penelitian yang akan di dapat kan, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Guna memberikan pengetahuan dan juga pengalaman langsung kepada peneliti supaya dapat menerapkan ilmu yang telah di dapatkan di bangku perkuliahan dan di aplikasikan saat masuk ke dunia pekerjaan.

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu serta wawasan dan dapat bisa menjadi bahan belajar dan implementasi ilmu peneliti selama berkuliah

b. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi untuk lebih memahami peran dari humas dan menjadi bahan pertimbangan dalam pelaksanaan program CSR

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran mengenai peran humas dalam pelaksanaan program CSR

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu bulan juni 2022 hingga januari 2023.

Tabel 1.1**Waktu dan Periode Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	Waktu Pengerjaan							
		Jun 22	Jul 22	Agu 22	Sep 22	Okt 22	Nov 22	Des 22	Jan 23
1	Mencari topik dan informasi awal yang dibahas	■							
2	Pencarian Data dan Informasi Untuk Penelitian	■	■						
3	Penyusunan Proposal Skripsi			■	■	■			
4	Desk Evaluation						■		
5	Pengerjaan Hasil Penelitian & Kesimpulan						■	■	
6	Ujian Skripsi								■

**Dairyland Farm Theme Park Puncak Jl. Raya Puncak Gadog,
Cipuyung Girang, Kec. Megamendung, Kabupaten Bogor, JawaBarat**



Gambar 1. 1 Lokasi Cimory Riverside

Sumber: Google Maps