

ANALISIS KOMUNIKASI CSR PERTAMINA EP CEPU PADA PROGRAM PENGEMBANGAN BUMDESA

Ahmad Taufiq

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Bojonegoro
email: taufiq.alfazka@gmail.com

Junadi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Bojonegoro
Email: junadisulis06@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the CSR communications of Pertamina EP Cepu in the BUMDes development program in two sub-districts in Bojonegoro Regency, East Java. The research refers to Lasswell's Communication Theory which includes five indicators. Namely, knowing the audience, composing messages, determining methods, selecting and using media, and the expected effects. This study used a qualitative descriptive approach, with the technique of determining informants through the purposive side, which consisted of program recipients, village government, Pertamina EP Cepu, program implementing NGOs, and the Bojonegoro Regency Community and Village Empowerment Service (PMD). Data analysis refers to the Miles & Huberman model, consisting of information collection, data reduction, data presentation, conclusion, and verification. The study results show that the communication of the CSR program to the parties is going well. CSR program communication leads to a combination of informative-persuasive communication patterns.

Keywords: BUMDes, CSR, Communication, Development, Programs

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi CSR Pertamina EP Cepu dalam program Pengembangan BUMDes di dua kecamatan di Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. Penelitian mengacu Teori Komunikasi Lasswell yang mencakup lima indikator. Yakni, mengenal khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, seleksi dan penggunaan media, serta efek yang diharapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, dengan teknik penentuan informan melalui purposive sampling, yang terdiri dari penerima program, pemerintah desa, Pertamina EP Cepu, NGO pelaksana program, dan dinas pemberdayaan masyarakat dan desa (PMD) Kabupaten Bojonegoro. Analisis data mengacu model Miles & Huberman, terdiri dari pengumpulan informasi, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil studi menunjukkan komunikasi program CSR ke para pihak berlangsung dengan baik. Komunikasi program CSR mengarah pada perpaduan antara pola komunikasi informatif-persuasif.

Kata Kunci: BUMDes, CSR, Komunikasi, Pengembangan, Program

PENDAHULUAN

Pengelolaan industri ekstraktif atau pertambangan nyaris acap kali diwarnai dengan isu-isu memanas. Konflik sosial yang terjadi antara perusahaan pengelola industri minyak dan gas (migas) dengan masyarakat sekitar lokasi, pencemaran lingkungan selama dan pasca eksplorasi migas, hingga gesekan horizontal dalam pembebasan lahan.

Bagi negara-negara yang gagal mengambil manfaat dari berkah kekayaan sumber daya alam yang mereka miliki disebut dengan kutukan sumber daya alam (*resource curse*). Terbukti, kata Auty dan Humphreys¹ sebagaimana dalam riset Ningrum menyebutkan, negara-negara yang kaya minyak bumi dan gas, terkadang performa pembangunan ekonomi dan tata kelola pemerintahannya (*good governance*) kerap kali lebih buruk dibandingkan negara-negara yang sumberdaya alamnya lebih kecil. Ironi dan menyedihkan.

Meski sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan, fenomena pelaksanaan CSR di Indonesia menunjukkan program CSR dan strategi

¹ Humphreys, M. and Sandhu, ME., *Ekonomi Politik Dana Sumberdaya Alam. Escaping The Resources Curse*. (Columbia: Columbia University Press, 2007). 224-272

manajemen di negara berkembang memerlukan pertimbangan kebutuhan spesifik masing-masing daerah, termasuk Indonesia. Menurut Frynas² dan Idemudia³, dalam Ningrum, alasan program CSR tidak banyak berhasil di negara berkembang adalah karena kegagalan perusahaan mengintegrasikan program CSR dalam kebutuhan masyarakat setempat, dan topik atau isu yang sedang menjadi tren.⁴

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini adalah dilakukan David Rizar Nugroho, Riset ini dengan lingkup komunikasi CSR dan keberdayaan masyarakat dengan memakai metode *mixed-methods* dan studi kasus. Hasil penelitian, persepsi responden terhadap peubah saluran komunikasi secara umum dinilai baik, sedangkan pendekatan komunikasi dan keberdayaan masyarakat secara umum dinilai buruk. Faktor-faktor yang membentuk karakteristik penerima manfaat adalah pendidikan dan status sosial.⁵

Penelitian selanjutnya dilakukan Adhianty Nurjanah. Lingkupnya gender, CSR perusahaan ekstraktif, pola komunikasi, dan pemberdayaan masyarakat, dengan menggunakan metode kualitatif, studi kasus. Hasil penelitian, program ini, dalam perencanaan program CSR-nya belum memakai pendekatan GAD (gender and development). Dan pola komunikasi antar perusahaan dan penerima manfaat dengan pola komunikasi dialogis.⁶

Riset lain dilakukan Ifa Khoiria Ningrum. Lokasi penelitian ini juga di Kabupaten Bojonegoro. Namun, pendekatan yang dilakukan

² Frynas, J.G., "The False Developmental Promise of Corporate Social Responsibility: Evidence from Multinational Oil Companies", (International Affairs: 2005). 581–598.

³ Idemudia, U, "Oil Extraction and Poverty Reduction in the Niger Delta: A Critical Examination", *Jurnal Partnership Inisiatives, Journal of Business Ethic*, 2009. 116

⁴ Ningrum, Ifa Khiria, "CSR Exxon Mobil Cepu Limited dalam Pemahaman Masyarakat Sekitar Wilayah Eksplorasi di Kabupaten Bojonegoro", *Jurnal DERIVATIF Vol. 10 No. 1*, April 2016

⁵ Nugroho, Hubeis, Saleh A., Priatna W. "Bulding a Modelof Communication Program Corporate Social Responsibility for Community Development (Case Study Lulut Village, District Bogor)", *Jurnal "Sosiobumaniora-Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora"*, Vol. 20, No. 1, Maret 2018. 70–77

⁶ Nurjanah, Adhianty, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sinergitas Peran Gender pada Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant", Disertasi, Program Doktor Penyuluhan Pembangunan/Pemberdayaan Masyarakat (PPPM), (Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2016).

berbasis ilmu manajemen. Dengan ruang lingkup, konsep dan makna serta pemahaman masyarakat terhadap CSR perusahaan minyak dan gas (migas). Metode yang digunakan adalah kualitatif (*qualitative methods*), dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

Hasil penelitian menunjukkan, pemahaman masyarakat terhadap CSR berupa meningkatnya pendapatan masyarakat dengan menjadi tenaga kerja, dahulu sepi, terpencil, terisolir sekarang mulai berubah, menjadi ramai. Program CSR yang tepat dan efektif untuk masyarakat adalah melalui pendekatan stakeholder, disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing desa.

Selama tiga tahun terakhir, tren program CSR mengalami perluasan, dari semula kepada komunitas menjadi lembaga seperti BUMDes. Perluasan cakupan CSR tersebut merupakan bentuk implementasi dari imbauan Menteri Desa PDT dan Transmigrasi Eko Putro Sandjojo yang meminta seluruh BUMN dan perusahaan swasta menyisihkan dana CSR yang dimilikinya untuk pendirian BUMDes.⁷ Imbauan Menteri Desa, salah satunya direspons badan usaha milik negara (BUMN), Pertamina EP Cepu, saat menyalurkan program CSR di Kabupaten Bojonegoro.

