

Kode / Nama Rumpun Ilmu: 622/ Bidang Ilmu Komunikasi

**LAPORAN KEMAJUAN HIBAH DISERTASI DOKTOR**

**Dibiayai oleh Kopertis Wilayah V DIY Kementerian Pendidikan dan  
Kebudayaan, Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Nomor:047/HB-  
LIT/IV/2017, Jum'at, 14 April 2017;SP DIPA-042.06.1.401516/2017;tertanggal  
7 Desember 2016**



**Pola Komunikasi Kelompok Dalam Pemberdayaan Masyarakat**

**(Studi Kasus: Program CSR Bank Sampah Mandiri**

**PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant)**

**Pengusul**

**Adhianty Nurjanah**

**NIDN : 0604127801**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**September 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pola Komunikasi Kelompok Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus : Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant)


**Peneliti/Pelaksana**  
Nama Lengkap : ADHIANTY NURJANAH, S.Sos, M.Si.  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
NIDN : 0604127801  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Nomor HP : 081329648069  
Alamat surel (e-mail) : adhianty.nurjanah@yahoo.co.id, adhianty@umy.ac.id

**Institusi Mitra (jika ada)**  
Nama Institusi Mitra : -  
Alamat : -  
Penanggung Jawab : -  
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun  
Biaya Tahun Berjalan : Rp 54,750,000  
Biaya Keseluruhan : Rp 54,750,000



Mengetahui,  
Ketua Lembaga Penelitian  
(Dr. GATOT SUPANGKAT)  
NIP/NIK 196210231991031003

D.I. YOGYAKARTA, 5 - 9 - 2017  
Ketua,

  
( ADHIANTY NURJANAH, S.Sos, M.Si.)  
NIP/NIK 19781204201210163125

## RINGKASAN

Pembangunan masyarakat merupakan tanggungjawab semua pihak baik pemerintah, perusahaan (swasta) dan masyarakat. Saat ini konsep pemberdayaan telah mewarnai paradigma pembangunan. Pada tataran kehidupan bernegara, pemberdayaan dimaknai sebagai partisipasi yang setara antara pemerintah, swasta dan masyarakat. Dalam hal ini partisipasi perusahaan dapat dilakukan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* berupa program pemberdayaan masyarakat. Sampah merupakan salah satu permasalahan pembangunan di Kabupaten Cilacap. Hal ini disebabkan karena perbandingan tonase sampah yang dihasilkan per hari, dengan jumlah truk pengangkut sampah yang ada belum berimbang. Dalam sehari volume sampah di wilayah kota Kabupaten Cilacap mencapai 646,5 meter kubik sampah ini setara dengan sekitar 92 muatan truk sampah. Saat ini masyarakat masih beranggapan bahwa sampah sebagai barang sisa yang tidak berguna, sehingga banyak yang membuang sampah tanpa dikelola dengan baik dan inilah yang mengakibatkan pencemaran lingkungan.

Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant merupakan solusi untuk membantu mengatasi permasalahan sampah di Kabupaten Cilacap dengan memberdayakan masyarakat secara langsung mengelola sampah dengan cara menabung. Untuk membangun kesadaran masyarakat tentang pengelolaan sampah yang baik dan merubah perilaku masyarakat dari “membuang sampah” menjadi “menabung sampah” diperlukan pola komunikasi yang tepat. Peran komunikasi bagi perubahan sosial (*social change*) ditekankan pada bentuk pesan dan media komunikasi yang diciptakan sehingga mampu menggerakkan perilaku, membangkitkan kesadaran dan menumbuhkan rasa tanggung jawab bersama sehingga Program CSR Bank Sampah Mandiri mampu mengatasi permasalahan kesehatan lingkungan yang diakibatkan oleh sampah.

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant yang terletak di Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya) Ketapang Damai RW X, Desa Kebonmanis, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Luaran dalam penelitian ini adalah sebuah konsep model pola komunikasi kelompok masyarakat yang dapat diadopsi sebagai sarana pemberdayaan masyarakat melalui Program CSR yang nantinya akan dituliskan dalam Jurnal Ilmiah International Scopus (Submitted) maupun Prosiding International Conference.

*Kata Kunci: Komunikasi, Corporate Social Responsibility (CSR), Pemberdayaan, Masyarakat*

## PRAKATA

Alhamdulillah, Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, atas izin-Nya Penelitian Disertasi Doktor tentang Pola Komunikasi Kelompok Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus: Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant) dapat diselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah kami rencanakan. Kegiatan penelitian ini merupakan realisasi dari Hibah Penelitian Disertasi Doktor yang dibiayai oleh Kopertis Wilayah V DIY Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Nomor:047/HB-LIT/IV/2017, Jum'at, 14 April 2017; SP DIPA-042.06.1.401516/2017; tertanggal 7 Desember 2016.

Laporan penelitian ini merupakan Laporan Kemajuan yang kami susun dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian Hibah Disertasi Doktor, yang terdiri dari perencanaan yang telah disajikan pada usulan penelitian, permasalahan yang dihadapi pada proses pelaksanaan yang telah kami laporkan pada Laporan Kemajuan kali ini dan kemudian dilengkapi dengan hasil penelitian akhir yang kami temukan di lapangan berdasarkan hasil observasi, wawancara maupun Focus Group Of Discussion (FGD) yang telah kami lakukan. Data yang kami temukan kemudian kami olah dan kami analisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasi yang nantinya akan kami sampaikan pada Laporan Akhir penelitian ini.

Pada kesempatan ini peneliti, menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Dirjen Pendidikan Tinggi dan Kopertis Wilayah V DIY Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yang telah memberikan dana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan kepada Pihak LP3M UMY yang telah memfasilitasi segala sesuatunya sehingga penelitian ini dapat berjalan sesuai yang kami rencanakan. Dalam kesempatan ini Peneliti juga menyampaikan ucapan terimakasih yang mendalam kepada Pimpinan dan Jajaran PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant, Pengurus dan Anggota Bank Sampah Mandiri serta seluruh masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara Kabupaten Cilacap Jawa Tengah atas kesediaan data dan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Pada tahapan penelitian ini, peneliti telah menghasilkan output berupa 1 buah artikel dalam Jurnal International terindeks Scopus yang sudah dipublikasikan pada Journal International Global Media Journal (Scopus) ISSN: 1550-7521 Vol 15 N0 28:73 2017 dan 2 buah artikel dalam Prosiding International Conference yaitu (1) Prosiding The 4th International Conference On Business and Social Scinces (SMICOS) dan (2). Prosiding International Conferennce and Call Paper SILAT APIK PTM 2017

Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna, harapan Kami Semoga hasil penelitian ini bermanfaat. Amien.

Yogyakarta, 7 September 2017  
Peneliti  
Adhianty Nurjanah

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Komunikasi Sebagai Alat Perubahan Sosial.....	5
2.3 Pengertian Komunikasi.....	7
2.4 Teori Interaksi Simbolik.....	9
2.5 Pengertian Komunikasi Interpersonal.....	12
2.6 Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	13
2.7 Sifat Komunikasi Interpersonal .....	14
2.8 Teori Relationship Dalam Komunikasi Interpersonal.....	15
2.9 Komunikasi Dialogis.....	17
2.10 CSR sebagai Upaya Perusahaan Mensejahterakan Masyarakat.....	19
2.11 Pengertian CSR.....	20
2.12 Prinsip-Prinsip CSR.....	23
2.13 Manfaat CSR.....	24
2.14 Bentuk Aktivitas CSR.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Format Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Teknik Analisa Data.....	28

3.5 Uji Validitas Data.....	28
3.6 Langkah Logis Penelitian.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Profil PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.....	30
4.2 Profil Program CSR Bank Sampah Mandiri.....	31
4.3 Karakteristik Masyarakat Penerima Manfaat Program CSR.....	38
4.4 Deskripsi Pelaksanaan Program CSR.....	42
4.5 Kebijakan dan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat PT Holcim.....	47
4.6 Manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri Bagi Masyarakat.....	50
4.7 Komunikasi Dialektika Perusahaan dan Masyarakat.....	52
4.8 Masyarakat Yang Kontra Menolak Pendirian Bank Sampah Mandiri.....	55
4.9 Penolakan Masyarakat Yang akhirnya Menerima Program CSR Bank Sampah Mandiri.....	58
4.10 Komunikasi antar Perusahaan dan Masyarakat Pada Program CSR Bank Sampah Mandiri.....	59
<b>BAB V HAMBATAN YANG DITEMUKAN.....</b>	<b>71</b>
<b>BAB VI RENCANA DAN JADWAL SELANJUTNYA.....</b>	<b>72</b>
6.1 Kegiatan Penelitian Yang Akan Dilaksanakan.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Pembangunan nasional merupakan tanggungjawab semua pihak baik pemerintah, perusahaan (swasta) dan masyarakat. Saat ini konsep pemberdayaan telah mewarnai paradigma pembangunan nasional. Pada tataran kehidupan bernegara, pemberdayaan dimaknai sebagai partisipasi yang setara antara pemerintah, swasta dan masyarakat. Tujuan pembangunan nasional yaitu terwujudnya suatu masyarakat adil dan makmur (sejahtera) yang merata secara material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar

1945 juga selaras dengan agenda besar pembangunan secara universal yang tertuang dalam

*Sustainability Development Goals (SDG's)*.

Untuk mencapai tujuan pembangunan yaitu kesejahteraan masyarakat baik secara nasional maupun global (agenda SDG's) diperlukan kerjasama dan partisipasi dari seluruh pemangku kepentingan seperti pemerintah, masyarakat dan pelaku bisnis (perusahaan). Pemerintah sebagai institusi formal berperan dalam perencanaan dan pelaksanaan diberbagai sektor. Pihak swasta dapat berperan sebagai partner pemerintah dalam pelaksanaan pada satu atau beberapa sektor pembangunan. Masyarakat harus berperan sebagai subjek dan objek pembangunan dengan pengertian bahwa masyarakat harus dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pemanfaatan hasil-hasil pembangunan. Dalam hal ini partisipasi perusahaan dapat dilakukan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* berupa program pemberdayaan masyarakat.

Sampah merupakan salah satu permasalahan pembangunan di Kabupaten Cilacap. Hal ini disebabkan karena perbandingan tonase sampah yang dihasilkan per hari, dengan jumlah truk pengangkut sampah yang ada belum berimbang. Dalam sehari volume sampah di wilayah kota Kabupaten Cilacap mencapai 646,5 meter kubik sampah ini setara dengan sekitar 92 muatan truk sampah. Saat ini masyarakat masih beranggapan bahwa sampah sebagai barang sisa yang tidak berguna, sehingga banyak yang membuang sampah tanpa dikelola dengan baik dan inilah yang mengakibatkan pencemaran lingkungan.

Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant merupakan solusi untuk membantu mengatasi permasalahan sampah di Kabupaten Cilacap dengan memberdayakan masyarakat secara langsung mengelola sampah dengan cara menabung. Untuk membangun kesadaran masyarakat tentang pengelolaan sampah yang baik dan merubah perilaku masyarakat dari “membuang sampah” menjadi “menabung sampah” diperlukan pola komunikasi yang tepat. Peran komunikasi bagi perubahan sosial (*social change*) ditekankan pada bentuk pesan dan media komunikasi yang diciptakan sehingga mampu menggerakkan perilaku, membangkitkan kesadaran dan menumbuhkan rasa tanggung jawab bersama sehingga Program CSR Bank Sampah Mandiri mampu mengatasi permasalahan kesehatan lingkungan yang diakibatkan oleh sampah.

## I.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah karakteristik sosial, ekonomi dan budaya masyarakat penerima manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant?
2. Bagaimanakah kebijakan Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant?



3. Bagaimanakah pola komunikasi kelompok antar perusahaan dan masyarakat dalam Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant ?

### I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian Ini Bertujuan Untuk:

1. Mengkaji karakteristik sosial, ekonomi dan budaya masyarakat penerima manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.
2. Mengkaji kebijakan Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.
3. Mengkaji pola komunikasi kelompok antar perusahaan dan masyarakat dalam Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant

### I.4. Manfaat Penelitia

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian Ilmu Komunikasi dan pemberdayaan masyarakat khususnya dalam kajian *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat, pemerintah dan perusahaan dalam mengembangkan program pemberdayaan masyarakat melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Sebagai masukan atau rekomendasi secara ilmiah pada praktek pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant terutama

dalam hal pendekatan komunikasi kepada masyarakat penerima manfaat (*Benefeciaries*).

4. Hasil penelitian ini diharapkan menghasilkan suatu konsep model/ pola komunikasi antar perusahaan dan masyarakat pada Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang sudah sampai pada publikasi penulis rangkum untuk melengkapi penelitian ini, yang nantinya berfungsi sebagai salah satu pendorong peneliti untuk mengisi kekosongan penelitian yang belum dilakukan oleh peneliti lain, ataupun menjadi sebuah peta dalam jalannya penelitian ini. **Pertama**, Penelitian dari Jurisova, Vladimira dan Durkova, Katrina dengan judul *CSR Communication and Its impact on Corporate Image* yang dipublikasikan dalam Jurnal. **Kedua**, penelitian dari Tahoba yang berjudul Strategi Komunikasi Dalam Program Pengembangan Masyarakat (Community Development), kasus program Community Development pada komunitas Adat Terkena Dampak Langsung Proyek LNG Tangguh di Sekitar Teluk Bintuni Kabupaten Bintuni Papua Barat yang dipublikasikan dalam bentuk Prosiding. **Ketiga**, Penelitian dari Arif Sholeh dengan judul Peran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan Emas Agincourt Resources Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Batangtoru Tapanuli Selatan dalam Disertasi.

Ketiga penelitian di atas menunjukkan bahwa permasalahan komunikasi dan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat adalah penting. Dalam hal ini peneliti menemukan celah yang belum disentuh oleh penelitian lainnya yaitu bagaimana pola komunikasi kelompok yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat dalam Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.

#### 2.2. Komunikasi Sebagai Alat Perubahan Sosial (*Social Change*) Dalam Pembangunan Masyarakat

Dalam hubungannya dengan proses perubahan social (*social change*), komunikasi menjadi sebuah alat dalam melakukan perubahan sosial (*social change*) itu sendiri. Dalam hal ini komunikasi berperan untuk menjembatani

perbedaan yang terjadi dalam masyarakat. Komunikasi merupakan perekat masyarakat. Masyarakat tidak akan ada tanpa komunikasi. Struktur sosial juga diciptakan dan ditopang melalui adanya komunikasi. Bahasa yang dipakai dalam berkomunikasi adalah untuk menciptakan struktur-struktur sosial.

Hubungan antara perubahan sosial dengan komunikasi pernah diamati oleh Goran Hedebro (dalam Nurudin, 2004) hasilnya bahwa tidak ada perubahan dalam masyarakat tanpa adanya peran komunikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi berperan penting dalam proses perubahan sosial. Meskipun dikatakan bahwa komunikasi hadir dengan tujuan membawa perubahan, namun ia bukan satu-satunya alat dalam membawa perubahan sosial. Dengan kata lain, komunikasi hanya salah satu dari banyak faktor yang menimbulkan perubahan masyarakat.