Penelitian mengkaji model komunikasi program CSR yang didanai oleh Pertamina EP Cepu, perusahaan minyak dan gas, berbasis pengembangan BUMDes, dengan difasilitasi dua NGO dari Bojonegoro (*local content*). Titik fokusnya adalah menganalisis komunikasi program CSR Pertamina EP Cepu berbasis pengembangan BUMDes dan mendeskripsikan model komunikasi CSR Pertamina EP Cepu berbasis BUMDes.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi CSR

Dalam mewujudkan CSR supaya tepat sasaran diterima oleh penerima manfaat, dibutuhkan komunikasi CSR yang baik. Setiap perusahaan yang melaksanakan CSR dituntut memiliki pemahaman komunikasi CSR yang efektif kepada stakeholders perusahaan. Menurut Jalal dalam Rusdianto, komunikasi CSR adalah upaya perusahaan dalam menyampaikan pesan kepada stakeholders dan menerima pesan dari

⁷<https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/08/12/obsnl-g368-mendes-minta-bumn-dan-swasta-sisihkan-dana-csr-untuk-bumdes>, edisi Jumat 12 Agustus 2016 20:50 WIB, diakses 13 Agustus 2019, pukul 21.42

stakeholders terkait komitmen, kebijakan, program dan kinerja perusahaan dalam pilar ekonomi, lingkungan, dan sosial.⁸

Keberhasilan dalam penyampaian pesan komunikasi CSR akan sangat berdampak terhadap diterimanya pesan oleh penerima manfaat. Jika pesan komunikasi CSR dapat diterima dengan efektif dan baik oleh penerima manfaat, diharapkan tujuan dan sasaran program, sebagaimana diharapkan perusahaan, akan tercapai.

Program dalam Komunikasi CSR

Menurut Charles O. Jones⁹ pengertian program adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan. Beberapa karakteristik tertentu dapat membantu seseorang mengidentifikasi aktivitas sebagai program atau tidak, yaitu: Program cenderung membutuhkan staf; Program biasanya memiliki anggaran tersendiri, program kadang biasanya juga diidentifikasi melalui anggaran. Dan program memiliki identitas sendiri, yang bila berjalan secara efektif dapat diakui oleh publik. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), program adalah rancangan mengenai asas serta usaha (dalam ketatanegaraan, perekonomian, dan sebagainya) yang akan dijalankan.¹⁰

Pengembangan BUMDes

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) diamanatkan dalam UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang kemudian dijabarkan dalam Peraturan Menteri Desa, PDT dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, Dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Tujuan pendirian pendirian BUMDes antara lain untuk peningkatan Pendapatan Asli Desa.

BUMDes adalah lokomotif perekonomian di desa yang berfungsi sebagai lembaga sosial dan komersial. BUMDes sebagai lembaga sosial berpihak kepada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyediaan pelayanan sosial. Sedangkan sebagai lembaga komersial bertujuan mencari keuntungan melalui penawaran sumberdaya lokal (barang dan jasa) ke pasar. Keberadaan BUMDes diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap

⁸ Rusdianto, Ujang, *CSR Communications: A Framework for PR Practitioners*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 21

⁹ Charles O. Jones, *Pengantar Kebijakan Publik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996)

¹⁰ <https://kbbi.web.id/strategi--> diakses tanggal 20 Februari 2019 pukul 12.43 WIB

peningkatan kesejahteraan warga desa dan mencegah berkembangnya sistem usaha kapitalistis di perdesaan yang mengakibatkan terganggunya nilai kehidupan bermasyarakat.¹¹

Pengukuran Efektivitas Komunikasi CSR

Untuk mengukur efektivitas komunikasi CSR dalam program Pengembangan BUMDes, penelitian ini menggunakan pendekatan teori Komunikasi Laswell. Dalam Effendy, komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban “*Who Says what in Which Channel to Whom With What Effect ?*” yang terdapat unsur komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.¹²

Dengan mengacu teori tersebut, analisis komunikasi dirumuskan seperti dalam Marhaeni sebagaimana dikutip Lestari¹³ sebagai berikut:

- 1) *Mengenal khalayak*. Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi efektif. Khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan saling mempengaruhi.
- 2) *Menyusun Pesan*. Yakni, menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.
- 3) *Menetapkan Metode*. Efektivitas komunikasi selain tergantung kemantapan isi pesan yang diselaraskan kondisi khayalak, juga dipengaruhi metode penyampaian kepada sasaran.
- 4) *Seleksi dan Penggunaan Media*. Langkah ini dilakukan juga untuk memahami kondisi sosial-psikologis audiens. Karena, masing-masing medium tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan-kelemahan tersendiri sebagai alat.
- 5) *Efekte yang Diharapkan*. Dalam setiap kegiatan komunikasi tentunya diharapkan ada efek atau *feedback* yang sesuai dengan harapan. Jika

¹¹ Sitepu, Robby, “Analisis Proses Pembentukan dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Kecamatan Wampu Kabupaten Langkat”, Tesis, Prodi Magister Studi Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, (Universitas Sumatera Utara, 2018).

¹² Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, PT (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 10

¹³ Lestari, Lisa, Hairunnisa, Kheyene Molekandela Boer, “e-Journal Ilmu Komunikasi”, ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id, 2018.

lima tahapan di atas dilaksanakan dengan baik, besar kemungkinan mendapatkan efek yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Laporan penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan. Moleong mengatakan, data-data penelitian dengan metode kualitatif-deskriptif berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Peneliti menganalisis data yang kaya dan sejauh mungkin sesuai dengan aslinya. Teknis penulisan laporan penelitian dilakukan seperti orang yang sedang merajut, sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu.¹⁴

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bojonegoro, tepatnya dua BUMDes yang menjadi *pilot project* pengembangan BUMDes Pertamina EP Cepu. Yakni, BUMDes Bandungrejo Kecamatan Ngasem, dan BUMDes Dolokgede, Kecamatan Tambakrejo, Kabupaten Bojonegoro. Penentuan informan dengan teknik *purposive sampling*. Adapun informan penelitian para pihak (*stakeholders*) yang terlibat langsung dalam komunikasi program CSR Pertamina EP Cepu berupa pengembangan BUMDes. Yaitu, para pengurus BUMDes Bandungrejo dan Dolokgede, serta kedua lembaga fasilitator program, pihak Pertamina EP Cepu, dan organisasi perangkat daerah yang membidangi BUMDes.

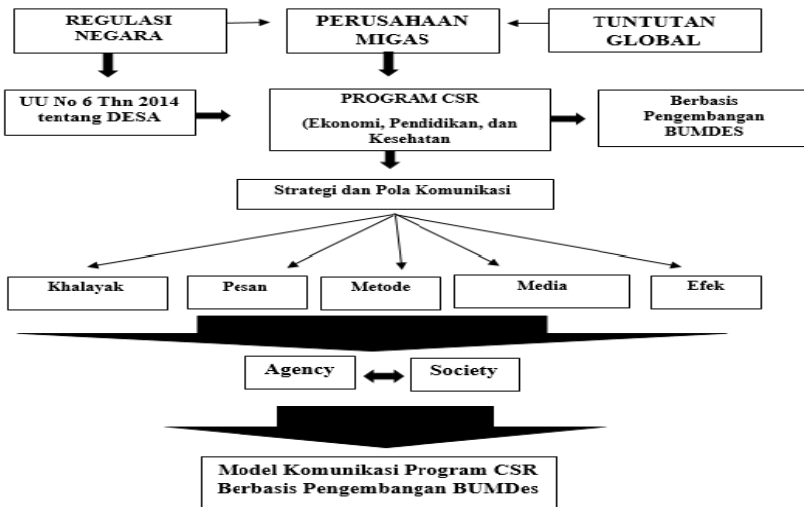
Teknik Pengumpulan Data melalui pengamatan (observasi), wawancara mendalam (*indepth interview*) dan analisis dokumen. Pengamatan dilakukan dengan informan dengan menekankan pada persoalan yang menjadi subyek penelitian. Observasi dilakukan dengan melibatkan diri ke dalam kegiatan yang dilakukan informan, khususnya kegiatan yang berhubungan langsung dengan subjek dan tema penelitian. Menurut Kriyantono, dalam teknik pengumpulan data penelitian, akan didahului teknik pengambilan informan, model

¹⁴ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 11

wawancara dan *observasi* partisipan-*membership*, yakni peneliti ikut langsung berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti.¹⁵

Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data yang diperoleh dari penelitian, disajikan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapat gambaran fakta. Analisis data peneliti mengacu model Miles dan Huberman yang dikutip oleh Lexi J. Moleong, terdiri dari: pengumpulan informasi; reduksi data (*data reduction*); penyajian data (*data display*); dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

Penarikan kesimpulan dan interpretasi menekankan pada lima aspek, yakni: (1) Mengenal khalayak; (2) Penyusunan pesan; (3) Penetapan metode; (4) Seleksi dan penggunaan media; dan (5) Efek yang diharapkan, berikut bagan alir penelitiannya:



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Obyek Penelitian

PT Pertamina EP Cepu (selanjutnya disebut PEPC) adalah afiliasi (anak perusahaan) PT Pertamina (Persero) yang bergerak di bidang kegiatan usaha hulu minyak dan gas bumi, yang meliputi

¹⁵ Kriyanto, Rachmat, *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 64.

eksplorasi, eksploitasi dan produksi di Wilayah Kerja Pertambangan ("WKP") Blok Cepu, yang di antaranya berada di wilayah Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur.