Menurut Nurudin (2004) komunikasi sebagai proses sosial adalah bagian integral dari masyarakat. Secara garis besar komunikasi sebagai proses sosial di masyarakat memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut :

- 1) Komunikasi menghubungkan antar berbagai komponen masyarakat. Komponen di sini tidak hanya individu masyarakat saja, melainkan juga berbagai bentuk lembaga sosial (pers, humas, universitas).
- 2) Komunikasi membuka peradaban (*civilization*) baru manusia
- 3) Komunikasi adalah manifestasi kontrol sosial dalam masyarakat
- 4) Komunikasi berperan dalam sosialisasi nilai ke masyarakat
- 5) Seseorang akan diketahui jati dirinya sebagai manusia karena menggunakan komunikasi.

Proses komunikasi bagi perubahan sosial ditekankan pada bagaimana informasi-informasi disebarkan, bagaimana upaya untuk memperoleh informasi dipacu, bagaimana kepercayaan dibangun di antara anggota masyarakat dan oleh anggota masyarakat. Selain itu pesan yang diciptakan, dikirim, diterima dan direspon oleh masyarakat, hendaknya merupakan bagian dari sebuah proses mendengarkan

kebutuhan-kebutuhan masyarakat secara dua arah. Adapun jawaban atas kebutuhan masyarakat dalam bentuk pesan komunikasi yang diciptakan akan mampu menggerakkan perilaku dan atau sikap, membangkitkan kesadaran dan pemahaman atas isu yang ada dalam masyarakat, menciptakan kesadaran sosial, menumbuhkan rasa tanggung jawab bersama untuk memajukan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, proses komunikasi untuk perubahan sosial harus diciptakan dan dikembangkan serta diarahkan pada upaya memberdayakan masyarakat dan menciptakan perubahan sosial atau kemajuan bagi kehidupan masyarakat secara berkelanjutan.

### **2.3. Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi menurut Laswell dalam Sendjaja (2004:11) merupakan proses yang menjelaskan siapa?, mengatakan apa?, kepada siapa?, dan dengan akibat atau hasil apa atau *who, say what, in which channel, to whom, and with what effect*. Sedangkan komunikasi sebagai sebuah proses Miller (2002) mengemukakan bahwa komunikasi dapat dilihat melalui tiga hal yaitu : (1). *Communication is a process*, (2). *Communication is transactional* dan (3). *Communication is symbolic*.

*Communication is a process* menurut David Berlo adalah komunikasi merupakan suatu proses dimana setiap peristiwa dan relasi-relasi yang terjadi bersifat dinamis, on-going selalu berubah dan berkesinambungan. Pada proses ini komunikasi tidak dapat dilihat kapan dimulai, dan kapan berakhir dan bagian-bagian yang jelas dari setiap prosesnya, karena komunikasi tidak statis, tidak pernah berhenti dan selalu bergerak. Dalam proses ini masing-masing saling mempengaruhi satu sama lainnya.

Sedangkan *communication is transactional* bahwa komunikasi merupakan proses interaksi dimana antar partisipan komunikasi berpartisipasi secara aktif, saling memberi umpan balik, berbicara, merespon, melakukan aksi dan reaksi serta saling mempengaruhi. Dalam hal ini proses komunikasi menekankan semua perilaku adalah komunikatif dan masing-masing pihak yang terlibat didalamnya memiliki konten

pesan yang dibawa dan saling bertukar dalam transaksi. (Sendjaja dalam Bungin, 2006).

Selanjutnya *Communication is symbolic* adalah bahwa proses komunikasi melibatkan simbol-simbol baik verbal maupun non verbal yang saling berhubungan satu sama lain.

Adapun lingkup komunikasi meliputi (Pawito, 2007) sebagai berikut:

1. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*).

Komunikasi antar pribadi pada dasarnya merupakan jalinan hubungan interaktif antara seorang individu dan individu lain, di mana lambang-lambang pesan secara efektif digunakan, terutama lambang-lambang bahasa.

2. Komunikasi kelompok (*group communication*)

Bidang kajian ini pada dasarnya mempelajari pola-pola interaksi antar individu dalam suatu kelompok sosial (kelompok kecil), dengan titik berat tertentu, misalnya pengambilan keputusan. Dalam komunikasi kelompok dan pengambilan keputusan, istilah kepemimpinan (*leadership*) sangatlah penting. Hal ini disebabkan karena kepemimpinan memiliki dua fungsi, yaitu mempertahankan kelangsungan kelompok dan pencapaian tujuan.

3. Komunikasiorganisasional/institusional(*organizational/institutional communication*)

Komunikasi organisasional atau institusional berkenaan dengan komunikasi yang berlangsung dalam jaringan kerjasama antar pribadi dan atau antar kelompok dalam suatu organisasi atau institusi.

4. Komunikasi massa (*mass communication*)

Merupakan suatu bentuk komunikasi dengan melibatkan khalayak luas yang biasanya menggunakan teknologi media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet.

5. Komunikasi budaya (*cultural communication*)

Bidang kajian komunikasi budaya mencakup bentuk-bentuk ekspresi simbolik baik yang bersifat artefak, seperti lukisan, wayang, patung, gapura,

candi, bangunan arsitektur, dan museum maupun yang bersifat nonartefak, seperti, tarian, nyanyian, teater, drama, musik dan puisi. Komunikasi kultural berkembang seiring dengan perkembangan yang ada di masyarakat, atau lebih tepatnya budaya masyarakat.

#### **2.4. Teori Interaksi Simbolik**

Istilah interaksi simbolik sendiri diciptakan oleh Herbert Blumer (1962) dalam melanjutkan penelitian yang pernah dilakukan oleh George Herbert Mead (1863-1931). Interaksionisme simbolik menurut Blumer merupakan sebuah cara berpikir mengenai pikiran, diri sendiri, dan masyarakat, yang telah memberi kontribusi yang besar terhadap tradisi sosiokultural dalam teori komunikasi (Littlejohn, 2009).

Interaksi simbolik menurut Blumer merujuk pada karakter interaksi khusus yang berlangsung antar manusia. Aktor tidak semata-mata bereaksi terhadap tindakan yang lain melainkan menafsirkan dan mendefinisikan setiap tindakan orang lain. Respon aktor baik secara langsung maupun tidak selalu didasarkan atas penilaian makna tersebut. Oleh karenanya, interaksi manusia dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol penafsiran atau dengan menemukan makna tindakan orang lain. (Zeitlin, 1995:332).

Interaksi adalah istilah dan garapan sosiologi, sedangkan simbolik adalah garapan komunikologi atau ilmu komunikasi. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2006:68). Simbol adalah objek sosial dalam interaksi yang digunakan sebagai perwakilan dan komunikasi yang ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya. Orang-orang tersebut memberi arti, menciptakan dan mengubah objek di dalam interaksi. Simbol sosial tersebut dapat mewujudkan dalam bentuk objek fisik (benda-benda), kata-kata (untuk mewakili objek fisik, perasaan, ide, dan nilai), serta tindakan (yang dilakukan orang untuk memberi arti dalam berkomunikasi dengan orang lain) (Ahmadi, 2008:302).

Berdasarkan apa yang menjadi dasar dari kehidupan kelompok manusia atau masyarakat, beberapa ahli dari paham interaksi simbolik menunjuk pada “komunikasi” atau secara lebih khusus “simbol-simbol” sebagai kunci untuk memahami kehidupan manusia itu. Interaksi simbolik menunjuk pada sifat khas dari interaksi antarmanusia. Artinya, manusia saling menerjemahkan dan mendefinisikan tindakannya, baik dalam interaksi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri. Proses interaksi yang terbentuk melibatkan pemakaian simbol-simbol bahasa, ketentuan adat-istiadat, agama, dan pandangan-pandangan.

Menurut Blumer, ada lima konsep dasar dalam interaksi simbolik. Menurut Blumer, ada lima konsep dasar dalam interaksi simbolik (Ahmadi, 2008:303-304), yakni sebagai berikut: *Pertama*, konsep diri (*self*), memandang manusia bukan semata-mata organisme yang bergerak di bawah pengaruh stimulus, baik dari luar maupun dari dalam, melainkan organisme yang sadar akan dirinya. Ia mampu memandang diri sebagai objek pikirannya dan bergaul atau berinteraksi dengan dirinya sendiri. *Kedua*, konsep perbuatan (*action*), karena perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui proses interaksi dengan diri sendiri, maka perbuatan itu berlainan sama sekali dengan gerak makhluk selain manusia. Perbuatan manusia tidak semata-mata sebagai reaksi biologis, melainkan hasil konstruksinya. *Ketiga*, konsep objek (*object*), memandang manusia hidup di tengah-tengah objek. Inti dari objek itu tidak ditentukan oleh ciri-ciri intrinsiknya, melainkan oleh minat orang dan arti yang dikenakan kepada objek-objek itu. *Keempat*, konsep interaksi sosial (*social interaction*), interaksi berarti bahwa setiap peserta masing-masing memindahkan diri mereka secara mental ke dalam posisi orang lain. Dengan berbuat demikian, manusia mencoba memahami maksud aksi yang dilakukan oleh orang lain, sehingga interaksi dan komunikasi dimungkinkan terjadi. Interaksi itu tidak hanya berlangsung melalui gerak-gerik saja, tetapi juga melalui simbol-simbol yang perlu dipahami dan dimengerti maknanya. *Kelima*, konsep tindakan bersama (*joint action*), artinya aksi kolektif yang lahir dari perbuatan masing-masing peserta kemudian dicocokkan dan



disesuaikan satu sama lain. Inti dari konsep ini ialah penyerasian dan peleburan banyaknya arti, pikiran, dan sikap.

Oleh karena itu, interaksi sosial memerlukan banyak waktu untuk mencapai keserasian dan peleburan. Eratnya kaitan antara kehidupan manusia dengan simbol-simbol karena memang kehidupan manusia salah satunya berada dalam lingkungan simbolik. Kesimpulan Blumer mengenai interaksi simbolik bertumpu pada tiga premis utama (Kuswarno, 2008:22), yakni:

- a) Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
- b) Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain.
- c) Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung.

Dalam proses pemberdayaan masyarakat melalui Program CSR Bank Sampah Mandiri yang melibatkan perusahaan, pemerintah dan masyarakat terdapat interaksi diantara individu-individu, dimana individu-individu tersebut saling menafsirkan tindakan yang lain. Interaksi diantara mereka menggunakan simbol untuk mengungkapkan maksud dan untuk berkomunikasi satu sama lain.

Pada konteks penelitian ini teori interaksi simbolik berguna untuk melihat bagaimana Program CSR Bank Sampah Mandiri dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan yaitu pemerintah dan masyarakat penerima manfaat program melalui simbol-simbol yang bermakna berupa program-program pemberdayaan masyarakat. Melalui interaksi simbolik juga dapat kita pahami bahwa sinergisitas peran gender dalam program pemberdayaan masyarakat yang nantinya dihasilkan merupakan hasil dari apa yang disebut Blumer sebagai joint actions yakni sebuah tindakan bersama dari seluruh elemen yang terlibat pada program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.

## 2.5. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Pengertian komunikasi interpersonal oleh Joseph A. Devito (2007), dalam bukunya "*The Interpersonal Communication Book*" sebagai : "proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik secara seketika". Jadi komunikasi merupakan proses pemindahan informasi dan pengertian antara dua orang atau lebih, dimana masing-masing berusaha untuk memberikan arti pada pesan-pesan simbolik yang dikirim melalui suatu media yang menimbulkan umpan balik.

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi didalam diri sendiri. Didalam diri manusia terdapat komponen-komponen komunikasi seperti sumber, pesan, saluran penerima dan balikan.

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya. Misalnya percakapan tatap muka, korespondensi, percakapan melalui telepon, dan sebagainya.

Hubungan interpersonal (*interpersonal relationship*) merupakan suatu konsep yang penting dalam kajian komunikasi. Littlejohn dalam bukunya *Theories of Human Communication* mendefinisikan hubungan interpersonal sebagai seperangkat harapan diantara dua orang (anggota-anggotanya) mengenai perilaku mereka berdasarkan pola interaksi di antara mereka. Pentingnya hubungan dalam komunikasi didasarkan pada beberapa asumsi sebagai berikut (Littlejohn, 2009) :

1. Hubungan (*relationship*) selalu terhubung dan tidak dapat dipisahkan dengan komunikasi.
2. Pada dasarnya suatu hubungan dapat diartikan melalui komunikasi diantara anggotanya.
3. Hubungan selalu lebih diartikan secara implisit daripada eksplisit.

4. Hubungan berkembang seiring berjalannya waktu melalui proses negosiasi diantara anggota yang terlibat, sehingga jalinan hubungan ini bersifat dinamis.

## **2.6. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Fungsi komunikasi antar pribadi atau komunikasi *interpersonal* adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (Cangara, 2012).

Komunikasi interpersonal, dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Melalui komunikasi interpersonal juga dapat berusaha membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang terjadi. Sebagian komunikasi interpersonal memang memiliki tujuan, misalnya apa bila seseorang datang untuk meminta saran atau pendapat kepada orang lain. Akan tetapi komunikasi interpersonal dapat juga terjadi relatif tanpa tujuan atau maksud tertentu yang jelas, misalnya ketika seseorang sedang bertemu dengan kawannya dan mereka lalu saling bercakap-cakap dan bercanda (Pawito, 2007).

Namun demikian, menurut Widjaja (2000) ada enam tujuan komunikasi interpersonal yang dianggap penting yaitu :

### 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain

Melalui komunikasi interpersonal orang dapat belajar tentang bagaimana dan sejauh mana harus membuka diri dengan orang lain, dalam arti bahwa tidak serta merta menceritakan latar belakang kehidupan kepada setiap orang, tetapi dengan melalui komunikasi interpersonal dapat mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain, serta dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain.

### 2) Memungkinkan untuk memahami lingkungan secara baik

Melalui komunikasi interpersonal memungkinkan untuk bisa memahami lingkungan secara baik mengenai obyek, kejadian-kejadian dan orang lain.

3) Menciptakan dan memelihara hubungan baik antar personal

Komunikasi interpersonal bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hal ini membantu mengurangi ketegangan dan menciptakan perasaan positif terhadap diri sendiri.

4) Mengubah sikap dan perilaku

Komunikasi interpersonal sering kali dipergunakan untuk mempersuasi orang lain, untuk sikap dan perilakunya seperti yang diinginkan komunikator.

5) Mencari hiburan untuk pribadi

Berbagai pembicaraan-pembicaraan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh hiburan. Sering kali tujuan ini tidak penting, namun sebenarnya komunikasi interpersonal yang demikian perlu dilakukan, karena bisa memberi suasana yang lepas, keseriusan, ketegangan, kejenuhan dan sebagainya.

6) Membantu orang lain menyelesaikan masalah

Melalui komunikasi interpersonal, maka orang dapat memberikan nasihat, saran, pendapat kepada orang lain.

Fungsi global dari komunikasi antar pribadi adalah menyampaikan pesan yang umpan baliknya diperoleh saat proses komunikasi tersebut berlangsung.

## 2.7.Sifat Komunikasi Interpersonal

Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam yaitu (Cangara, 2012) :

1. Komunikasi diadik (*Dyadic Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam 3 bentuk yakni:
  - a. Percakapan : berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal.
  - b. Dialog : berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal.
  - c. Wawancara : sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan lainnya berada pada posisi menjawab.

2. Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Dan komunikasi kecil ini banyak dinilai dari sebagai tipe komunikasi antar pribadi karena :
- a. Anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka.
  - b. Pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi.
  - c. Sumber penerima sulit diidentifikasi. Dalam situasi seperti saat ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Karena itu, pengaruhnya bisa bermacam-macam. Misalnya : si A bisa terpengaruh dari si B, dan si C bisa mempengaruhi si B. Proses komunikasi seperti ini biasanya banyak ditemukan dalam kelompok studi dan kelompok diskusi. Tidak ada batas yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Biasanya antara 2-3 atau bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang, tetapi tidak ada yang lebih dari 50 orang.