Saat ini, proyek pengembangan lapangan yang sedang dilakukan adalah project *full field* Banyu Urip yang diprediksi mampu memproduksi minyak hingga 165 KBD dan Proyek Pengembangan Gas Cepu yang meliputi lapangan unitisasi Jambaran-Tiung Biru dan lapangan Cendana. Proyek pengembangan Gas Cepu diprediksi memproduksi gas sebesar 315 MMSCFD selama masa plato 16 tahun produksi.¹⁶

Dalam kaitannya dengan kebijakan program-program TJSL, PEPC menjabarkannya dalam website resmi perusahaan: www.pepc.pertamina.com. Sebagai perusahaan yang mengelola sektor hulu minyak dan gas, PEPC memiliki komitmen untuk menjalankan kegiatan operasi yang bertanggung jawab. Melalui kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)/Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan (TJSL), perusahaan berusaha berkontribusi dalam meningkatkan pembangunan masyarakat secara berkelanjutan dengan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan dalam rangka mendukung pertumbuhan perusahaan.

Prinsip - prinsip CSR / TJSL PT Pertamina EP Cepu mengacu pada ISO 26000 yaitu: (a) Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; (b) Mempertimbangkan ekspektasi semua stakeholders; (c) Taat hukum dan konsisten dengan norma internasional; dan (d) Terintegrasi ke dalam kegiatan bisnis.

Dalam menentukan program-program TJSL, terlebih dahulu PEPC melakukan *assasement* dan studi-studi yang dilakukan sebelumnya agar target dan sasaran program sesuai dengan garis kebijakan yang ditentukan holdingnya. Studi Sosio Ekonomi Tahun 2013 menunjukkan bahwa dalam dimensi ekonomi, maka mayoritas mata pencaharian utama masyarakat sekitar lokasi Proyek JTB adalah sebagai petani dan peternak.

Salah satu rekomendasi hasil Studi Sosio Ekonomi (*Socio Economic Study*) Tahun 2013, yaitu pelaksanaan TJSL/CSR/PKPO bagi masyarakat sekitar Proyek Pengembangan Gas Lapangan Unitisasi Jambaran-Tiung Biru (selanjutnya disebut PPG-JTB) melalui Program

¹⁶ Website resmi perusahaan: www.pepc.pertamina.com/id/index.html-- diakses tanggal 21 Februari 2019 pukul 12.56 WIB

di bidang ekonomi yaitu pemberdayaan ekonomi masyarakat yang bertumpu pada kemandirian, keberlanjutan, dan peningkatan kesejahteraan. Salah satu aspek penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat yang direncanakan untuk dikembangkan adalah menyangkut keberlanjutan penghidupan untuk dapat meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat di sekitar lokasi Proyek JTB.

BUMDes Bandungrejo Makmur Rejo

a. Indikator Komunikan

Langkah yang pertama kali dilakukan manajemen program adalah mencari tahu terlebih dahulu kebutuhan masyarakat dengan melakukan *need assesment*, melakukan komunikasi dengan pemerintah desa, dan BPD. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada pemerintah desa dan BPD maksud dan tujuan program, sekaligus menyamakan persepsi mengenai pengembangan BUM Desa. Langkah ini dilakukan, karena BUMDesa Bandungrejo sebelumnya sudah ada, sehingga pengembangan BUM Desa dikerjakan berdasarkan posisi BUM Desa *existing*.

“Setelah melakukan komunikasi dan koordinasi dengan Pemerintah Desa dan BPD, baru dilakukan *need assesment* yang diikuti antara lain kepala desa, perangkat desa, BPD, LPMD, Pengurus BUM Desa, Tokoh masyarakat (tokoh agama, tokoh perempuan, dan tokoh pemuda.”¹⁷

Proses komunikasi assesment juga dilakukan untuk mendapatkan data-data tentang Profil BUMDes, Profil desa, Potensi ekonomi di desa sasaran, penggalian data, sekaligus identifikasi daerah yang akan menerima manfaat program CSR. Serta, berkaitan dengan latar belakang, sifat, watak, tingkat pendidikan, bahasa, lingkungan, yang di lapangan?

Need Assessment yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan, harapan-harapan tokoh-tokoh kunci dalam pengembangan BUM Desa. Kebutuhan dan harapan tokoh kunci difokuskan kepada keberadaan BUM Desa yang telah ada sebelumnya. Misalnya, kebutuhan tersebut dibatasi pada fungsi BUM Desa. Sehingga, dapat tepat sasaran terhadap yang dibutuhkan masyarakat.

“Tujuan dilakukannya komunikasi terkait *need assesment* karena sesuai kebutuhan masyarakat. Dulunya ingin menjalankan usaha

¹⁷ Wawancara Direktur IDFoS Indonesia, Joko HP, Tanggal 16 Juni 2020

ternak kambing. Karena belum tahu caranya diusulkan usaha ternak ayam petelur.”¹⁸

Selain assesment, upaya menjalin komunikasi ke lintas pihak (stakeholders lain) atau pihak komunikan program CSR, juga dilakukan. Komunikasi dan koordinasi yang dilakukan secara bertingkat yaitu kabupaten, kecamatan, dan desa. Dan ditingkat desa komunikasi dilakukan dengan kepala desa, BPD dan tokoh-tokoh kunci. Di tingkat kecamatan komunikasi dilakukan dengan camat, pendamping desa.

Di tingkat kabupaten komunikasi koordinasi dilakukan dengan hadir di instansi terkait program, yaitu Bappeda, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (PMD) dan Dinas Perikanan dan Peternakan. Namun, tidak semua kegiatan CSR dikoordinasikan terlebih dulu di awal prosesnya. Untuk koordinasi di awal program, Dinas PMD malah tidak pernah tahu.

Proses penyampaian pesan maksud dan tujuan program kepada stakeholders terkait dilakukan melalui jalur komunikasi formal dan non formal. Jalur formal dengan membuat surat kepada *stakeholders* sasaran, kemudian ditentukan waktu untuk dapat bertemu. Pada saat pertemuan tersebut dijelaskan maksud dan tujuan program dalam forum-forum sosialisasi dan musdes. Sedangkan jalur non formal dengan jalan bertemu *stakeholders* tanpa membuat surat resmi, namun dengan komunikasi via WhatsApp untuk bertemu maupun menjelaskan melalui telepon.

b. Indikator Konten

Selain dimensi komunikan, komunikasi program CSR dalam indikator konten (isi pesan komunikasi) juga terlihat. Penekanannya pada isi pesan yang disampaikan dalam program CSR. Pesan-pesan komunikasi program CSR yang disampaikan kepada khalayak penerima manfaat berisi tujuan program, pelibatan masyarakat dalam program, rencana strategis program, dan nilai bantuan program kepada penerima manfaat.

Isi pesan juga berisi tahapan-tahapan program, penerima manfaat/sasaran, dan harapan program. Agar ke depan bisa menjadikan lapangan kerja bagi warga sekitar dan meningkatkan taraf hidup. Khususnya yang berkaitan dengan bentuk program CSR yang sesuai dengan kebutuhan BUMDes Bandungrejo.

¹⁸ Wawancara Ketua BUMDesa Bandungrejo, Santoso, tanggal 3 Juni 2020

Dalam penyampaian isi pesan disesuaikan dengan media informasi. Apabila medianya berupa FGD, maka lebih banyak praktik-praktik yang sedang berkembang di masyarakat maupun di pemerintah desa. Namun apabila medianya musyawarah desa yang bertujuan untuk sosialisasi, maka pesan yang disampaikan lebih banyak kerangka program yang telah disepakati antara IDFoS dengan Pertamina EP Cepu. Sedangkan pada saat pelatihan-pelatihan dominan pesan-pesan teoritik.

“Materi-materi teoritik yang digunakan adalah teori budidaya, teori manajemen, teori pemasaran, dan teori keuangan. Untuk teori praktik, antara lain pengurus BUMDes dimagangkan selama 7 hari dan Praktek membuat laporan keuangan.”¹⁹

c. Indikator Komunikator

Dalam program pengembangan BUMDes yang dikelola IDFoS Indonesia, metode yang dipakai menggunakan komunikasi kelompok melalui cara pertemuan-pertemuan (musyawarah, rapat-rapat, FGD, maupun forum-forum pelatihan). Komunikasi personal, dengan cara bertemu langsung kepala desa, tokoh masyarakat, camat. Serta, disesuaikan dengan daerah penerima manfaat program, agar pesan dapat diterima dengan baik.

Penyampaian pesan komunikasi program CSR dilakukan dengan cara perpaduan secara santai (informal) dan serius (formal). Cara penyampaian pesan menggunakan pesan-pesan verbal, dan beberapa menggunakan media tulisan, seperti leaflet dan brosur. Penyampaian pesan melalui komunikasi kelompok dilakukan dengan formal (serius) namun diselingi dengan humor-humor untuk menjaga kehangatan komunikasi. Dengan kata lain, penyampaian pesan dengan media sosialisasi dengan cara formal, dan praktek dengan cara informal.

Dalam penggunaan bahasa dalam penyampaian pesan komunikasi CSR dilakukan dengan beragam. Pada saat komunikasi kelompok, lebih dominan Bahasa-bahasa formal (Bahasa Indonesia) diselingi Bahasa Jawa, namun untuk komunikasi personal lebih banyak menggunakan Bahasa-bahasa non formal, dengan tujuan untuk mudah dipahami.

Dengan demikian, secara umum pola komunikasi program CSR dalam program Pengembangan BUMDes Bandungrejo, Kecamatan

¹⁹ Wawancara Manajer Program IDFoS, tanggal 10 Juni

Ngasem menggunakan pola informatif dan persuasive. Pola Informatif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan normative, seperti menjelaskan tahapan program, siapa saja yang terlibat. Sedangkan komunikasi dengan pola persuasive dilakukan saat memasukkan hal baru dalam program. Misalnya untuk menciptakan akuntabilitas keuangan, diperlukan penyusunan SOP Administrasi Umum dan Keuangan; untuk memastikan produksi berjalan dengan baik harus dibuat SOP Produksi dan lain-lain.

d. Indikator Media (Chanel)

Dalam program pengembangan BUMDes Bandungrejo yang dikelola oleh IDFoS Indonesia media/sarana dan prasana/peranti yang digunakan dalam sosialisasi program CSR menggunakan proyektor, pamphlet, leaflet, copy materi. Penggunaan media ini dipakai untuk forum-forum yang berhubungan dengan pertemuan terbatas yang bersifat formal.

Namun, penggunaan media massa (cetak dan elektronik) yang digunakan dalam sosialisasi program CSR tidak menggunakan. Kalaupun ada media elektronik, sebatas pada website lembaga pengelola program dan milik pemdes. Yang paling banyak justru menggunakan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Sedangkan penggunaan media alternatif nonformal untuk komunikasi program CSR yang dianggap lebih efektif dan mengena sasaran, dilakukan dengan beragam cara. Antara lain, pertemuan-pertemuan secara langsung dengan tokoh masyarakat, pendampingan secara langsung, praktik langsung, atau dengan datang langsung ke kandang program pada waktu panen.

e. Indikator Efek yang Diharapkan

Efek atau umpan balik dari komunikasi program CSR di atas membuat masyarakat mengetahui ada program, terutama tokoh kunci memastikan dengan menanyakan bentuk bantuan dan berapa nilainya, siapa yang akan menjadi pengelolanya serta apa peran IDFoS. Dampak usai sosialisasi/komunikasi program misalnya, masyarakat tahu dan mendukung dan *stakeholders* yang diundang juga mendukung program.

Bahkan, warga yang menjadi pengurus BUMDes sangat tertarik dengan adanya bantuan tersebut. Karena, itu akan bisa menjadi pintu untuk meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.

Masyarakat penerima manfaat, aparat desa, dan pihak terkait lainnya antusias menjalankan program. Secara formal pemerintah desa

mem-*backup* program, ditunjukkan dalam bentuk pemberian modal awal BUM Desa sebesar Rp 20.000.000 sedangkan dukungan masyarakat adalah keseriusan mereka terlibat dalam penyusunan AD/ART BUMDesa Bandungrejo dan berpartisipasi dalam membangun kandang peternak ayam (budidaya ayam petelur) yang menjadi fokus usaha BUMDes.

Dampak program bagi penerima manfaat sekarang, yang diukur dari sejak pertama sosialisasi hingga berakhirnya periode program juga tampak nyata. Program telah memberikan manfaat kepada desa, pengurus, dan masyarakat. Manfaat ke desa berupa kepemilikan aset bisnis budidaya ayam petelur dengan nilai kurang lebih Rp 1.000.000.000 (satu miliar); pengurus mendapatkan gaji rutin dan peningkatan kapasitas dalam mengelola bisnis.

Sedangkan bagi masyarakat berupa dana sosial bagi hasil berupa bantuan sosial paket sembako khususnya bagi warga miskin, memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, kebutuhan telur bagi warga Bandungrejo terpenuhi, kotoran ternak yang dihasilkan bisa digunakan untuk pupuk organik petani setempat.

Sementara bagi BUMDes, dampak yang dirasakan antara lain manajemen organisasi lebih bagus, tata kelola keuangan lebih bagus, serta taraf hidup pengurus dan pekerja BUMDES menjadi meningkat.

BUMDes Dolokgede Bumi Makmur

Berdasarkan hasil wawancara, dari BUMDesa Dolokgede, Kecamatan Tambakrejo, yang difasilitasi ADEMOS, dapat diperoleh gambaran sebagaimana berikut;

a. Indikator Komunikatif

Langkah pertama kali yang dilakukan ADEMOS selaku pelaksana program adalah melakukan *need assesment* yang bertujuan untuk menggali apa yang menjadi kebutuhan masyarakat calon penerima program. Dengan fokus menggali potensi desa melalui forum *Sinau bareng* (belajar bersama).

“*Isi Sinau Bareng* bisa dari peserta diskusi, tidak terpaku dari pemateri. Dari situ muncul tema diskusi, termasuk tentang *sinau peternakan dan pertanian*.”²⁰

Penggalan kebutuhan untuk BUMDes Dolokgede diuntungkan karena pihak desa sudah mempunyai basis data SID (sistem informasi

²⁰ Wawancara Direktur Ademos, Khundori, tanggal 30 Juni 2020.

desa), berisi populasi, pendapatan, potensi desa, dan data terkait jumlah suplay telur di Bojonegoro. Kemudian data tersebut dijadikan rumusan program.