### **2.8. Teori *Relationship* Dalam Komunikasi Interpersonal**

Ketika kita membahas tentang hubungan yang disebabkan adanya komunikasi yang dibangun maka Teori Leslie Baxter dalam buku LittleJhon (2009:298-306) tentang hubungan memberikan poin yang menguntungkan untuk memandang proses dialog hubungan ini. Menurut Littlejohn (2009), *relationship* bukanlah kesatuan statis yang tidak pernah berubah. Relationship dapat berwujud kata-kata, tindakan/perilaku, pengaruh, dan respon yang didalamnya terdapat timbal balik. Berdasarkan Palo Alto Group (dalam Littlejohn, 2009), ketika dua orang saling berkomunikasi didalamnya terdapat hubungan melalui serangkaian interaksi. Rangkaian tersebut akan menghasilkan respon yang berkelanjutan.

Teori dialektika relasional merupakan teori yang menggambarkan hubungan yang terjadi di dalam kehidupan sebagai sebuah proses yang konstan dan bergerak (West dan Turner, 2008). Pada dasarnya, manusia berharap untuk memiliki keduanya ketika berbicara tentang mencapai sebuah tujuan. Manusia di dalam hubungannya ingin saling terkoneksi satu sama lain tapi tetap memiliki daerah privasi, terbuka namun memproteksi diri, serta memiliki prediksi walau kerap membutuhkan spontanitas di dalam interaksi yang terjadi. Kebutuhan yang saling bertentangan ini seringkali berusaha untuk diselesaikan namun manusia tidak akan pernah menghilangkan kebutuhan dari kedua hal yang bertolak belakang tersebut.

Asumsi dari teori dialektika relasional ini adalah :

1. Hubungan tidak bersifat linear namun fluktuasi yang terjadi antara keinginan yang kontradiktif.
2. Hubungan dalam kehidupan dikarakteristikkan dengan perubahan seiring berjalannya waktu.
3. Kontradiksi adalah kenyataan fundamental dari hidup berhubungan yang tidak pernah berhenti untuk menimbulkan ketegangan, tergantung bagaimana cara mengelola ketegangan dan oposisi tersebut.
4. Komunikasi merupakan hal yang sentral untuk mengelola, mengorganisasi dan menegosiasikan kontradiksi hubungan yang terjadi secara baik. Komunikasi dialektis disini diartikan hubungan merupakan tempat yang menangani pertentangan.

Dialektis mengacu pada tekanan antara kekuatan-kekuatan yang berlawanan dalam sebuah sistem (Leslie A Baxter dalam Littlejohn, 2009). Dalam melihat perspektif dialektikal menurut Rawlins (1992) terdapat empat elemen dasar yaitu : totalitas (*totality*), kontradiksi (*contradiction*), pergerakan (*motion*), dan praksis (*praxis*). *Totality* menjelaskan bahwa setiap manusia di dalam sebuah hubungan memiliki saling keterkaitan dan ketergantungan. Jadi ketika sesuatu hal terjadi pada salah satunya, maka akan mempengaruhi kondisi individu lainnya. Selain itu, *totality* juga berarti bahwa konteks sosial dan budaya juga ikut mempengaruhi

proses yang ada; komunikasi dalam hubungan melibatkan interkoneksi yang konstan, dan pengaruh timbal balik dari beberapa individu, interpersonal, dan faktor sosial (Rawlins, 1992). *Contradiction* mengarah pada oposisi, dua elemen yang saling bertolak belakang. Kontradiksi ini merupakan ciri utama dari pendekatan dialektik. Dialektik merupakan hasil dari oposisi. Elemen yang lain yaitu *motion*, merupakan proses alami dari hubungan dan perubahan yang terjadi di dalamnya seiring dengan berjalannya waktu. Sedangkan *praxis*, menjelaskan bahwa manusia adalah yang mempunyai kapasitas untuk menentukan pilihan. Walaupun pada kenyataannya manusia tidak memiliki kebebasan memilih yang penuh di setiap kondisi, karena pilihan yang kita buat saat ini dipengaruhi oleh pilihan sebelumnya, pilihan orang lain, keadaan sosial dan budaya kita tetap sadar dan aktif sebagai si pemilih.

## **2.9. Komunikasi Dialogis**

Sebagai suatu jalinan yang terhubung dengan dialektis, dialog diartikan sebagai percakapan yang mendefinisikan ulang hubungan ketika hubungan muncul dalam situasi sebenarnya (Leslie A Baxter dalam Littlejohn 2009). Dalam kajian mengenai dialog, Bakhtin dalam Littlejohn (2009), membantu memahami hubungan pada masyarakat sebagai proses berjalan membentuk ungkapan/ucapan dan melibatkan dialog dengan lainnya.

Gagasan Bakhtin terpusat pada dialog. Dialog merujuk pada bagaimana individu berinteraksi dalam interaksi khusus. Sementara inti konsepsi dialog adalah ucapan/ungkapan. Sebuah ucapan mengacu pada bahasa yang diucapkan pada konteks. Komunikator mengungkapkan gagasan dan membuat penilaian tentang itu, mengantisipasi beberapa respon dari orang yang bersangkutan. Selain itu, orang juga ikut serta merespons, menilai, dan menanggapi dengan ucapannya. Sehingga dialog adalah sebuah jaringan hubungan dengan orang lain yang kompleks. Dialog tidak akan pernah berakhir, karena merupakan bahasa kontekstual yang berlanjut dan berkembang. Dialog juga mampu membentuk kebudayaan, karena setiap interaksi dialogis merupakan sebuah pandangan terhadap setiap kebudayaan dari pendirian tertentu.

Dialog merupakan sebuah estetika dan wacana. Sebagai estetika karena memberikan identitas hubungan, keunikan, dan kesatuan. Sedangkan sebagai wacana karena pentingnya komunikasi/percakapan dalam interaksi yang kemudian menghasilkan wacana, tidak hanya sebatas kognitif saja.

Leslie A Baxter dalam EM. Griffin (2009), menekankan lima hubungan dialogis pada pemikiran Bakhtin. Namun dalam perkembangannya Leslie A Baxter menjadi lebih fokus pada implikasi relasional dari konsep Mikhail Bakhtin tentang dialog, yaitu :

1. Dialog sebagai proses yang membangun (*Dialogue as a Constitutive Process*)  
Leslie A Baxter menyatakan, pendekatan yang membangun pada komunikasi bertanya tentang bagaimana komunikasi menjelaskan dan mengkonstruksikan dunia sosial, termasuk diri dan hubungan personal kita. Pendekatan ini mengusulkan, komunikasi menciptakan dan menyokong suatu hubungan. Jika praktik komunikasi suatu pasangan berubah, maka hubungan mereka pun berubah pula. Pandangan dialogis mempertimbangkan perbedaan dan kesamaan pada orang-orang menjadi sama pentingnya. Keduanya tercipta dan dievaluasi melalui dialog yang dibangun pasangan. Perbedaan memusatkan pada apa arti dari perbedaan ini bagi pasangan dan bagaimana mereka bertindak atas arti-arti tersebut. Di lain sisi, persamaan akan sikap-sikap, latar belakang, dan minat dapat merekatkan bersama orang-orang secara positif.
2. Dialog sebagai aliran dialektis (*Dialogue as Dialectical Flux*)  
Sebagaimana yang dipercaya Bakhtin dan Baxter, seluruh kehidupan sosial merupakan produk dari “penyatuan yang dikuasai kontradiksi dan penuh ketegangan dari dua hasrat yang bersengketa.” Eksistensi ini mengkontraskan serangan-serangan, berarti bahwa mengembangkan dan mempertahankan hubungan menjadi proses yang sulit ditebak, tidak bisa terselesaikan, dan tidak bisa dipastikan. Karena hubungan diciptakan melalui dialog yang selalu berada dalam aliran. Leslie A Baxter berpikir, seharusnya tak perlu terkejut bahwa konstruksi ini berjalan tidak semestinya.



3. Dialog sebagai momen estetis (*Dialogue as an Aesthetic Moment*)

Leslie A Baxter menggambarkan dialog sebagai pencapaian estetis, “suatu sensasi sejenak dari kesatuan melalui penghargaan mendalam bagi suara-suara yang berbeda pada dialog.” Sensasi timbal balik tersebut dari penyempurnaan, pelengkapan, atau keseluruhan di tengah pengalaman yang terfragmentasi tersebut tidak berlangsung lama. Namun, kenangan saat-saat yang indah dapat mendukung pasangan melalui turbulensi yang terjadi pada hubungan yang akrab.

4. Dialog sebagai ungkapan (*Dialogue as Utterance*)

Ungkapan digambarkan sebagai penghubung ekspresif yang mana hanya satu dari banyak komunikasi yang membentuk rantai dialog. Oleh karena itu, ungkapan yang disetujui dipengaruhi kata-kata yang keluar sebelumnya dan kata-kata yang akan digunakan. Leslie A Baxter menekankan pada apakah ungkapan memberi kepercayaan pada suara-suara kedua belah pihak dalam suatu hubungan atau tidak.

5. Dialog sebagai sensibilitas kritis (*Dialogue as a Critical Sensibility*)

Sensasi kelima ini adalah suatu kewajiban untuk mengkritik suara yang dominan, khususnya mereka yang menekankan pandangan-pandangan yang berlawanan.

## **2.10 CSR Sebagai Upaya Perusahaan Mensejahterakan Masyarakat**

Adanya berbagai tuntutan dan semakin meningkatnya kesadaran dari perusahaan terkait dengan keharusan untuk bertanggung jawab secara sosial dan berlaku etis dalam menjalankan bisnisnya maka konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Hart (2010) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perkembangannya menjadi alat perusahaan yang digunakan secara taktis untuk meredam kritik dan melindungi citra perusahaan atau juga dapat dijadikan alat yang efektif dalam

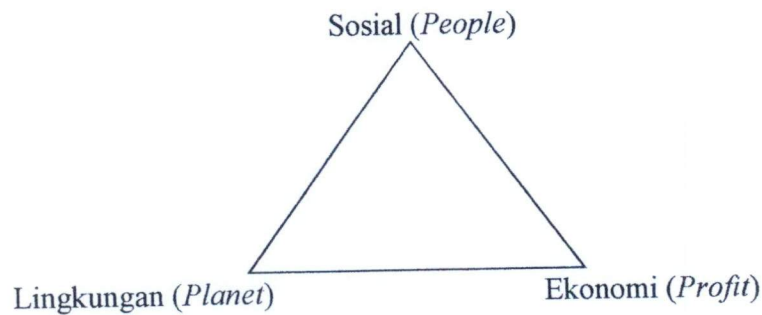
masyarakat yang demokratis untuk membuat perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan menciptakan etos bisnis yang berkelanjutan.

Sedangkan Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai pertimbangan dari praktek bisnis dan bentuk kontribusi dari sumber daya perusahaan. Inti dari pengertian tersebut tidak mengacu pada aktivitas bisnis yang diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku namun lebih pada komitmen kerelawanan perusahaan sehingga dipilih dan diimplementasikan dalam praktek bisnisnya. Dengan kata lain, *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini telah menjadi cermin pembangunan sosial dalam masyarakat yang demokratis, sehingga *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk membantu pemerintah meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan sosial dengan pendekatan yang seimbang sehingga dapat menjadi alat perusahaan untuk mencapai kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.

### **2.11 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Konsep dari CSR mengandung arti bahwa organisasi bukanlah sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri, sehingga teralienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Konsep CSR menurut CSR Asia terdiri atas “Triple bottom line”, menurut Jhon Elkington (1997) bahwa jika perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3 P” (Profit, People dan Planet). Perusahaan dalam mengejar keuntungan (*Profit*) harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*People*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*).



**Gambar.2.1**  
**Hubungan antara Profit, People dan Planet (3P)**

Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya sekedar mencari keuntungan saja, tetapi lebih dari itu mereka juga memiliki kewajiban untuk mensejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (*planet*). “Profit” diartikan sebagai wujud aspek ekonomi, “planet” sebagai wujud aspek lingkungan dan “people” sebagai aspek sosial atau masyarakat. Pendapat John Elkington terhadap konsep CSR memberikan perhatian yang lebih luas bagi perusahaan dalam melakukan praktik bisnisnya. Perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan lingkungan sebagai sumber daya yang harus dijaga kelestarian dan keberlanjutannya sehingga bisa terus dinikmati oleh generasi masa sekarang dan tetap dinikmati oleh generasi berikutnya, dengan kata lain sebagai wujud timbal balik antara perusahaan dan lingkungan masyarakat yang telah mendapat keuntungan dari sumber daya alam tersebut.

Menurut Shiramesh (2007), *CSR is necessary for corporations to go beyonds their economic and legal obligations, and act responsibly towards multiple stakeholders including social at large.* Bahwa CSR diperlukan bagi perusahaan untuk melakukan kewajiban ekonomi dan hukum mereka dan bertindak secara bertanggung jawab terhadap beberapa stakeholder termasuk pada masyarakat pada umumnya .

Sedangkan Daft (2006), *CSR is responsibility of the management, which is to contribute to the welfare of the society. CSR is considered as an obligations which is beyond their legal and economic to gain long term objective that is to benefit the*

*society*. Bahwa CSR adalah tanggung jawab manajemen yaitu untuk memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat. CSR dianggap sebagai kewajiban yang berada di luar hukum dan ekonomi untuk mendapatkan tujuan jangka panjang yang menguntungkan bagi masyarakat .

*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD:2000)* dalam Rusdianto (2013:7) mendefinisikan tentang CSR sebagai berikut: “*CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of live of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”. Definisi tersebut mengungkapkan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan berikut komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Caroll (1979) berpendapat agar definisi tanggung jawab sosial sepenuhnya menggambarkan jangkauan kewajiban bisnis terhadap masyarakat, definisi tersebut harus mengandung kategori kinerja ekonomi, hukum, etika dan diskresioner. Tanggung jawab ekonomi menempati urutan teratas karena pada dasarnya bisnis memiliki kewajiban untuk menjadi produktif dan menghasilkan profit serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Namun tanggung jawab ekonomi harus dilakukan dalam batasan hukum tertulis. Tanggung jawab etika berjalan sesuai norma dan nilai yang berjalan di masyarakat, berada di luar batas-batas hukum. Sementara tanggung jawab diskresioner bersifat filantropi yang dilakukan dengan sukarela.

Menurut ISO 26000 dalam Rusdianto (2013:7), CSR didefinisikan sebagai : Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan para stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan produk maupun jasa.

Meskipun memiliki banyak pengertian namun secara esensi CSR merupakan wujud dari *giving back* dari korporat kepada komunitas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan dan menghasilkan bisnis berdasar pada niat tulus guna memberi kontribusi yang paling positif pada komunitas (*stakeholders*).

### **2.12 Prinsip - Prinsip Corporate Sosial Responsibility (CSR)**

CSR adalah aktivitas pada perusahaan yang sangat membutuhkan perhatian dan ketepatan dalam penerapannya karena perusahaan memiliki stakeholders dengan bermacam-macam kepentingan dan tipe yang berbeda dari perusahaan. Untuk memudahkan Crowther David (Hadi, 2011) menguraikan prinsip-prinsip CSR menjadi tiga yaitu:

#### 1). *Sustainability*

*Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.

#### 2). *Accountability*

*Accountability* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

#### 3). *Transparancy*

*Transparancy* merupakan prinsip penting dilakukan karena transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikudampak terhadap pihak eksternal. Transparansi berperan mengurangi kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Menurut ISO 26000 terdapat prinsip-prinsip dasar yang menjadi dasar dalam pembuatan kebijakan dan pelaksanaan kegiatan CSR, diantaranya sebagai berikut:

- 1). Kepatuhan kepada hukum
- 2). Menghormati instrumen / badan-badan Internasional
- 3). Menghormati stakeholders dan kepentingannya
- 4). Akuntabilitas
- 5). Transparansi
- 6). Perilaku yang beretika
- 7). Melakukan tindakan pencegahan
- 8). Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

Sedangkan Hidayana (2011) menyebutkan bahwa *“CSR practitioners are often not sensitive to local wisdom of the community where the company operates. CSR should be sensitive to the needs and have sound knowledge of the local wisdom. The should support the social development of the society and improve trustworthiness of the business”*. CSR sering tidak peka terhadap kearifan lokal masyarakat di mana perusahaan beroperasi. CSR seharusnya memiliki kepekaan terhadap kebutuhan dan memiliki pengetahuan tentang kearifan lokal. CSR juga semestinya mendukung pengembangan sosial masyarakat setempat dan mampu meningkatkan kepercayaan bisnis .

### **2.13 Manfaat Pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)**

Pelaksanaan CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik. Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan yaitu sebagai bagian dari manajemen resiko sehingga diharapkan perusahaan tidak hanya mencari keuntungan jangka pendek melainkan harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan hidup jangka panjang.

Adapun manfaat pelaksanaan CSR bagi perusahaan menurut Rudito (2013: 13) adalah sebagai berikut:

1. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan
2. Meningkatkan citra perusahaan
3. Mengurangi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
5. Mempertahankan posisi merek perusahaan
6. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas
7. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital)
8. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis
9. Mempermudah pengelolaan manajemen resiko (risk management)

#### **2.14 Bentuk-bentuk Aktivitas *Corporate Social Responsibility*(CSR)**

Kotler dan Lee (2005) mengidentifikasi enam (6) pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial sekaligus sebagai wujud komitmen dari tanggung jawab sosial perusahaan. Keenam pilihan sebagai motif perusahaan melakukan CSR, yaitu:

1). *Cause Promotions* (Promosi Kegiatan Sosial)

Bentuk *Cause Promotions* merupakan bentuk komitmen perusahaan dengan memberikan kontribusi dana atau model penggalan dana dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu.

2). *Cause-Related Marketing* (Pemasaran terkait kegiatan sosial)

Perusahaan menyisihkan sepersekian persen dari pendapatan perusahaan sebagai bentuk kontribusi perusahaan bagi masalah sosial tertentu untuk periode atau jenis produk tertentu. Bentuk ini dengan kata lain merupakan donasi perusahaan sebagai wujud komitmen perusahaan.

3). *Corporate Social Marketing* (Pemasaran kemasyarakatan perusahaan)

Perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kegiatan kampanye dengan tujuan fokus untuk merubah perilaku tertentu yang bisa berdampak negatif.

4). *Corporate Philanthropy* (Kegiatan Filantropi perusahaan)

Perusahaan berinisiatif dengan memberikan secara langsung kontribusi dalam bentuk donasi atau sumbangan tunai kepada suatu kegiatan amal.

- 5). *Community Volunteering* (Pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela)  
Komitmen yang dilakukan perusahaan berupa aktivitas memberikan bantuan dan mendorong karyawan serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat membantu masyarakat setempat.
- 6). *Socially Responsibility Bussness Practices* (Praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial)  
Memberikan dukungan dalam pengembangan masyarakat yang disesuaikan dengan usaha atau kegiatan bisnis masyarakat.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1.Format Penelitian**

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Whitney (dalam Nazir, 1988: 63) yaitu penelitian untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, metode studi kasus adalah memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas dari kasus, dari sifat-sifat khas tersebut akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum. (Nazir, 1988:66).

#### **3.2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant yang terletak di Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya) Ketapang Damai RW X, Desa Kebonmanis, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama 1 tahun, dimulai bulan Januari -Desember 2017. Penelitian ini merupakan sebagian dari topik penelitian yang akan dihasilkan pada Disertasi peneliti.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa cara yaitu: Interview (wawancara), Dokumentasi, Studi Pustaka, dan Focus Group Discussion (FGD),

### **3.4. Teknik Analisis Data**

Data dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis, atau lisan orang-orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2001: 103). Analisis data yang bersifat kualitatif mengharuskan peneliti untuk melakukan aktivitas secara serempak dengan pengumpulan data, interpretasi data dan menulis laporan penelitian (Creswell, 1994: 145). Dengan demikian analisis data tidak dilakukan secara terpisah dengan pengumpulan data, tetapi merupakan kegiatan yang dilakukan bersama-sama. Selama pengumpulan data, peneliti bergerak secara interaktif dalam 3 komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan simpulan akhir/verifikasi (Sutopo, 2006: 186).

### **3.5. Uji Validitas Data**

Teknik yang dilakukan dalam uji validitas data yaitu dengan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2001: 178), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Menurut Patton (dalam Moleong, 2001 : 178) menyebutkan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode

kualitatif. Hal yang dapat dicapai dengan jalan: (a). Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (b). Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang. (c). Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### 3.6. Langkah Logis Penelitian

<b>Kegiatan Penelitian :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Melakukan observasi &amp; wawancara langsung bagaimana praktek pelaksanaan Program CSR Bank Sampah Mandiri PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant kepada pihak PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant dan masyarakat penerima manfaat program.</li> <li>➤ Melakukan observasi &amp; wawancara langsung bagaimana pola komunikasi kelompok yang dilakukan peserta Program CSR Bank Sampah Mandiri PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant kepada pihak PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant dan masyarakat penerima manfaat program.</li> </ul>
<b>Luaran Penelitian :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hasil penelitian ini akan dituliskan dalam Jurnal Ilmiah Nasional dan Submitted Jurnal Internasional Scopus</li> <li>➤ Hasil penelitian ini akan dituliskan dalam Prosiding Seminar Nasional dan Internasional</li> <li>➤ Hasil penelitian akan dituliskan dalam draft buku teks yang rencana akan diterbitkan tahun 2018</li> </ul>
<b>Lokasi Penelitian :</b>	Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant yang terletak di Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya) Ketapang Damai RW X, Desa Kebonmanis, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah
<b>Indikator Capaian :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Terdokumentasinya hasil penelitian ini dengan baik sehingga hasil penelitian ini akan dituliskan dalam Jurnal Ilmiah (Nasional dan Internasional) dan Prosiding Seminar (Nasional dan Internasional)</li> </ul>

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Profil PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant**

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant, berawal dari Pabrik Semen Nusantara, yang didirikan tahun 1997, yang kemudian pada tahun 1993 diakuisi oleh PT. Semen Cibinong Tbk (Persero) dan sejak tahun 2001 diakuisi lagi oleh PT. Holcim Tbk. PT. Semen Nusantara Tbk pabrik Cilacap 1 (unit produksi Cp-1) mulai dibangun pada bulan Januari 1975. Dalam periode 18 Desember 1974 sampai dengan 14 Juni 1993 status kepemilikan perusahaan terbagi atas tiga (3) perusahaan yang bergabung dengan brand PT. Semen Nusantara. Tiga perusahaan tersebut adalah; 1) PT. Gunung Ngadek Jaya; 2) Ononda Cement Co. Ltd; dan 3) Mitsui Co. Ltd. Sejak tanggal 10 Juni 1993 PT. Semen Nusantara telah memiliki status baru yaitu dengan pengambilan saham oleh pihak Indonesia 100% yang kemudian oleh PT. Semen Cibinong Tbk diakuisi unit IV dari Group Semen Cibinong pada tanggal 14 Juli 1993 dan diberi nama PT. Semen Cibinong Tbk Cilacap Plant, dan terdiri dari dua sentral produksi yaitu CP-1/pabrik lama dan CP-2 sebagai pabrik baru.

Pada tahun 2000 PT. Semen Cibinong Tbk Cilacap Plant setuju diadakannya restrukturisasi hutang pada kreditor. Hutang perseroan telah dikurangi menjadi US \$50 juta, selain itu PT. Tirtamas Majutama sebagai pemegang saham terbesar telah menjual seluruh sahamnya pada perusahaan Holcim dari Swiss pada tanggal 31 Desember 2001 Holcim Ltd. Sehingga pemegang saham terbesar saat ini; 1) Holcim Ltd (Swiss) 77,33% Kreditor 16,1% dan 3) Umum 6,6%. PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant merupakan anak perusahaan semen dunia, Holcim Ltd yang beralamat di Jl. Ir. Juanda Karang Talun Cilacap 53234 Jawa Tengah.

Saat ini PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* adalah produsen semen 3 (tiga) terbesar di Indonesia dengan usaha terkait di beton siap pakai (RMX) dan produksi agregat. PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* juga sebagai produsen semen terbesar kedua dalam Holcim di Asia Tenggara.

PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant memiliki Visi PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant adalah: “Membangun solusi yang berkelanjutan bagi masa depan bangsa”. Dan untuk mengimplementasikan visi tersebut maka PT. Holcim Indonesia Tbk menjalankan misi sebagai berikut:

- a. Menyediakan solusi pembangunan berkelanjutan bagi masing-masing segmen pelanggan.
- b. Peduli akan keselamatan kerja dan kelestarian lingkungan.
- c. Mengembangkan kemampuan karyawan, melakukan inovasi untuk menjadi yang terbaik dan membentuk jaringan yang terpadu.

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant berlokasi di Kelurahan Karangtulan Kecamatan Cilacap Utara, Cilacap Jawa Tengah dengan kapasitas terpasang 2,6 juta ton/ tahun. Pabrik semen ini memiliki luas areal 118,4 ha serta memiliki 620 karyawan dan 2.542 orang tenaga kontraktor.

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* terus mencari peluang dalam memberdayakan masyarakat setempat. PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant sadar bahwa dukungan dari para pemangku kepentingan serta masyarakat lokal yang terus menerus, adalah “izin untuk beroperasi”. Secara aktif, mendukung masyarakat untuk berswadaya dalam bidang utama infrastruktur, pendidikan, kesehatan dan pengembangan bisnis

#### **4.2. Profil Program CSR Bank Sampah Mandiri**

Program CSR Bank Sampah Mandiri merupakan program pemberdayaan masyarakat PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant dan merupakan program kerjasama antara pemerintah Kabupaten Cilacap, PNPM Mandiri dan masyarakat kelurahan Kebonmanis. Adapun yang melatarbelakangi terbentuknya Bank Sampah Mandiri adalah semakin meningkatnya volume sampah dari hari kehari sementara daya tampung TPA yang terbatas serta belum adanya pengelolaan sampah terpadu, sehingga di wilayah ini sampah menimbulkan permasalahan seperti lingkungan menjadi kotor dan bau dan serta sampah menjadi sumber penyakit.

Atas dasar hal tersebut di atas PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant bersama warga masyarakat Kelurahan Kebonmanis, khususnya di wilayah RW X mendirikan Bank Sampah Mandiri. Selain untuk mengurangi peningkatan volume sampah di wilayah Kebonmanis.

Bank Sampah Mandiri juga bertujuan untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam berpartisipasi aktif terkait kewajiban yang ada dalam UU 18 tahun 2008 tentang pengelolaan sampah, di mana masyarakat wajib mengurangi volume sampah yang dihasilkan. Dalam hal ini kegiatan yang dilakukan adalah sehingga dengan cara melakukan pemilahan sampah organik dan anorganik di level rumah tangga. Bank Sampah Mandiri hadir untuk menampung sampah anorganik, sedangkan untuk sampah organik akan dilakukan pengelolaan oleh Badan Lingkungan Hidup (BLH) Cilacap dengan menggunakan fasilitas yang ada pada Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (TPST). Berikut logo Bank Sampah Mandiri :



Gambar 4.1. Logo Bank Sampah Mandiri

Sumber: Profil BSM, 2015

Adapun arti filosofi dari logo Bank Sampah Mandiri adalah sebagai berikut:

- Kata Mandiri : Masyarakat harus bisa Mandiri dalam mengatasi permasalahannya
- Logo didominasi warna hijau daun : berkaitan dengan hijau identik dengan bersih, sejuk, asri sesuai dengan Visi Bank Sampah Mandiri : “*Menuju Kampung Bersih dan Hijau, Sejahtera Warganya Manfaat Akibat Sampah.*”

Bank Sampah Mandiri berdiri sejak tahun 2011 sebagai bentuk partisipasi PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant dan masyarakat Kelurahan Kebonmanis untuk memberikan solusi aktif terhadap permasalahan sampah di Kabupaten Cilacap khususnya di Kelurahan Kebonmanis. Adapun maksud dan tujuan didirikannya Bank Sampah Mandiri adalah sebagai berikut:

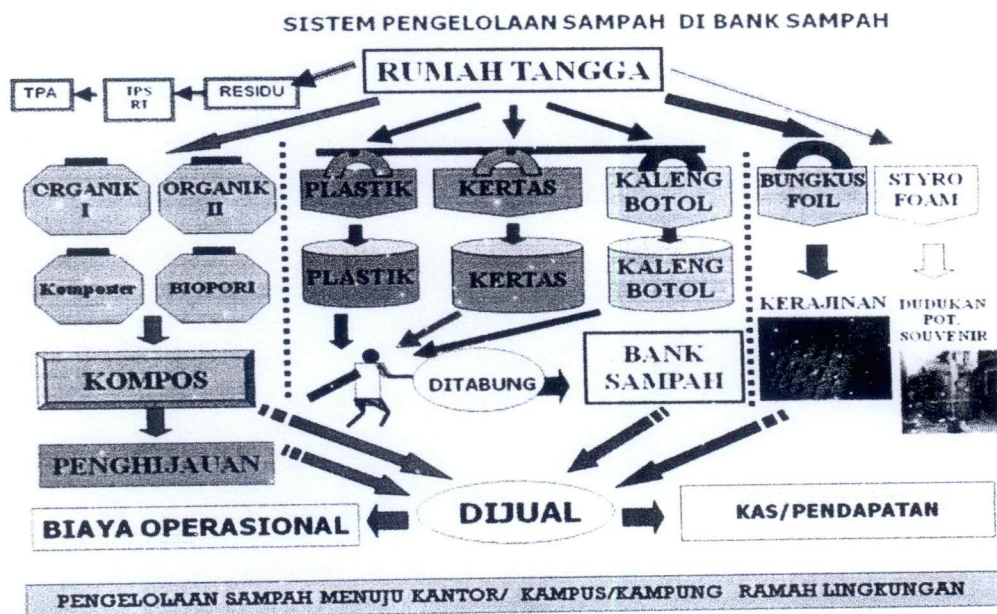
- 1) Membantu pemerintah Kabupaten Cilacap dalam mengatasi mengurangi sampah di kabupaten Cilacap
- 2) Mengaktifkan peran serta masyarakat mulai dari level bawah RT/RW, lembaga-lembaga yang ada di kabupaten Cilacap terutama sekolah, pasar/perdagangan, perkantoran dan lain-lainnya untuk mengurangi sampah dan menjadikan sampah tersebut bermanfaat dari aspek lingkungan, sosial dan ekonomi.
- 3) Membantu mengatasi permasalahan kesehatan lingkungan yang diakibatkan sampah dengan melibatkan peran serta masyarakat secara langsung.
- 4) Menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat/rumah tangga.
- 5) Membangun kesadaran di masyarakat tentang pentingnya memilah, mengelola sampah dan menjadikannya sebagai barang yang bernilai ekonomis guna memberikan tambahan penghasilan.