Need assesment untuk BUMDes Dolokgede memiliki kemiripan dengan BUMDes Bandungrejo, Kecamatan Ngasem, sebagaimana dikatakan Ketua BUMDes Dolokgede, Ahmad Shodikin. Penggalan kebutuhan untuk BUMDes Dolokgede berkaca yang terjadi di Bandungrejo yang masuk Ring 1 wilayah Pertamina EP Cepu.

“Di BUMDes Bandungrejo pihak Pertamina EP Cepu membuat usaha ternak seperti yang dilakukan oleh pak Santoso. Lalu merembet ke Dolokgede karena Dolokgede juga Ring 1 dan juga di Dolokgede juga ada Bumdes. Dan itu dimotori oleh Ademos untuk beternak ayam.”²¹

Need assasement atau analisis pendahuluan terhadap calon penerima program juga berkaitan dengan latar belakang, sifat, watak, tingkat pendidikan, bahasa, lingkungan, yang di lapangan. Agar pembangunan dan pengembangan program lebih terarah dan terukur, sesuai kebutuhan riil, dan menjadi solusi, sesuai peta sosial masyarakat.

Penggalan kebutuhan melalui metode *need assasement* sejalan dengan harapan Kepala Desa Dolokgede, Nunuk Sri Rahayu. Sebab, awalnya pemerintah desa memang mempunyai angan-angan bagaimana kalau desa memiliki usaha melalui BUMDes berupa ayam petelur. Karena, pemdes melihat lapangan untuk kebutuhan telur di wilayah kabupaten banyak, tapi di sini yang sanggup menyuplai beberapa peternak ayam petelur saja. Sehingga, desa mempunyai peluang, dan BUMDes adalah wadah yang tepat dijadikan usaha.

Selain *need assesment*, upaya menjalin komunikasi ke lintas pihak (khlayak, stakeholders lain) juga dilakukan. Di antaranya koordinasi dengan BAPPEDA, DPMD, Kecamatan, dan desa. Tidak hanya pengelola program. Komunikasi dengan stakeholders juga dilakukan oleh Pertamina EP Cepu dengan melibatkan pengurus BUMDes, tokoh agama dan masyarakat. Dengan tujuan penyampaian akan diberikannya bantuan ke desa Dolokgede melalui program CSR dikarenakan masuk wilayah Ring 1.

Proses penyampaian maksud dan tujuan program kepada stakeholders dilakukan mulai dari tingkat pemerintahan paling bawah

²¹ Wawancara Shodikin, tanggal 18 Juni 2020.

sampai ke atas di forum informal dan formal. Antara lain dengan mengadakan Musdes dibalai desa yang menghadirkan beberapa pihak yang terkait. Dalam Musdes, Pertamina EP Cepu menjelaskan akan memberikan bantuan penyertaan modal ke pihak Pemdes melalui BUMDes menggunakan program CSR. Yang mana disepakati pada saat itu Bumdes ingin menjalankan usaha ternak ayam petelur dengan Pertamina EP Cepu sepakat membantu pengadaan ayam beserta fasilitasnya secara keseluruhan.

b. Indikator Konten

Isi pesan juga berisi tahapan-tahapan program, penerima manfaat/sasaran, pihak-pihak yang terlibat dan harapan program. Agar ke depan bisa menjadikan lapangan kerja bagi warga sekitar dan meningkatkan taraf hidup. Khususnya yang berkaitan dengan bentuk program CSR dan tradisi *Sinau Bareng* yang sesuai dengan kebutuhan BUMDes Dolokgede.

Penyampaian isi pesan komunikasi program CSR dilakukan secara perpaduan antara materi teori dan praktek. Untuk materi teori, di antaranya peningkatan kapasitas kelembagaan BUMDes, peningkatan kapasitas pengelola kandang ternak ayam petelur, manajemen BUMDes. Sedangkan materi praktek berupa magang selama tujuh hari pada peternak yang sudah sukses serta belajar dengan jaringan pengusaha ternak ayam petelur.

“Pengurus BUMDes pernah diajak langsung ke lokasi peternakan ayam petelur milik pak Zaky di Lamongan untuk belajar secara langsung mengenai bagaimana beternak ayam petelur. Dan anak kandang pernah disekolahkan di Malang selama satu minggu untuk belajar tentang ternak. Itu keseluruhan difasilitasi oleh Pertamina dan didampingi pihak ADEMOS.”²²

c. Indikator Komunikator

Dalam program pengembangan BUMDes yang dikelola ADEMOS, metode yang dipakai formal dan informal. Untuk formal, pertemuan-pertemuan (musyawarah, rapat-rapat, FGD, maupun forum-forum pelatihan, hingga koordinasi di tingkat desa, kecamatan hingga kabupaten dan multipihak. Untuk metode nonformal, melalui datang dan diskusi langsung, terkadang dalam suasana santai di warung kopi.

²² Wawancara Ketua BUMDes Shodikin, tanggal 18 Juni 2020

Penyampaian pesan komunikasi program CSR dilakukan dengan cara santai (informal) dan serius (formal). Pada waktu sosialisasi dilakukan dengan cara formal, misalnya untuk acara musdes di kantor ADEMOS. Namun, setelah itu dilanjutkan dengan ruang diskusi yang lebih santai dengan model *ngopi bareng*.

Penggunaan bahasa dalam penyampaian pesan komunikasi CSR dilakukan dengan bahasa formal dan informal, tergantung situasinya. Pada waktu sosialisasi ada seremonial menggunakan bahasa formal. Sedangkan untuk forum *jagong klobot*, menggunakan bahasa santai yang lebih informal, dengan menggunakan bahasa Jawa keseharian.

Secara umum, pola komunikasi dalam penyampaian pesan komunikasi program komunikasi CSR yang dikelola ADEMOS adalah model informatif (memberikan sosialisasi tentang program), dengan sesekali persuasif dengan perpaduan antara dialogis, memberikan stimulan/pancingan dan mendatangkan ahli.

Bentuk persuasif lainnya adalah pihak ADEMOS sebagai pendamping program langsung menawari untuk membuat usaha ternak ayam seperti yang ada di Bandungrejo. Dari BUMDes yang hadir dalam acara-acara Sinau Bareng, juga ikut menyemangati pengurus BUMDes Dolokgede. Serta, dukungan penuh dari Kades.

“Polanya juga menggunakan persuasive, yakni dengan menjadikan BUMDes Bandungrejo sebagai contoh usaha serta usaha milik pak Santoso yang ayam petelur dijadikan contoh dalam usaha ayam petelur. Ini mampu mempengaruhi warga kami.”²³

d. Indikator Media (Chanel)

Dalam program pengembangan BUMDes Dolokgede yang dikelola oleh ADEMOS media/sarana dan prasana/peranti yang digunakan dalam sosialisasi program CSR menggunakan proyektor, pamphlet, leaflet, copy materi. Penggunaan media ini dipakai untuk forum-forum yang berhubungan dengan pertemuan terbatas yang bersifat formal.

Sedangkan media massa (cetak dan elektronik) yang digunakan dalam sosialisasi program CSR, tidak ada. Yang ada adalah media sosial semacam Group whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Di luar itu, media *getok tular*, *jagongan*, *ngopi bareng*, juga

²³ Wawancara Kades Dolokgede, Nunuk Sri Rahayu, tanggal 7 Juli 2020

digunakan, khusus untuk kegiatan-kegiatan yang bersifat internal program BUMDes, demi menghindari potensi salah paham, sehingga bisa direduksi. Yang menarik, media lain yang digunakan untuk sosialisasi program CSR yang dianggap lebih efektif dan mengenai sasaran, juga digunakan.