Selain itu Bank Sampah Mandiri mempunyai slogan / moto yaitu “*Ayo Nabung Sampah, Lingkungan Indah, Ekonomi Bertambah*”. Dengan demikian output yang diharapkan dari pelaksanaan Program CSR Bank Sampah Mandiri adalah: a). Masyarakat peduli akan kebersihan lingkungan (PHBS), b).

Lingkungan menjadi bersih, sejuk, indah dan sehat, c). Pendapatan masyarakat bertambah / ekonomi hijau dan kreatif dan d). Mengurangi pengangguran.

Dalam menjalankan kegiatannya Bank Sampah Mandiri memiliki Dasar Hukum yang dijadikan sebagai pedoman dalam beroperasi yaitu:

- 1) UU. No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah
  - 2) PP No. 81 tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis
  - 3) Permen LH No. 13 tahun 2012 tentang Pedoman Pelaksanaan *Reduce*, *Reuse* dan *Recycle* melalui Bank Sampah
  - 4) Perda Kabupaten Cilacap No. 3 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Sampah dan Retribusi Pelayanan Persampahan/Kebersihan di Kabupaten Cilacap
- Bank Sampah Mandiri mempunyai sistem pengelolaan sampah yang dapat dijelaskan seperti pada gambar berikut ini :



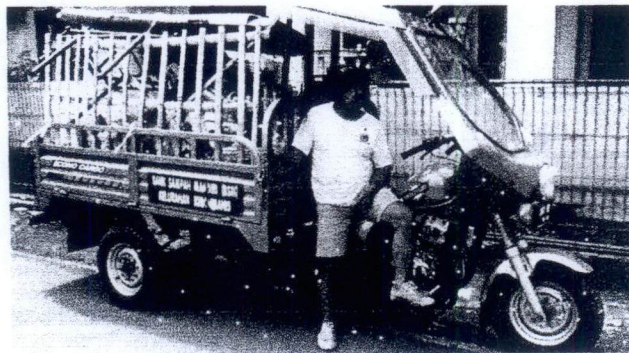
Gambar 4.2. Pengelolaan Bank Sampah Mandiri  
 Sumber: Profil BSM, 2015

Adapun prinsip dalam pengelolaan Bank Sampah Mandiri adalah pertama-tama masyarakat melakukan pemilahan sampah di level rumah tangga. Untuk sampah organik dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup (BLH) Cilacap dengan menggunakan fasilitas yang ada pada Tempat Pengolahan



Sampah Terpadu (TPST). Sedangkan untuk sampah un-organik berupa plastik, botol, kaleng, koran dll akan dipilih dan dipilah masyarakat untuk kemudian di setorkan, ditimbang dan di tabung ke Bank Sampah Mandiri.

Salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh Bank Sampah Mandiri adalah pengumpulan sampah yang dilakukan setiap hari minggu, kegiatan ini dimulai pukul 08.00 Wib pagi hingga pukul 12.00 Wib siang. Kegiatan ini dilakukan berkeliling area sekitar RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara. Selain hari Minggu sebenarnya masyarakat bisa langsung menyetorkan ke Bank Sampah, akan tetapi berdasarkan pengalaman, pengumpulan sampah yang dilakukan dengan berkeliling dengan menggunakan kendaraan trossa roda tiga warna hijau dan diiringi dengan alunan musik dangdut lebih menarik warga untuk menabung di Bank Sampah. Kegiatan ini dilakukan oleh dua orang pegawai Bank Sampah Mandiri yang bertugas untuk menimbang dan mencatat sampah yang di setorkan oleh masyarakat sesuai dengan jenis sampahnya.



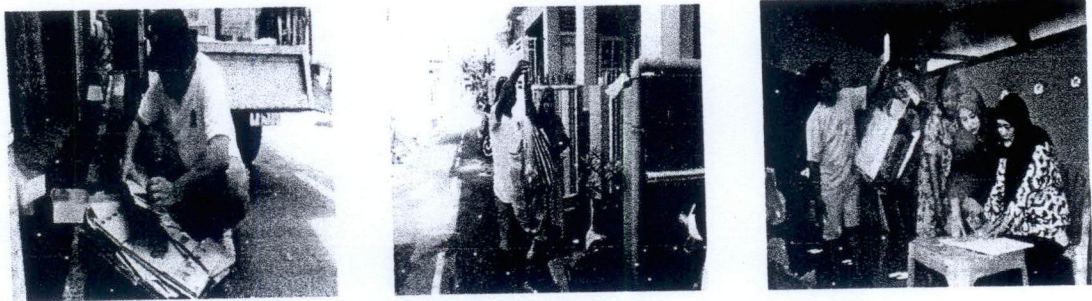
Gambar. 4.3. Kendaraan operasional Bank Sampah Mandiri

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2016

Sampah yang dikumpulkan oleh masyarakat terdiri dari berbagai jenis seperti kertas, plastik, botol, kaleng, besi dan berbagai sampah lain yang masih dapat didaur ulang. Warga secara sadar telah mengumpulkan sampah dalam kurun waktu satu minggu terakhir ke dalam kardus, kantung kresek maupun karung agar memudahkan proses penyetoran dan penimbangan, sehingga proses pengumpulan sampah dari setiap rumah tangga bisa berlangsung secara efektif dan menghemat waktu. Hal ini tidak lepas dari peran serta pengelola

bank sampah untuk mengedukasi masyarakat senantiasa menjaga lingkungan dengan cara memilah sampah dan mengurangi volume sampah rumah tangga. Hal ini dilakukan dengan memilah dan memilah sampah anorganik mana yang masih bisa dimanfaatkan untuk didaur ulang dan ditabung di Bank Sampah Mandiri.

Salah satu proses penting dalam pengumpulan sampah ini adalah pemilahan sampah berdasarkan jenisnya, hal ini dilakukan karena setiap jenis sampah mempunyai manfaat masing-masing ketika akan didaur ulang.



Gambar 4.4. Kegiatan Pemilahan dan Penimbangan sampah anorganik rumahtangga

Hasil timbangan sampah yang berasal dari masyarakat akan dituliskan dalam buku tabungan yang dimiliki oleh seluruh nasabah Bank Sampah Mandiri. Angka yang dituliskan dalam buku tabungan nasabah berbentuk nilai rupiah yang didapatkan dari hasil penyetoran sampah pada hari tersebut. Jumlah rupiah dalam buku tabungan akan diakumulasikan dengan penyetoran sampah yang dilakukan pada minggu sebelumnya maupun minggu yang akan datang. Setiap nasabah mempunyai tabungan yang bervariasi nilai rupiahnya tergantung dari seberapa banyak warga menyetorkan sampah dan jenis sampah yang bisa didaur ulang. Sampah anorganik yang sudah ditabung akan dinilai dengan rupiah dan masyarakat akan menerima buku tabungan sebagai bukti setoran sampah yang sudah dilakukan.

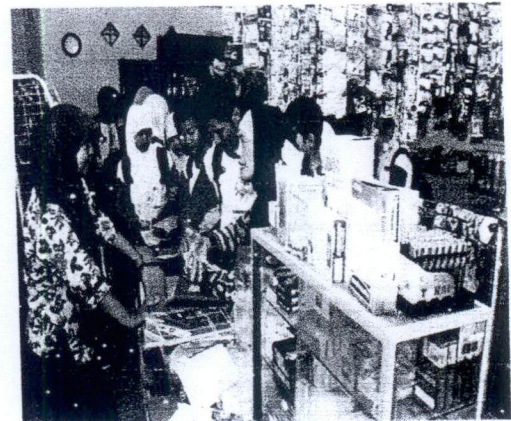


Gambar 4.5. Buku Tabungan Bank Sampah Mandiri (BSM)  
Sumber: Dokumentasi peneliti, 2016

Jumlah rupiah dalam buku tabungan dapat digunakan oleh nasabah Bank Sampah Mandiri untuk membeli berbagai kebutuhan sehari-hari (sembako) di Warung Mandiri, dengan begitu masyarakat yang menjadi nasabah Bank Sampah Mandiri tidak perlu lagi mengeluarkan uang untuk membeli kebutuhan pokok sehari-hari.

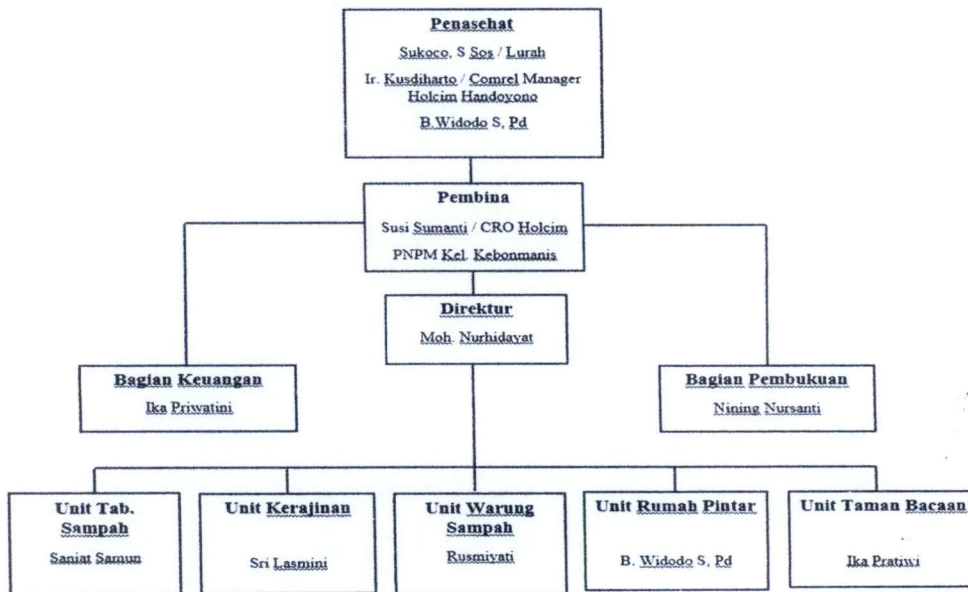


Gambar 4.6 Warung Mandiri  
Sumber: Dokumentasi peneliti, 2016



Gambar 4.7 Aktivitas Warung Mandiri

Dalam menjalankan kegiatannya Bank Sampah Mandiri memiliki struktur organisasi dengan beberapa unit dengan tugas dan peran-peran masing-masing.



Gambar 4.8 Struktur Organisasi Pengurus Bank Sampah Mandiri  
Sumber: Profil Bank Sampah Mandiri, 2015

Bank Sampah Mandiri adalah program CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant yang merupakan inisiasi langsung dari warga masyarakat Kebonmanis bertujuan memberdayakan masyarakat dengan kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung perekonomian warga setempat dengan memanfaatkan sampah. Bank Sampah Mandiri saat ini telah melaksanakan inovasi berkelanjutan sehingga bukan hanya bergerak dibidang tabungan sampah saja melainkan beberapa unit pendukung lainnya seperti yang tercantum dalam struktur organisasi diatas.

Sampai saat ini jumlah nasabah Bank Sampah Mandiri cukup banyak yaitu sejumlah 279 orang yang terdiri dari 165 orang nasabah berjenis kelamin perempuan dan 114 orang berjenis kelamin laki-laki.

### 4.3 Karakteristik Masyarakat Penerima Manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri

Program CSR Bank Sampah Mandiri berada di RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara. Kelurahan Kebonmanis dengan luas wilayah

198.641 Ha dengan luas Pekarangan / tanah : 103.729 ha dan luas sawah adalah 94.822 ha yang berada di wilayah Kecamatan Cilacap Utara dengan batas-batas sebagai berikut :

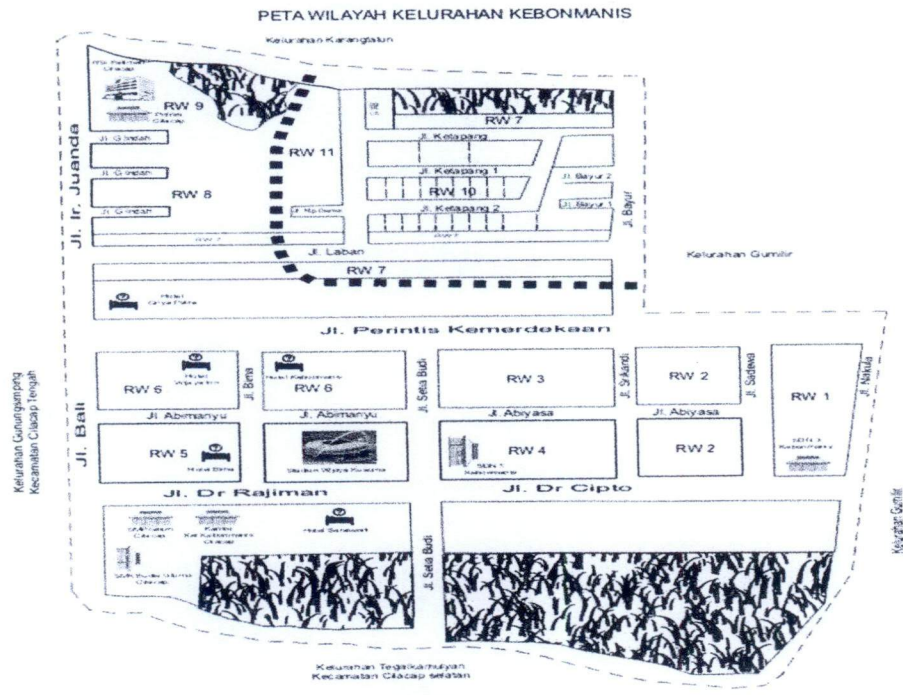
- Sebelah Utara : Kelurahan Karangtalun Kecamatan Cilacap Utara
- Sebelah Selatan : Kelurahan Tegal Kamulyan Kecamatan Cilacap Utara
- Sebelah barat : Kelurahan Gunungsimping Kecamatan Cilacap Utara
- Sebelah Timur : Kelurahan Gumilir Kecamatan Cilacap Utara

Adapun jarak wilayah Kelurahan Kebonmanis dari pusat pemerintahan :

- Kecamatan : 2 Km
- Kabupaten/Kota : 8 Km
- Provinsi : 298 Km
- Ibu Kota Negara : 552 Km

Kelurahan Kebonmanis mempunyai Topografi daratan dengan ketinggian  $\pm 7$  M diatas permukaan laut, curah hujan mencapai rata-rata 3000 mm/tahun.

Kelurahan Kebonmanis terbagi menjadi 2 (dua) lingkungan wilayah administratif yaitu 11 RW dan 55 RT. Berikut peta wilayah Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara.



Gambar 4.9. Peta Wilayah Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara  
Sumber: Profil Kelurahan Kebonmanis, 2015

Jumlah Penduduk Kelurahan Kebonmanis sebanyak 10.563 jiwa, yang dibagi ke dalam 2.636 Kepala Keluarga (KK), dengan kepadatan penduduk 253.000/km<sup>2</sup>. Wilayah RW X ini penduduknya mayoritas memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) yaitu 293 orang dengan tingkat golongan rata-rata II B. Adapun rata-rata jumlah pendapatan penduduk RW X adalah RP. 2.500.000 – 3.000.000 per bulan. Selain itu wilayah ini memiliki potensi sumber daya manusia yang memadai yakni adanya kesiapan / mobilitas sumber daya manusia yang telah melembaga dengan tingkat partisipasi warga masyarakatnya yang tinggi. Selain itu kentalnya budaya jawa khususnya “banyumasan”. Masyarakat Banyumas secara geografis meliputi Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Cilacap, dan Banjarnegara, juga memiliki penanda karakter yang khas. Yakni sebagai pemilik karakter cablaka. Priyadi (2007) mengartikan cablaka sebagai spontanitas menanggapi fenomena yang dihadapi spontan tanpa ditutup-tutupi dengan bahasa ngapak yang menjadi ciri khas orang Cilacap. Bahasa “ngapak” adalah bahasa yang sering digunakan masyarakat Cilacap sehari-hari. Bahasa “ngapak” ini identik dengan bahasa blakasuta atau apa adanya / tidak

berbasa-basi sehingga karakteristik masyarakat Cilacap adalah apa adanya. Selain itu masyarakat di RW X masih sangat menjunjung budaya gotong royong dengan nilai luhur kemanusiaan yang sudah membudaya seperti sikap gotong royong, sikap saling menghargai dan sikap saling peduli di masyarakat yang sangat tinggi. Hal ini terlihat dalam berbagai kegiatan, masyarakat melaksanakannya secara bersama-sama seperti kerja bakti membersihkan jalan kampung, memberishkan jalan per gang, memperbaiki saluran air, selokan, dll dengan suasana kekeluargaan selalu guyub rukun sehingga lebih mudah untuk menjalankan proses pembangunan.

Pada wilayah RW X memang jumlah kaum perempuan lebih banyak dibandingkan dengan kaum laki-laki. Warga RW X mayoritas adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan golongan II B yang bekerja sejak pagi pukul 08.00 Wib hingga sore hari pukul 16.00. Wib. Sedangkan para istri mayoritas adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja pada sektor formal. Kaum ibu di RW X ini memiliki tingkat partisipasi yang baik dalam kegiatan kemasyarakatan, hal ini dapat dilihat setiap kegiatan kemasyarakatan (seperti PKK, Posyandu, Posdaya, Pengajian ibu-ibu dll) selalu banyak dihadiri oleh ibu-ibu. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Listianto sebagai Ketua RW X

“Kami RW X punya 4 program yaitu taqwa, bersih, tertib dan peduli. Setiap jumat sore kita mempunyai pengajian khusus untuk ibu-ibu, dan selalu penuh karena Ibu-Ibu di RW X ini aktif-aktif tidak hanya untuk kegiatan kemasyarakatan yang bersifat umum seperti PKK, Posyandu saja tetapi untuk bidang keagamaan juga aktif”  
(Wawancara Bapak Listianto, Ketua RW X di rumah kediamannya tanggal 2 September 2016).

Selain memiliki karakteristik yang aktif masyarakat RW X yang mayoritas adalah para Ibu Rumah tangga (IRT) memiliki kreatifitas yang tinggi. Hal ini disampaikan oleh Ibu Susi Sumanti sebagai staf Community Relations PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant berikut ini :

“Kami memilih RW X sebagai sasaran program karena memang masyarakatnya mudah untuk digerakkan, mereka aktif untuk kegiatan sosial kemasyarakatan dan meskipun kompleks perumahan tetapi masyarakatnya guyub. Selain itu ibu-ibu di RW X mayoritas ibu rumah

tangga yang punya banyak waktu luang dan mereka juga kreatif, mau belajar hal baru, sehingga ini adalah modal positif yang dimiliki masyarakat, sehingga misalnya pas diberi pelatihan kerajinan dari sampah ibu-ibu di RW ini semangat mencoba dan memang hasilnya juga memuaskan seperti membuat tas kawul, dompet dll”  
(Wawancara Ibu Susi Sumanti, Staf ComRel di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 2 September 2016).

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Moh Nurhidayat selaku inisiator program Bank Sampah Mandiri sekaligus sebagai Direktur Bank Sampah Mandiri dalam wawancaranya berikut ini:

“Memang yang menjadi sasaran program dan menjadi nasabah Bank Sampah Mandiri serta yang banyak terlibat aktif adalah Ibu-Ibu, khususnya Ibu Rumah Tangga yang tinggal di RW X. Secara umum Ibu-Ibu yang terlibat dalam program ini mempunyai komitmen yang tinggi, dengan cara mengatur jadwal kegiatan yang terinci sehingga pembagian tugas rumahtangga yang telah disepakati berjalan dengan baik dan sesuai target. Ibu-Ibu memiliki daya kreatifitas dan ketelitian yang baik karena dapat menciptakan karya kerajinan baru, dimulai dengan pembuatan sampel barang/kerajinan hasil didiskusikan dengan sesama Ibu-Ibu untuk diberikan masukan-masukan setelah hasil dipandang baik baru diproduksi lagi untuk dijual dan lumayan hasilnya banyak mendapatkan pesanan terutama dari kantor BLH Kabupaten Cilacap seperti dompet, tas dll”  
(Wawancara, Bapak Moh Nurhidayat Direktur Bank Sampah Mandiri di rumah kediamannya tanggal 1 September 2016).

#### **4.4 Deskripsi Pelaksanaan Program CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant Kebijakan pemerintah tentang CSR dan Kebijakan CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant**

Program CSR di Indonesia tertuang dalam regulasi salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 yang menyebutkan bahwa diwajibkan bagi setiap perusahaan yang menjalankan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau di masyarakat yang disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu regulasi pemerintah tentang CSR juga tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 yaitu tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) perseroan terbatas yang merupakan pelaksanaan pasal 74 UU



40/2007 tentang perseroan terbatas. Peraturan Pemerintah (PP) ini menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) merupakan kewajiban bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam (SDA) atau di bidang yang berkaitan dengan SDA, misalnya perusahaan pertambangan atau perkebunan. Kewajiban itu dituangkan dalam rencana kerja tahunan perusahaan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan TJSL serta dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kewajiban TJSL akan dikenakan sanksi bila tidak melaksanakan kewajibannya, tetapi, sebaliknya, dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang bila telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL).

Program CSR di Indonesia yang diregulasikan oleh pemerintah melalui Peraturan Perundang-Undangan direspon positif oleh PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant. Hal ini terbukti bahwa dalam menjalankan operasinya Program CSR sudah menjadi kewajiban dan komitmen bagi PT Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap, yang berpedoman kepada azas kebermanfaatan untuk mewujudkan masyarakat sejahtera dan mandiri.

Adapun dasar pelaksanaan program CSR, PT Holcim Indonesia Tbk, mengacu pada Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat PT Holcim Indonesia Tbk yang berisi: Kebijakan CSR PT Holcim Indonesia Tbk, didalamnya memuat 6 (enam) Pilar yaitu Etika Bisnis, Praktek Ketenagakerjaan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Keterlibatan Masyarakat, Hubungan dengan Pelanggan dan Supplier serta Pengawasan Kerja.

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant memiliki dasar kebijakan tersendiri dalam pelaksanaan program CSR perusahaannya. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Kusdhiarto

“CSR Holcim dibangun diatas enam (6) pilar CSR yang sejalan dengan kebijakan pemerintah yaitu: (1). CSR berarti melaksanakan kewajiban Kode etik bisnis, (2) CSR merupakan kebijakan ketenagakerjaan, 3). Keselamatan dan kesehatan kerja, 4). Dalam menjalankan CSR harus ada peran serta masyarakat, 5). Hubungan pelanggan dan penyalur dan yang terakhir adalah pemantauan dan pelaporan kinerja”.

(Wawancara, Bapak Kusdiharto GA & ComRel Manager di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 2 September 2016).

Berikut penjelasan rinci terkait dengan enam (6) pilar CSR yang merupakan kebijakan CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant:

1) Pelaksanaan Kewajiban Kode Etik dan Bisnis

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* berkomitmen terhadap standar pelaksanaan yang tinggi dan berpartisipasi dalam Perjanjian Global PBB Kami mendukung penuh Deklarasi Universal HAM.

2) Kebijakan Ketenagakerjaan

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* menghargai hak-hak pekerja, menjamin gaji yang layak sesuai dengan upah pekerja industri setempat dan berusaha untuk menyediakan kondisi pekerjaan terbaik serta perkembangan para pekerjanya. Holcim melaksanakan restrukturisasi dan reorganisasi yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai batasan legal setempat. Holcim menghormati perbedaan serta mengembangkan kesempatan yang setara dalam pengangkatan pekerja baru, aktifitas pekerjaan, pengembangan pekerja serta retensi. Holcim menolak mempekerjakan anak yang berada dalam usia wajib belajar.

3) Kesehatan dan Keselamatan Kerja

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* menyediakan tempat kerja yang aman dan sehat dengan berusaha mengurangi dan menghilangkan resiko kecelakaan pada karyawan, kontraktor dan pengunjung. Holcim menerapkan standar dan pedoman K3, menyediakan pelatihan terkait yang diperlukan dan mengukur pelaksanaannya.

4) Keterlibatan Masyarakat

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* menganalisa kebutuhan lokal, mengembangkan keterlibatan masyarakat dan bermitra dengan *stakeholder* di sekitar daerah operasi untuk meningkatkan perkembangan pendidikan, budaya dan sosial dan mewujudkan *community development*. Holcim mendorong dan mendukung keterlibatan karyawan dalam aktifitas masyarakat setempat ataupun untuk menjadi relawan.

5) Hubungan Pelanggan dan Penyalur

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* menawarkan produk dan pelayanan yang kompetitif dan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan klien Holcim, dan diharapkan para penyalur juga melakukan hal demikian. Holcim mencoba untuk terkait dalam hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan dan penyalur yang sesuai dengan prinsip-prinsip Perjanjian Global PBB dan Deklarasi Universal HAM.

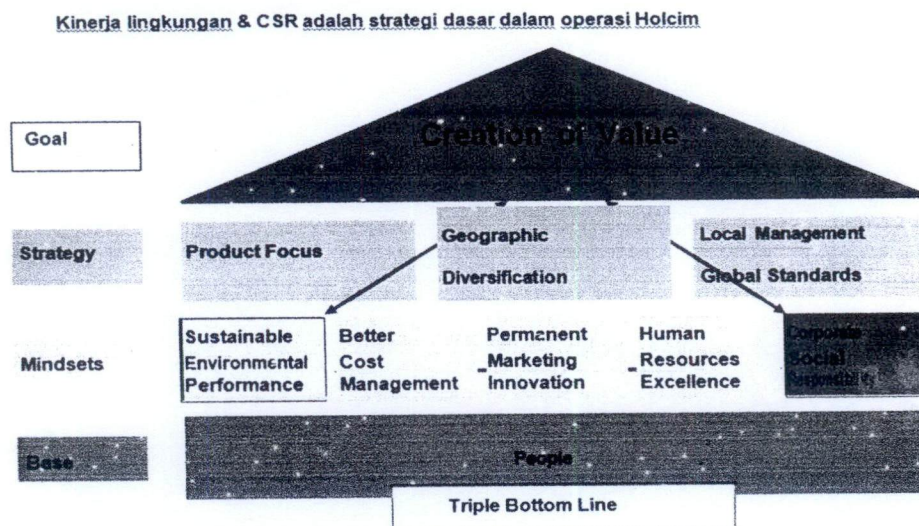
6) Pemantauan dan Pelaporan

PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* mengidentifikasi dan memantau persoalan penting pada performa sosial. Holcim mengevaluasi program dan aktifitas kami serta melaporkan performa dan kemajuannya secara terbuka. Holcim bertujuan untuk memiliki laporan sosial yang dinilai secara independen. Holcim mengharapkan umpan balik dari para *stakeholder* dan mempertimbangkan saran-saran mereka untuk langkah selanjutnya.

Dalam menjalankan kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan. Program CSR PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* memiliki komitmen antara lain; 1). mengendalikan kualitas produksi di atas standar nasional; 2). mengutamakan keselamatan kerja; 3). mematuhi peraturan dan Undang-Undang yang berlaku; 4). tidak ada area bekas penambangan tanpa dilakukan reklamasi; 5). melakukan pemantauan dan pengelolaan lingkungan sesuai; dokumen AMDAL yng disetujui, bahkan di atas peraturan perundangan; 6). menjaga kelestarian sumber daya alam dan pemanfaatan limbah, 7). menjalin hubungan yang harmonis dengan semua (pemangku kepentingan) dan membuat laporan publik secara rutin; dan 8). menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar.

Selain itu *Triple Bottom Line* adalah tiga hal yang mendasari operasionalnya PT Holcim Indonesia Tbk, yaitu Penciptaan Nilai Tambah (*creating value added* ) untuk semua stakeholder, Kinerja Lingkungan yang berkelanjutan, serta Tanggungjawab Sosial adalah faktor yang saling berkaitan untuk menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Struktur Implementasi

Program CSR PT Holcim Indonesia Tbk bertujuan untuk membantu menemukan kompetensi inti Kabupaten Cilacap yang diawali dengan Pemetaan Sosial, Merangkul aspirasi masyarakat dalam Forum Komunikasi Masyarakat, dan mengetahui kondisi Kabupaten Cilacap secara keseluruhan (infrastruktur, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan sosial budaya ) serta mempertimbangkan tujuan umum pemerintah yaitu peningkatan IPM dan SDGs, sehingga pada akhirnya kemandirian masyarakat Kabupaten Cilacap akan tetap berkembang. Berikut bagan yang menjelaskan strategi dasar yang diterapkan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant yaitu kinerja lingkungan dan CSR seperti yang terdeskripsikan dalam gambar dibawah ini:



Gambar 4.10 Strategi Dasar Dalam Operasi Holcim

Sumber : Profil PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant, 2015.

Berdasarkan bagan diatas, dapat diketahui bahwa PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dalam menjalankan operasi bisnisnya untuk mindsets, strategy dan goal menggunakan kinerja lingkungan (*Sustainable Environmental Performance*) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai dasarnya. Dalam melaksanakan CSR ini menggunakan prinsip Triple Bottom Line yaitu Profit, People dan Planet sejalan dengan konsep CSR menurut Jhon Elkington (1997) bahwa jika perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3 P” (Profit, People dan Planet). Dalam hal ini PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap

Plant sebagai perusahaan profit tidak hanya mencari keuntungan (Profit) melainkan juga harus bertanggungjawab dan memperhatikan dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*People*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*) melalui program CSR yang dilakukan.

Kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini mengikat kepada PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dan prinsip-prinsip dari kebijakan CSR ini juga harus diterapkan pada seluruh cabang PT. Holcim Indonesia dimana PT. Holcim Indonesia telah menanamkan sahamnya dalam yurisdiksi Republik Indonesia. Adapun tujuan dari kebijakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah:

1. Untuk mengetahui tanggung jawab sosial dan bertujuan untuk terjun dalam lingkungan sebagai bagian dari komitmen PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant untuk kemajuan yang berkelanjutan.
2. Untuk menjamin program-program atau aktifitas-aktifitas CSR disetujui oleh pihak yang berwenang seperti yang dijabarkan dalam kebijakan ini sebelum diproses atau dilaksanakan.