“Setelah shalat Jumat ada forum non formal rutin yang dilakukan warga desa. Di situ kami ikut dalam forum, kemudian menyampaikan tentang program yang dijalankan, termasuk BUMDes.”²⁴

e. Indikator Efek yang Diharapkan

Dalam program pengembangan BUMDes yang dikelola ADEMOS, terdapat efek yang kelihatan nyata. Yakni, perubahan mindset dan kemanfaatan kelanjutan usaha yang akan dilakukan BUMDes.

“Saya sempat takut untuk menjalankan usaha bantuan dari Pertamina EP Cepu ini, tapi oleh pengurus yang lain diberikan semangat untuk belajar bersama. Apabila dirasa pengurus tidak mampu, tinggal mengadu ke Ademos pasti akan dicarikan solusinya. Dan akhirnya jalan.”²⁵

Masyarakat penerima manfaat, aparat desa, dan pihak terkait lain juga antusias menjalankan program. Pemerintah desa menyambut baik program ini dibuktikan dengan memberikan dukungan bidang tanah untuk ditempati kandang ayam petelur untuk usaha BUMDes. Bahkan, tanah kas desa dihibahkan ke BUMDes untuk dimanfaatkan sebagai tempat kandang. Bahkan, tahun ini dikembangkan lagi dengan diberikan bantuan berupa pembuatan kandang baru bersumber dari Dana Desa.

Masyarakat setuju dengan program ini, walaupun ada di antaranya yang optimis maupun pesimis program akan berhasil. Masyarakat di sekitar kandang menerima keberadaan usaha ternak ayam dengan wujud tidak pernah adanya keluhan mengenai bau kotoran ayam disekitar kandang. Serta dahulu saat pengerjaan kandang, para tukang dan pekerjanya diambilkan dari masyarakat sendiri.

Dari pengurus selalu mengontrol produksi telur ayam. apabila mengalami penurunan produksi maka dari pengurus langsung mencari

²⁴ Wawancara Direktur Ademos, tanggal 27 Juli 2020

²⁵ Wawancara Ketua BUMDes Dolokgede, tanggal 18 Juni 2020

sumber masalah dan menghubungi Dinas terkait untuk mengatasi problem yang dialami.

Sedangkan dari pihak Kabupaten, baik Dinas Peternakan maupun Dinas Koperasi masih sering berkunjung ke kandang BUMDes untuk melihat perkembangan usaha ayam petelur tersebut. Dampak program bagi penerima manfaat sekarang, diukur sejak pertama sosialisasi hingga berakhirnya periode program, sangat terasa. Yakni, memiliki aset yang harus di kembangkan, menjadi atau memberi pendapatan asli desa, kesejahteraan bertambah, dan masyarakat mendapatkan ilmu yang manfaat.

Bahkan, dari sisi pengelola kandang ayam dan pengurus BUMDes, saat ini bisa mengelola bagaimana cara memelihara ayam petelur serta bisa secara tanggap menangani setiap penyakit yang menimpa ayam serta dapat mencari solusi dengan cepat agar penyakit yang menjangkit tidak berkelanjutan. Serta sudah bisa membuat ramuan jamu (obat herbal) untuk ayam agar tidak mudah terserang penyakit dan mati mendadak.

Analisis Perbandingan Komunikasi CSR BUMDes Bandungrejo Makmur Rejo dan BUMDes Dolokgede Bumi Makmur

a. Komunikasikan

Pada tahap komunikasi dengan khalayak penerima sasaran program, NGO pengelola program BUMDes, IDFoS Indonesia, melakukan *need assesment*, melakukan komunikasi dengan pemerintah desa, dan BPD. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada pemerintah desa dan BPD maksud dan tujuan program, sekaligus menyamakan persepsi mengenai pengembangan BUM Desa. Langkah ini dilakukan, karena BUMDesa Bandungrejo sebelumnya sudah ada, sehingga pengembangan BUMDesa dikerjakan berdasarkan pada posisi BUMDesa *existing*.

Selain assesment, upaya menjalin komunikasi ke lintas pihak (stakeholders lain) atau pihak komunikasikan program CSR, juga dilakukan. Komunikasi dan koordinasi yang dilakukan secara bertingkat yaitu kabupaten, kecamatan, dan desa. Di tingkat kabupaten komunikasi koordinasi dilakukan dengan hadir di instansi terkait program, yaitu Bappeda, DPMPD dan Dinas Perikanan dan Peternakan. Di tingkat kecamatan komunikasi dilakukan dengan camat, pendamping desa. Dan ditingkat desa komunikasi dilakukan dengan kepala desa, BPD dan tokoh-tokoh kunci.

Langkah serupa dilakukan dalam pengembangan BUMDes Dolokgede yang dijalankan oleh ADEMOS. Langkah pertama kali yang dilakukan oleh ADEMOS selaku pelaksana program adalah melakukan *need assesment* yang bertujuan untuk menggali apa yang menjadi kebutuhan masyarakat calon penerima program. Bedanya, ADEMOS melakukan penggalan kebutuhan potensi desa melalui forum *Sinaw Bareng* (belajar bersama).

Penggalan kebutuhan untuk BUMDes Dolokgede diuntungkan karena pihak desa sudah mempunyai basis data SID (sistem informasi desa), berisi populasi, pendapatan, potensi desa, dan data terkait jumlah suplay telur di Bojonegoro. Kemudian data tersebut dijadikan rumusan program.

Namun demikian, *need assesment* BUMDes Dolokgede memiliki kemiripan dengan BUMDes Bandungrejo. Penggalan kebutuhan untuk BUMDes Dolokgede berkaca yang terjadi di Bandungrejo yang masuk Ring 1 wilayah Pertamina EP Cepu. Di BUMDes Bandungrejo pihak Pertamina EP Cepu membuat usaha ternak. Lalu merembet ke Dolokgede karena Dolokgede juga Ring 1 dan juga di Dolokgede juga ada Bumdes.

Selain *need assesment*, upaya menjalin komunikasi ke lintas pihak (khalayak, stakeholders lain) juga dilakukan untuk program pengembangan BUMDes Dolokgede. Di antaranya koordinasi dengan BAPPEDA, DPMD, Kecamatan, dan desa. Tidak hanya pengelola program. Komunikasi dengan stakeholders juga dilakukan oleh Pertamina EP Cepu dengan melibatkan pengurus BUMDes, tokoh agama dan masyarakat.

b. Konten

Komunikasi program CSR pada pengembangan BUMDes Bandungrejo dalam indikator isi pesan komunikasi juga terlihat. Pesan-pesan komunikasi program CSR yang disampaikan kepada khalayak penerima manfaat berisi tujuan program, pelibatan masyarakat dalam program, rencana strategis program, dan nilai bantuan program kepada penerima manfaat. Agar ke depan bisa menjadikan lapangan kerja bagi warga sekitar dan meningkatkan taraf hidup. Khususnya yang berkaitan dengan bentuk program CSR yang sesuai dengan kebutuhan BUMDes Bandungrejo.

Dalam penyampaian isi pesan disesuaikan dengan media informasi. Apabila medianya berupa FGD, maka lebih banyak praktik-

praktik yang sedang berkembang di masyarakat maupun di pemerintah desa. Namun apabila medianya musyawarah desa yang bertujuan untuk sosialisasi, maka pesan yang disampaikan lebih banyak kerangka program yang disepakati antara IDFoS dengan Pertamina EP Cepu. Sedangkan saat pelatihan-pelatihan dominan pada pesan-pesan teoritik.

Hal yang kurang lebih sama juga dilakukan pada BUMDes Dolokgede. Titik tekan isi pesan yang disampaikan dalam program CSR. Pesan-pesan komunikasi program CSR yang disampaikan kepada khalayak penerima manfaat berisi tujuan program, pelibatan masyarakat dalam program, rencana strategis program, dan nilai bantuan program kepada penerima manfaat.