Program CSR pada PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant berada dalam divisi *Community Relation* (Comrel). Dalam melaksanakan program kerjanya PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant memiliki komitmen yaitu bekerja sebagai mitra bagi seluruh pihak-pihak yang berkepentingan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas hidup bagi karyawan, keluarga dan masyarakat di sekeliling lokasi operasional perusahaan.

#### **4.5 Kebijakan dan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant**

Dalam menjalankan kebijakan program CSR, PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant memiliki visi dan misi pemberdayaan masyarakat. Adapun visi pemberdayaan masyarakatnya adalah mewujudkan masyarakat sejahtera mandiri melalui kemitraan yang harmonis antara perusahaan, pemerintah daerah dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Sedangkan misi

pemberdayaan masyarakat PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant adalah mendorong kemandirian masyarakat dalam mengembangkan aset ekonomi sumber daya alam, kualitas daya manusia dan mengembangkan alam dan lingkungan.

Terdapat 4 (empat) pilar utama yang menjadi prinsip pengembangan / pemberdayaan masyarakat PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* yaitu meliputi 4 pilar:

- a. Pilar Ekonomi
- b. Pilar Pendidikan
- c. Pilar Kesehatan
- d. Pilar Lingkungan dan Sosial Budaya

Seperti yang disampaikan oleh Kusdhiarto dalam wawancara berikut ini:

“Bahwa meningkatnya kemandirian masyarakat secara berkesinambungan melalui 4 (empat) pilar pemberdayaan masyarakat yaitu ekonomi, pendidikan, kesehatan dan lingkungan adalah prinsip *Community Development* yang dilakukan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant” (Wawancara, Bapak Kusdiharto GA & ComRel Manager di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 2 September 2016).

Dengan demikian kebijakan pemerintah tentang CSR telah diimplementasikan melalui kebijakan CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant melalui 6 (enam) pilar CSR dengan visi dan misi pemberdayaan masyarakat yang berfokus kepada pengembangan 4 (empat) pilar yaitu, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan sosial budaya yang mengacu kepada sumberdaya alam dan kearifan lokal melalui kemitraan yang harmonis antara perusahaan, pemerintah daerah, masyarakat dan LSM serta perguruan tinggi.

Hal ini sejalan dengan 26 prinsip pemberdayaan menurut Jim Iffe yang terbagi dalam 5 prinsip utama yaitu prinsip ekologis, keadilan sosial, menghargai lokal, prinsip proses dan prinsip global dan lokal. Pada prinsip Ekologis (*Ecological principles*) terdapat lima unsur yang menjadi basis *community development* yaitu; Holisme (*Holism*), Keberlanjutan (*Sustainability*), Diversitas atau Keberagaman (*Diversity*), Pembangunan Bersifat Organik (*Organic development*) dan Pembangunan yang Seimbang (*Balanced development*). Prinsip

pemberdayaan ini tercermin dalam pilar lingkungan yang dimaknai bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant melalui program CSR Bank Sampah Mandiri berdampak positif bagi lingkungan sosial, budaya dan infrastruktur serta memiliki kinerja lingkungan yang berkelanjutan. Dalam prinsip Keadilan Sosial (*Social justice principles*), penting untuk selalu memadukan pendekatan ekologis dengan gagasan keadilan sosial. Dalam hal ini prinsip pemberdayaan yang dilakukan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant sesuai dengan pilar ekonomi, pendidikan dan kesehatan dimana setiap program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan harus bertujuan untuk meningkatkan tingkat ekonomi, pendidikan dan kesehatan masyarakat penerima manfaatnya yang menjadi hak dasar setiap insan manusia untuk mencapai keadilan sosial. Prinsip Menghargai Lokal (*Valuing the local*) bisa dimaknai sebagai Menghargai Pengetahuan Lokal (*Valuing local knowledge*), Menghargai Kebudayaan Lokal (*Valuing local culture*), Menghargai Sumber Daya Lokal (*Valuing local resources*), Menghargai Keahlian Lokal (*Valuing local skills*), Menghargai Proses Lokal (*Valuing local processes*). Dalam hal ini diimplementasikan pada program CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant, bahwa setiap program pemberdayaan masyarakat harus dilakukan *need asesment* terlebih dahulu, menyesuaikan keadaan monografi masyarakat, pemetaan sosial serta aspirasi masyarakat dan menyesuaikan dengan kearifan lokal masyarakat setempat sehingga partisipasi masyarakat akan terwujud. Prinsip Proses (*Process principles*) bahwa *Community development* adalah sebuah proses yang memang harus diinisiasi oleh dan untuk masyarakat. Prinsip pemberdayaan masyarakat PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant selalu mengedepankan aspirasi yang datang dari masyarakat dan menghargai proses yang dijalankan oleh masyarakat. Dengan demikian adanya proses yang diinisiasi oleh masyarakat dan dijalankan oleh masyarakat. PT Holcim hanya sebagai penggerak dan pendukung akan menghasilkan kesadaran (*Consciousness raising*), partisipasi (*Participation*), kerjasama dan konsensus (*Cooperation and consensus*), gerakan pembangunan (*The pace of development*) serta membangun Masyarakat (*Community building*). Dalam prinsip proses disini juga dimaksudkan bahwa semua Program CSR PT

Holcim Indonesia Tbk selalu melakukan kerjasama dengan stakeholders terkait. Hal ini dikarenakan Program CSR perusahaan merupakan bagian dari kegiatan pembangunan masyarakat. Dalam hal ini yang dilakukan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant adalah bermitra dengan otoritas dan institusi lokal, berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah dan Propinsi serta masyarakat di 19 desa binaan. Selain itu juga bermitra dengan institusi pendidikan seperti UNSOED, UMP, UGM, UNS, instansi swasta seperti Rumah Sakit Fatimah, LSM / Yayasan : Yayasan Damandiri yang ada di Kabupaten Cilacap. Prinsip Global dan Lokal (*Global and local principles*) diimplementasikan pada 4 pilar pemberdayaan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant bahwa hubungan antara global dan lokal saat ini telah menjadi bagian yang nyata dari seluruh praktik *community development*. Dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat berupa *capacity building*, inovasi berkelanjutan yang bersifat global tetap harus selalu memperhatikan prinsip lokal yang dianut masyarakat setempat seperti karakteristik masyarakat, kearifan lokal, budaya setempat dll.

#### **4.6 Manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri Bagi Masyarakat**

Program CSR Bank Sampah Mandiri PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap *Plant* merupakan program pengelolaan sampah anorganik rumahtangga di RW X Kelurahan Kebonmanis Kabupaten Cilacap.

Untuk mengetahui manfaat program CSR Bank Sampah Mandiri bagi masyarakat RW X Kebonmanis Cilacap utara sebagai masyarakat sasaran program dapat diketahui dalam hasil wawancara dan *Focus Group Discussion* (FGD) berikut ini:

“Program CSR Bank Sampah Mandiri sangat bermanfaat terutama bagi masyarakat di RT 07 tempat BSM berada, manfaat utamanya lingkungan jadi bersih, ada warung Mandiri juga dan ibu-ibu rumahtangga juga punya kegiatan bermanfaat yang dapat menambah penghasilan keluarga, manfaat lainnya kita bisa tukar sampah dengan kebutuhan pokok sehari-hari kalau kita jadi nasabah Bank Sampah Mandiri”  
(Wawancara, Bapak Rustam Efendi, Ketua RT 07, di Rumah Kediannya tanggal 7 Juli 2017).



Hal lain tentang manfaat adanya program CSR Bank Sampah Mandiri disampaikan oleh Bapak In Sumantri selaku nasabah sekaligus pengelola Laundry yang merupakan pengembangan usaha dari Bank Sampah Mandiri dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Adanya Bank Sampah Mandiri sangat bermanfaat selain bisa mengelola sampah rumah tangga sekarang di komplek kita udah gak ada lagi sampah menumpuk didepan rumah dan untuk saya pribadi Bank Sampah Mandiri sangat membantu saya terutama untuk ekonomi keluarga saya, sebelum ada Bank Sampah Mandiri saya kerja srabutan sekarang saya diajak untuk mengelola laundry bisa untuk biaya hidup sehari-hari dan mengkuliahkan anak saya”

(FGD, Bapak In Sumantri, Nasabah Bank Sampah Mandiri, di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 26 Januari 2016).

Hasil dan manfaat program CSR Bank Sampah Mandiri dinyatakan pula oleh Ibu Titi Widiati selaku nasabah Bank Sampah Mandiri sebagai berikut:

“Bank Sampah Mandiri sangat dirasakan manfaatnya lingkungan jadi lebih bersih, pemulung sekarang sudah berkurang sekali, dari PT Holcim kita diberi pelatihan mengelola sampah dan membuat kerajinan sampah, dulu sebelum ada Bank Sampah Mandiri setelah selesai beres-beres rumah paling nonton TV sekarang berbeda waktu luang saya jadi lebih bermanfaat jadi bisa silaturahmi dengan ibu-ibu yang lain, tambah ilmu, tambah pengalaman dan tambah pendapatan keluarga”

(FGD, Ibu Titi Widiati, Nasabah Bank Sampah Mandiri, di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 26 Januari 2016).

Hasil dan manfaat program pemberdayaan masyarakat melalui Program CSR Bank Sampah Mandiri yang dirasakan oleh masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara yang lainnya seperti yang disampaikan berikut ini:

“Bank Sampah Mandiri banyak manfaatnya terutama untuk ibu rumah tangga seperti saya, sekarang jadi tambah ilmu, pengalaman banyak teman dan sekarang juga bisa berpenghasilan “

(FGD, Ibu Nining Nursanti, Nasabah Bank Sampah Mandiri, di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 26 Januari 2016).

Menurut Ibu Urip Kamini yang juga menjadi nasabah Bank Sampah Mandiri manfaat Bank Sampah Mandiri adalah sebagai berikut:

“Dengan Bank Sampah Mandiri, sekarang sampah dirumah berkurang, anak dan suami saya juga ikut mengumpulkan sampah dan nanti saya yang memilah saya setor ke Bank Sampah Mandiri, lumayan hasil sampah bisa buat beli beras, gas”

(FGD, Ibu Urip Kamini, Nasabah Bank Sampah Mandiri, di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 26 Januari 2016).

#### **4.7 Komunikasi Dialektis Perusahaan dan Masyarakat: Reaksi masyarakat terhadap rencana pendirian Bank Sampah Mandiri Di RW X Kelurahan Kebonmanis Terdapat Pro dan Kontra**

Program CSR Bank Sampah Mandiri adalah program yang diinisiasi oleh warga masyarakat. Dalam hal ini PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant mendukung dan memfasilitasi program pemberdayaan masyarakat ini. Meskipun demikian terdapat pro dan kontra dalam proses pendirian Bank Sampah Mandiri. Beragam alasan yang menjadi penyebab penolakan pendirian Bank Sampah Mandiri.

Dalam hal ini perusahaan berusaha melaksanakan dan menyukseskan program CSR Bank Sampah Mandiri namun disisi lain ada masyarakat yang tidak menyetujui adanya program tersebut. Gesekan yang terjadi di masyarakat yaitu antara masyarakat mereka yang mendukung program CSR Bank Sampah Mandiri dengan masyarakat yang tidak setuju dengan program tersebut. Berikut dibawah ini akan digambarkan pertentangan yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat.

##### **1. Masyarakat Yang Setuju / Pro terhadap Pendirian Bank Sampah Mandiri**

Awal pendirian Bank Sampah Mandiri di RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara terjadi pro dan kontra di masyarakat. Mereka yang mendukung rencana pendirian Bank Sampah Mandiri pada umumnya karena mereka memahami manfaat Bank Sampah yakni dapat menjadi solusi atas masalah sampah yang sering menumpuk di RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara sehingga menimbulkan bau tidak sedap dan lingkungan menjadi kotor dan tidak sehat. Hal ini seperti diungkapkan

Hal yang sama juga dirasakan Bapak Listianto selaku Ketua RW X Kebonmanis dan sekaligus sebagai nasabah Bank Sampah Mandiri sebagai berikut:

“Kami bersyukur dan mendukung adanya Bank Sampah Mandiri di wilayah perumahan kami, karena dapat membantu masyarakat dalam pengelolaan sampah rumah tangga yang sebenarnya menjadi tugas dari Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang. Selain itu juga Bank Sampah Mandiri juga dapat mengatasi permasalahan keamanan yang timbul karena para pemulung masuk ke perumahan kami dan sejak ada Bank Sampah Mandiri sampah anorganik ditabung di Bank Sampah Mandiri, masyarakat bisa dapat tambahan penghasilan dan sekarang pemulung sudah sangat jarang masuk ke perumahan kami sehingga warga menjadi aman dan nyaman”.(Wawancara Bapak Listianto, Ketua RW X di rumah kediamannya tanggal 2 September 2016).

Bank Sampah Mandiri selain bermanfaat dan berdampak positif untuk kebersihan dan kenyamanan lingkungan. Bank Sampah Mandiri juga dapat meningkatkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) warga masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan Bapak Moh Nurhidayat sebagai warga masyarakat sekaligus sebagai inisiator dari pendirian Bank Sampah Mandiri sebagai berikut:

“Bank Sampah Mandiri memberikan dampak positif, lingkungan menjadi bersih dan sehat adanya kebiasaan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) bisa dimulai dari lingkup keluarga, tidak ada lagi sampah yang menumpuk di depan rumah warga, sekarang di setiap keluarga ada budaya “titen” bapak, ibu dan anak bekerjasama ikut memilah dan mengumpulkan sampah dan sampah anorganik seperti botol, plastik, dll yang bisa diolah lagi ditabung di Bank Sampah Mandiri”. (Wawancara Bapak Moh Nurhidayat, Direktur Bank Sampah di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 20 Februari 2016).

Bank Sampah Mandiri juga dapat membantu meningkatkan ekonomi rumah tangga. Hal ini seperti yang diungkapkan Ibu Sugiarti sebagai warga masyarakat sekaligus sebagai nasabah Bank Sampah Mandiri sebagai berikut:

“Ibu-Ibu rumah tangga yang dulu hanya memasak dan anter jemput anak, sekarang ada Bank Sampah Mandiri bisa punya penghasilan sendiri lumayan bisa untuk jajan anak sekolah dari kerajinan

sampah yang diolah seperti bunga, tas kawul, dompet dll. Selain itu hasil sampah yang ditabung juga bisa untuk belanja kebutuhan sehari-hari seperti beras, telur, sabun dan gas di Warung Sampah.” (Wawancara Ibu Sugiarti, Nasabah Bank Sampah di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 20 Februari 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan dan masyarakat penerima manfaat program CSR Bank Sampah Mandiri diatas dapat diambil kesimpulan bahwa warga masyarakat yang setuju dengan pendirian Bank Sampah Mandiri mereka segera mendaftarkan dirinya sebagai nasabah Bank Sampah Mandiri. Adapun warga masyarakat yang mendukung dan menyambut baik program CSR Bank Sampah Mandiri ini dikarenakan mereka mengetahui manfaat yang dihasilkan dari Bank Sampah Mandiri diantaranya dapat menjadi solusi atas masalah sampah yang menumpuk, menimbulkan bau tidak sedap dan lingkungan menjadi kotor. Selain itu Bank Sampah Mandiri bisa mengurangi banyaknya pemulung yang sering mengganggu kenyamanan warga masyarakat. Hal lain dampak positif dari Bank Sampah Mandiri adalah dapat meningkatkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) di tingkat keluarga dan meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga.