Isi pesan juga berisi tentang tahapan-tahapan program, penerima manfaat/sasaran, pihak-pihak yang terlibat dan harapan program. Agar ke depan bisa menjadikan lapangan kerja bagi warga sekitar dan meningkatkan taraf hidup. Khususnya yang berkaitan dengan bentuk program CSR dan tradisi *Sinau Bareng* yang sesuai dengan kebutuhan BUMDes Dolokgede.

Penyampaian isi pesan komunikasi program CSR dilakukan secara perpaduan antara materi teori dan praktek. Untuk materi teori, di antaranya peningkatan kapasitas kelembagaan BUMDes, peningkatan kapasitas pengelola kandang ternak ayam petelur, manajemen BUMDes. Sedangkan materi praktek berupa magang selama tujuh hari pada peternak yang sudah sukses serta belajar dengan jaringan pengusaha ternak ayam petelur.

c. Komunikator

Dalam program pengembangan BUMDes yang dikelola IDFoS Indonesia, metode yang dipakai menggunakan *komunikasi kelompok* melalui cara pertemuan-pertemuan (musyawarah, rapat-rapat, FGD, maupun forum-forum pelatihan). *Komunikasi personal*, dengan cara bertemu langsung kepala desa, tokoh masyarakat, camat. Serta, disesuaikan dengan daerah penerima manfaat program, agar pesan dapat diterima dengan baik.

Penyampaian pesan komunikasi program CSR dilakukan dengan cara perpaduan secara santai (informal) dan serius (formal). Cara penyampaian pesan menggunakan pesan-pesan verbal, dan beberapa menggunakan media tulisan, seperti leaflet dan brosur. Penyampaian pesan melalui komunikasi kelompok dilakukan dengan formal (serius) namun diselingi dengan humor-humor untuk menjaga kehangatan

komunikasi. Dengan kata lain, penyampaian pesan dengan media sosialisasi dengan cara formal, dan praktek dengan cara informal.

Dalam penggunaan bahasa dalam penyampaian pesan komunikasi CSR dilakukan dengan beragam. Pada saat komunikasi kelompok, lebih dominan Bahasa-bahasa formal (Bahasa Indonesia) diselingi Bahasa Jawa, namun untuk komunikasi personal lebih banyak menggunakan Bahasa-bahasa non formal, dengan tujuan untuk mudah dipahami.

Dengan demikian, secara umum pola komunikasi program CSR dalam program Pengembangan BUMDes Bandungrejo, Kecamatan Ngasem menggunakan pola informatif dan persuasive. Pola Informatif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan normative, seperti menjelaskan tahapan program, siapa saja yang terlibat.

Sedangkan komunikasi dengan pola persuasive dilakukan saat memasukkan hal baru dalam program. Misalnya untuk menciptakan akuntabilitas keuangan, diperlukan penyusunan SOP Administrasi Umum dan Keuangan; untuk memastikan produksi berjalan baik harus dibuat SOP Produksi dan lain-lain.

Sementara dalam program pengembangan BUMDes yang dikelola ADEMOS, metode yang dipakai, juga mirip, formal dan informal. Untuk formal, pertemuan-pertemuan (musyawarah, rapat-rapat, FGD, maupun forum-forum pelatihan, hingga koordinasi di tingkat desa, kecamatan hingga kabupaten dan multipihak. Bedanya, untuk metode nonformal, melalui datang dan diskusi langsung, terkadang dalam suasana santai di warung kopi.

Penyampaian pesan komunikasi program CSR dilakukan dengan cara santai (informal) dan serius (formal). Pada waktu sosialisasi dilakukan dengan cara formal, misalnya untuk acara musdes di kantor ADEMOS. Namun, setelah itu dilanjutkan dengan ruang diskusi yang lebih santai dengan model *ngopi bareng*.

Penggunaan bahasa dalam penyampaian pesan komunikasi CSR dilakukan dengan bahasa formal dan informal, tergantung situasinya. Pada waktu sosialisasi ada seremonial menggunakan bahasa formal. Sedangkan untuk forum *jagong klobot*, menggunakan bahasa santai yang lebih informal, dengan menggunakan bahasa Jawa keseharian.

Secara umum, pola komunikasi dalam penyampaian pesan komunikasi program komunikasi CSR yang dikelola ADEMOS adalah model informatif (memberikan sosialisasi tentang program), dengan

sesekali persuasif dengan perpaduan antara dialogis, memberikan stimulant/pancingan dan mendatangkan ahli.

d. Media/Chanel

Pada program pengembangan BUMDes Bandungrejo yang dikelola IDFoS Indonesia, media/sarana dan peranti yang dipakai dalam sosialisasi program CSR menggunakan proyektor, pamphlet, leaflet, copy materi. Penggunaan media ini dipakai untuk forum-forum yang berhubungan dengan pertemuan terbatas yang bersifat formal.

Namun, penggunaan media massa (cetak dan elektronik) yang digunakan dalam sosialisasi program CSR tidak ada. Kalaupun ada media elektronik, sebatas pada website lembaga pengelola program dan milik pemdes. Yang paling banyak justru menggunakan media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*.

Sedangkan penggunaan media alternatif nonformal untuk komunikasi program CSR yang dianggap lebih efektif dan mengena sasaran, dilakukan dengan beragam cara. Antara lain, pertemuan-pertemuan secara langsung dengan tokoh masyarakat, pendampingan secara langsung, praktik langsung, atau dengan datang langsung ke kandang program pada waktu panen.

Media yang digunakan dalam penyampaian pesan program CSR (media/chanel) dilakkan dengan melakukan seleksi dan penggunaan media. Langkah ini dilakukan juga untuk memahami kondisi sosial-psikologis audiens. Karena, masing-masing medium tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan-kelemahan tersendiri sebagai alat.

Hal senada juga dilakukan dalam program pengembangan BUMDes Dolokgedede yang dikelola ADEMOS. Media/sarana dan prasana/peranti yang digunakan dalam sosialisasi program CSR menggunakan proyektor, pamphlet, leaflet, copy materi. Penggunaan media ini dipakai untuk forum-forum yang berhubungan dengan pertemuan terbatas yang bersifat formal.

Sedangkan media massa (cetak dan elektronik) yang digunakan dalam sosialisasi program CSR, tidak ada. Yang ada adalah media sosial semacam Group whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Di luar itu, media *getok tular*, *jagongan*, *ngopi bareng*, juga digunakan, khusus untuk kegiatan-kegiatan yang bersifat internal program BUMDes, demi menghindari potensi salah paham, sehingga bisa direduksi.

Yang menarik, media lain yang digunakan untuk sosialisasi program CSR yang dianggap lebih efektif dan mengena sasaran, juga digunakan. Setelah shalat Jumat ada forum non formal rutin (pendekatan kultural) yang dilakukan warga desa. Di situ pengurus ikut dalam forum, kemudian menyampaikan tentang program yang dijalankan, termasuk BUMDes.

e. Efek yang Diharapkan

Efek atau umpan balik dari komunikasi program CSR pada pengembangan BUMDes Bandungrejo tampak nyata. Usai komunikasi program, masyarakat tahu dan mendukung serta *stakeholders* yang diundang juga mendukung program. Bahkan, warga yang menjadi pengurus BUMDes sangat tertarik dengan adanya bantuan tersebut. Karena, itu akan bisa menjadi pintu untuk meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.

Masyarakat penerima manfaat, aparat desa, dan pihak terkait lainnya antusias menjalankan program. Menariknya, secara formal pemerintah desa mem-*backup* program, ditunjukkan dalam bentuk pemberian modal awal BUM Desa sebesar Rp 20.000.000 sedangkan dukungan masyarakat adalah keseriusan mereka terlibat dalam penyusunan AD/ART BUMDesa Bandungrejo dan berpartisipasi dalam membangun kandang peternak ayam (budidaya ayam petelur) yang menjadi fokus usaha BUMDes.

Dampak program bagi penerima manfaat sekarang, yang diukur dari sejak pertama sosialisasi hingga berakhirnya periode program juga tampak nyata. Program telah memberikan manfaat kepada desa, pengurus, dan masyarakat. Manfaat ke desa berupa kepemilikan aset bisnis budidaya ayam petelur dengan nilai kurang lebih Rp 1.000.000.000 (satu miliar); pengurus mendapatkan gaji rutin dan peningkatan kapasitas dalam mengelola bisnis.

Sedangkan bagi masyarakat berupa dana sosial bagi hasil berupa bantuan sosial paket sembako khususnya bagi warga miskin, memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, kebutuhan telur bagi warga Bandungrejo terpenuhi, kotoran ternak yang dihasilkan bisa digunakan untuk pupuk organik petani setempat.

Sementara bagi BUMDes, dampak yang dirasakan antara lain manajemen organisasi lebih bagus, tata kelola keuangan lebih bagus, serta taraf hidup pengurus dan pekerja BUMDES menjadi meningkat.

Begitu juga pada program pengembangan BUMDes Dolokgede terdapat efek yang kelihatan nyata. Yakni, perubahan mindset dan kemanfaatan kelanjutan usaha yang akan dilakukan BUMDes. Masyarakat penerima manfaat, aparat desa, dan pihak terkait lain juga antusias menjalankan program.

Pemerintah desa menyambut baik program ini dibuktikan dengan memberikan dukungan bidang tanah untuk ditempati kandang ayam petelur untuk usaha BUMDes. Bahkan, tanah kas desa dihibahkan ke BUMDes untuk dimanfaatkan sebagai tempat kandang. Bahkan, tahun ini dikembangkan lagi dengan diberikan bantuan berupa pembuatan kandang baru bersumber dari Dana Desa.

Masyarakat setuju dengan program ini, walaupun ada di antaranya yang optimis maupun pesimis program akan berhasil. Masyarakat di sekitar kandang menerima keberadaan usaha ternak ayam dengan wujud tidak pernah adanya keluhan mengenai bau kotoran ayam disekitar kandang. Serta dahulu saat pengerjaan kandang, para tukang dan pekerja nya diambilkan dari masyarakat sendiri.

Dari pengurus selalu mengontrol produksi telur ayam. apabila mengalami penurunan produksi maka dari pengurus langsung mencari sumber masalah dan menghubungi Dinas terkait untuk mengatasi problem yang dialami.

Dampak program bagi penerima manfaat sekarang, sangat terasa. Yakni, memiliki aset yang harus di kembangkan, menjadi atau memberi pendapatan asli desa, kesejahteraan bertambah, dan masyarakat mendapatkan ilmu yang manfaat. Bahkan, dari sisi pengelola kandang ayam dan pengurus BUMDes, saat ini bisa mengelola bagaimana cara memelihara ayam petelur serta bisa secara tanggap menangani setiap penyakit yang menimpa ayam serta dapat mencari solusi dengan cepat agar penyakit yang menjangkit tidak berkelanjutan. Serta sudah bisa membuat ramuan jamu untuk ayam agar tidak mudah terserang penyakit dan mati mendadak.

KESIMPULAN

Dari paparan di atas, mengacu Teori Komunikasi Lasswel, Komunikasi CSR Pertamina EP Cepu pada program pengembangan BUMDes dapat disimpulkan bahwa dalam dimensi komunikasi, komunikasi program yang dijalankan dengan tujuan melakukan komunikasi ke khalayak atau komunikan, sudah dijalankan dengan baik. Bentuknya berupa *need assesment* (penggalian kebutuhan) dan koordinasi lintas pihak. Bentuk *need assesment* dilakukan kepada pihak desa dan masyarakat penerima program. Sedangkan komunikasi atau koordinasi dilakukan ke pihak desa, kecamatan, hingga level kabupaten. Khusus untuk level kabupaten, bentuk koordinasi beragam. Koordinasi di Bappeda dilakukan dengan tujuan perencanaan program, sedangkan kepada Dinas PMD sebagai bentuk support dalam berbagai aktivitas pada program CSR.

Dalam dimensi konten, isi pesan yang disampaikan sudah seperti yang digambarkan dalam teori. Artinya, isi pesan yang disampaikan disesuaikan dengan bentuk media sosialisasi atau komunikasi. Jika berkaitan dengan kebutuhan program, isi pesan lebih menekankan pada rambu-rambu program, yakni mencakup tujuan manfaat dan tahapan program. Jika medianya adalah pendampingan, lebih bersifat metode penularan (*getok tular*) dan komunikasi interpersonal. Pada dimensi komunikator, pihak-pihak yang melakukan komunikasi program CSR, baik NGO pengelola program selaku agency maupun Pertamina EP Cepu selaku penyandang dana program, sudah menunjukkan cara-cara komunikasi yang efektif. Penggunaan pendekatan komunikasi kelompok, maupun komunikasi personal (informal), khususnya interpersonal dengan karakter (kearifan) lokal seperti *sinau bareng*, *ngopi bareng*, dan *jagong klobot* cukup efektif membangun komunikasi program.

DAFTAR RUJUKAN

- Argenti, Paul A., *Komunikasi Korporat*, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta, 2010.
- Charles O. Jones, *Pengantar Kebijakan Publik*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2011.
- Humpreys, M. and Sandhu, ME., *Ekonomi Politik Dana Sumberdaya Alam. Escaping The Resources Curse. Columbia University Press, Columbia.* 2007.
- Moloeng, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010.
- Kriyanto, Rachmat, *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Rusdianto, Ujang, *CSR Communications: A Framework for PR Practitioners*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013.

Jurnal

- Frynas, J.G., *The False Developmental Promise of Corporate Social Responsibility: Evidence from Multinational Oil Companies, International Affairs*, 2005.
- Idemudia, U, *Oil Extraction and Poverty Reduction in the Niger Delta: A Critical Examination of Partnership Inisiatives, Journal of Business Ethic*, 2009.
- Lestari, Lisa, Hairunnisa, Kheyene Molekandela Boer, *eJournal Ilmu Komunikasi*, (Online) ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id, 2018
- Ningrum, Ifa Khiria, *CSR Exxon Mobil Cepu Limited dalam Pemahaman Masyarakat Sekitar Wilayah Eksplorasi di Kabupaten Bojonegoro*, DERIVATIF Vol. 10 No. 1, April, 2016
- Nugroho, D.R., Hubeis, Saleh A., Priatna W., *Bulding a Modelof Communication Program Corporate Social Responsibility for Community Development (Case Study Lulut Village, District Bogor)*, *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 20, No. 1, Maret 2018, 2018

Tsalik, Svetlana, *Briefing: Oil Revenue Accountability in Iraq: Breaking the Resource Curse - February 2004*" OGEL 3 (2004), www.ogel.org, 2004

Tesis/Disertasi

Nurjanah, Adhianty, *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sinergitas Peran Gender pada Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant*, Disertasi, Program Doktor Penyuluhan Pembangunan/Pemberdayaan Masyarakat (PPPM), Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2016

Sitepu, Robby, *Analisis Proses Pembentukan dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Kecamatan Wampu Kabupaten Langkat*, Tesis, Prodi Magister Studi Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 2018

Lain-Lain

1. UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa
2. Peraturan Menteri Desa, PDT dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, Dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).
3. <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/08/12/obsnlg368-mendes-minta-bumn-dan-swasta-sisihkan-dana-csr-untuk-bumdes>, edisi Jumat 12 Agustus 2016 20:50 WIB, diakses 13 Agustus 2019, pukul 21.42
4. <https://kbbi.web.id/strategi--> diakses tanggal 20 Februari 2019 pukul 12.43 WIB
5. Website resmi perusahaan: www.pepc.pertamina.com/id/index.html-- diakses tanggal 21 Februari 2019 pukul 12.56 WIB