#### **4.8 Masyarakat Yang Kontra / Menolak Pendirian Bank Sampah Mandiri**

Masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara yang menjadi sasaran Program CSR Bank Sampah Mandiri juga ada yang tidak setuju terhadap rencana pendirian Bank Sampah Mandiri, beberapa alasan menjadi penyebabnya antara lain :

- a) Sistem Pengelolaan Sampah di Bank Sampah Mandiri yang belum dipahami

Persoalan terkait reaksi penolakan dari masyarakat terhadap pendirian Bank Sampah Mandiri disampaikan oleh bapak Moh Nur Hidayat selaku Direktur Bank Sampah Mandiri dalam wawancara sebagai berikut :

“Ide untuk mendirikan Bank Sampah Mandiri sebenarnya sudah sejak tahun 2011 saya dan teman-teman dari PNPM Mandiri melihat bahwa di wilayah ini masalah sampah adalah masalah yang serius dan harus dari kita sebagai masyarakat yang dapat menyelesaikan, ada pro dan kontra selama ide pendirian Bank Sampah Mandiri kami sampaikan. Respon dari masyarakat beragam ada yang setuju ada pula yang menolak, misalnya Pak Teguh dan Pak Edy dari RW X ini awalnya menolak disebabkan beliau belum memahami sistem pengelolaan sampah di sini, ada kekhawatiran warga jika ada Bank Sampah Mandiri, sampah menumpuk di lokasi ini, sehingga menimbulkan bau tak sedap dan lingkungan menjadi kotor”. (Wawancara, Bapak Moh Nurhidayat, Direktur Bank Sampah Mandiri di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 25 Januari 2017).

Dari gambaran reaksi penolakan masyarakat terhadap pendirian Bank Sampah Mandiri diketahui salah satu penyebabnya karena kurangnya pemahaman sistem pengelolaan sampah di Bank Sampah Mandiri sehingga ketidaksetujuan warga dikarenakan adanya kekhawatiran jika ada Bank Sampah Mandiri wilayah perumahan tempat tinggal mereka akan menjadi kotor dan bau karena banyak tumpukan sampah.

b) Tempat Bank Sampah Mandiri yang sempat menjadi perdebatan

Bank Sampah Mandiri adalah Program CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant yang merupakan kerjasama antar berbagai pihak yaitu masyarakat Kelurahan Kebonmanis, PNPM Mandiri, Pemerintah Kabupaten Cilacap dan Badan Lingkungan Hidup (BLH) Kabupaten Cilacap. Dengan demikian pendirian Bank Sampah Mandiri ini juga tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak misalnya tanah tempat bangunan Bank Sampah Mandiri merupakan tanah bengkok bantuan dari Pemerintah Kota Kabupaten Cilacap, sedangkan bangunan dan sarana prasarannya berasal dari bantuan PNPM Mandiri, Warga masyarakat, PT Holcim Tbk Cilacap Plant dan dan Badan Lingkungan Hidup (BLH) Kabupaten Cilacap.

Masalah tempat yang menjadi lokasi Bank Sampah Mandiri memang awalnya sempat menjadi perdebatan tersendiri diantara warga

masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh salah satu warga yang berada di sekitar Bank Sampah Mandiri:

“Pendirian Bank Sampah Mandiri memang sempat menjadi perbincangan antar warga karena memang dulu awalnya Bank Sampah Mandiri mau dibangun di tanah kosong yang rencananya akan dibuatkan balai pertemuan RT 06, karena RT 06 belum punya balai pertemuan kan tanahnya milik pemerintah dan akhirnya disetujui untuk Bank Sampah Mandiri tidak jadi dibangun disana, tetapi di sebelah balai pertemuan RT 06.” (Wawancara, Bapak Edi, Warga RT 06 / RW X di rumah kediamannya tanggal 6 Juli 2017).

Berdasarkan hasil wawancara diatas menyebutkan bahwa warga mengetahui lokasi tempat pendirian Bank Sampah Mandiri adalah tanah kosong milik pemerintah Kabupaten Cilacap sehingga harus dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan warga masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara.

- c) Provokasi dari pihak ketiga Bank Sampah Mandiri : Mengambil Lahan Pekerjaannya Pemulung

Reaksi penolakan warga masyarakat terhadap pendirian Bank Sampah Mandiri ditengarai adanya hasutan dari pihak-pihak yang tidak senang adanya Bank Sampah Mandiri di wilayah tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan dalam wawancara Bapak Moh Nurhidayat selaku Direktur Bank Sampah Mandiri dan merupakan inisiator dari program Bank Sampah Mandiri sebagai berikut:

“Pada awal proses pendirian Bank Sampah Mandiri memang ada penolakan dari warga baik disampaikan secara langsung ke Saya sebagai penggagas dan inisiator program ini mereka menolak karena alasan khawatir nanti lingkungan perumahan malah jadi kotor dan langsung saya beri penjelasan bagaimana sistem pengelolaan sampah di Bank Sampah Mandiri. Akan tetapi ada juga warga masyarakat yang menolak pendirian Bank Sampah melalui pesan singkat sms ke HP saya beberapa kali dan tidak bertemu langsung, isi pesan yang disampaikan intinya masak sudah PNS masih mau ngurusin sampah, kasihan pemulung lahan pekerjaannya diambil”. (Wawancara, Bapak Moh Nurhidayat, Direktur Bank Sampah Mandiri di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 25 Januari 2017).

Meskipun pesan itu tidak disampaikan secara langsung tetapi melalui media Hand Phone (HP) disini mengindikasikan bahwa terdapat penolakan terkait pendirian Bank Sampah Mandiri. Hal yang sama juga pernah dialami oleh Bapak Saniat sebagai pengurus Bank Sampah Mandiri yang keseharian bertugas sebagai supir kendaraan operasional Bank Sampah Mandiri ketika berkeliling setiap hari minggu pagi dan penimbang sampah yang akan ditabung di Bank Sampah Mandiri, berikut wawancaranya:

“Awal-awal pendirian Bank Sampah Mandiri, Saya sering mendapatkan SMS tidak dikenal nomornya yang isinya kalau ya agak marah karena Bank Sampah Mandiri itu mengambil lahannya pemulung yang tiap pagi ambil sampah dan rongsokan barang bekas di perumahan ini”. (Wawancara, Bapak Saniat, Pengurus Bank Sampah Mandiri di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 1 Septemberi 2016).

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Muh Nur Muhammad, Bapak Edi dan Bapak Saniat yang merupakan warrga RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara dapat diketahui penyebab penolakan warga terhadap Bank Sampah Mandiri yang merupakan Program CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.

#### **4.9 Penolakan masyarakat yang akhirnya menerima program CSR Bank Sampah Mandiri**

Adanya pro dan kontra pada saat proses pendirian Bank Sampah Mandiri di RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara memang menjadi hal yang harus dihadapi PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant. Selain itu juga Kepala Desa Kelurahan Kebonmanis Bapak Sukoco sebagai aparat pemerintah desa juga merasakan hal yang sama, seperti yang disampaikan dalam wawancara berikut ini:

“Respon masyarakat saat itu pada awalnya tidak semua setuju ada Bank Sampah Mandiri, dan ini hambatan terbesar karena di Kebon Manis ini terdapat 11 RW dan yang 5 RW adalah kompleks perumahan yang notabene tidak punya pekarangan luas sehingga

sampahnya tidak bisa ditimbun seperti kalau kita punya pekarangan luas. Kompleks perumahan adalah penghasil terbanyak sampah rumahtangga, akan tetapi warga komplek perumahan sendiri malah belum sadar dengan pengelolaan sampah di wilayah mereka” (Wawancara, Bapak Sukoco, Kepala Desa Kebonmanis di Kantor Kelurahan Kebonmanis tanggal 1 September 2016).

Dalam proses komunikasi yang berjalan antara perusahaan dan masyarakat, lambat laun masyarakat yang menolak menjadi berubah menerima program CSR Bank Sampah Mandiri dan bersedia menjadi nasabahnya. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu Susi Sumanti dalam wawancara sebagai berikut:

“Memang dulu ada beberapa warga yang menolak pendirian Bank Sampah Mandiri akan tetapi lambat laun dengan pendekatan secara persuasif, saya bisa mendekati mereka saya beritahu manfaat adanya Bank Sampah Mandiri, memang butuh waktu dan pada akhirnya mereka menerima dan mau menjadi nasabah Bank Sampah Mandiri”. (Wawancara, Ibu Susi Sumanti, Staf ComRel di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 26 Januari 2017).

PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant melihat masyarakat dalam mensikapi program CSR Bank Sampah Mandiri bahwa ada yang mendukung dan menolak adalah sebuah dinamika yang wajar. Akan tetapi disini tinggal bagaimana cara mensikapi dan mencari jalan keluar terkait apa yang menyebabkan penolakan dari warga masyarakat. Dengan demikian diperlukan strategi pola komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat agar pesan manfaat Bank Sampah Mandiri bisa dipahami oleh masyarakat penerima manfaat program CSR Bank Sampah Mandiri.

#### **4.10 Komunikasi antar Perusahaan dan Masyarakat Pada Program CSR Bank Sampah Mandiri**

Dalam menyampaikan program CSR Bank Sampah Mandiri kepada masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara yang menjadi sasaran program CSR Bank Sampah Mandiri. PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant melakukan langkah-langkah yang sebagai berikut:

- a. Komunikasi dialogis “rembugan” yang kontekstual



Berkomunikasi dialogis “rembugan” secara kontekstual disini adalah berkomunikasi dengan cara berdialog “berembug” dengan menyesuaikan konteks masyarakat setempat. Perusahaan sebagai komunikator ketika berkomunikasi dengan masyarakat dengan cara berdialog (secara tatap muka) dan menyesuaikan karakter dan kebiasaan masyarakat setempat (*local habit*).

Masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara adalah masyarakat dengan budaya jawa Banyumasan yang kental. Budaya Banyumasan dikenal dengan budaya *bloko suto*, atau terbuka apa adanya. Dalam hal ini untuk menyampaikan program CSR Bank Sampah Mandiri, PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dengan menyesuaikan karakter masyarakat setempat. Hal ini disampaikan oleh Ibu Susi Sumanti dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Sebelum program Bank Sampah Mandiri dimulai Kami melakukan istilah orang jawa “kulo nuwun” permisi dengan cara berkunjung ke tokoh masyarakat setempat seperti Pak Lurah, Pak RT, Pak RW dengan pendekatan langsung kepada masyarakat dengan cara masyarakat “diuwongke”, masyarakat dihargai, diajak berembug “rembugan”, diajak bicara apa yang menjadi kebutuhan dan permasalahan warga” (Wawancara, Ibu Susi Sumanti, Staf ComRel di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 26 Januari 2017).

Hal senada juga disampaikan Bapak Nur selaku inisiator program yang saat ini menjadi Direktur Bank Sampah Mandiri dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut:

“Untuk mengajak masyarakat memang saya mendekati mereka dengan cara sikap terbuka seperti karakter orang cilacap itu terbuka “opo anane” dengan saya mau mendengarkan masalah mereka, berempati dan menghargai mereka kalau dalam bahasa jawa “nguwongke” dan ketika mereka sudah dekat dan percaya dengan saya, saya akan mudah mengajak mereka termasuk mengajak mereka untuk berkegiatan di Bank Sampah Mandiri (Wawancara, Bapak Moh Nurhidayat, Direktur Bank Sampah Mandiri di Kantor Bank Sampah Mandiri tanggal 25 Januari 2017).

Selain itu dalam penyampaian dan pelaksanaan Program CSR Bank Sampah Mandiri perusahaan juga menyesuaikan dengan kebiasaan

masyarakat setempat (*local habit*). Kebiasaan masyarakat setempat adalah menyampaikan informasi yang berhubungan dengan warga masyarakat melalui pertemuan kelompok-kelompok sosial kemasyarakatan seperti pertemuan RT, RW, PKK dll. Melalui forum pertemuan kelompok masyarakat dilakukan dengan cara berdialog secara tatap muka (langsung) dengan masyarakat. Dengan demikian komunikasi yang dibangun oleh perusahaan tidak bersifat satu arah melainkan dua arah. Komunikasi secara tatap muka dengan metode dialog memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Adapun isi dialog berupa tanya jawab terkait apa dan bagaimana pengelolaan sampah serta manfaat adanya Bank Sampah Mandiri. Hal tersebut terungkap dari hasil wawancara dengan Bapak Kusdhiarto dari PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant yang menyatakan bahwa :

“Dalam setiap pertemuan dengan warga masyarakat kami selalu membuka forum dialog tanya jawab supaya kami juga dapat mengetahui apa yang belum dipahami oleh masyarakat dan memang beberapa anggota masyarakat mayoritas menanyakan tentang bagaimana sistem pengelolaan sampah di Bank Sampah Mandiri” (Wawancara, Bapak Darwis Staf ComRel, di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 7 Juli 2017).

Adapun forum-forum pertemuan kelompok sosial kemasyarakatan yang digunakan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant adalah sebagai berikut:

1. Pertemuan Rukun Warga (RW) X
2. Pertemuan Rukun Tetangga (RT)
3. Pertemuan dan arisan PKK RT
4. Kegiatan POSDAYA
5. Kegiatan Posyandu
6. Pertemuan Dasa Wisma

Komunikasi dialogis kontekstual juga berarti ketika perusahaan mengajak masyarakat untuk berkegiatan di Bank Sampah Mandiri pihak perusahaan menyesuaikan dengan kebiasaan masyarakat setempat yang mayoritas adalah ibu rumah tangga. Para ibu rumah tangga dengan

aktivitas mengurus rumah tangga memiliki kebiasaan rutin setiap hari dari pagi jam 05.00 sd jam 09.00 WIB pagi memasak, mencuci, membereskan rumah dan mengantar anak sekolah, sehingga kegiatan Bank Sampah Mandiri baru dapat dilakukan pada waktu ketika para ibu rumah tangga menyelesaikan pekerjaan domestiknya yakni diatas jam 09.00 hingga jam 12.00 WIB setiap harinya. Pada jam 12.00 WIB mereka harus pulang ke rumah untuk menjemput anak sekolah menyiapkan makan siang untuk anak dan suami mereka dan menyetlika hingga sore hari.

Dengan demikian komunikasi dialogis kontekstual yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat dengan cara berkomunikasi secara tatap muka, secara dua arah dengan menyesuaikan konteks masyarakat setempat yaitu karakter masyarakat Cilacap yang terbuka dan selalu senang “diuwongke”, menggunakan forum pertemuan kelompok sosial kemasyarakatan serta menyesuaikan jadwal kegiatan rutin (*local habit*) masyarakat setempat sehari-hari.

b. Melibatkan inisiator program dari masyarakat sebagai komunikator (*communicator*) dan penghubung (*chanelling*)

PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat terkait program CSR Bank Sampah Mandiri melibatkan secara penuh tokoh inisiator program sebagai *communicator* / komunikator (penyampai / sumber informasi) dan *channeling* / penghubung (penghubung antar komunikator dan komunikannya). Pelibatan inisiator program yang berasal dari masyarakat sekitar mempermudah perusahaan dalam menyampaikan program CSR Bank Sampah Mandiri secara langsung kepada masyarakat sekaligus sebagai penghubung antar perusahaan dan masyarakat. Dalam hal ini setiap melakukan sosialisasi kepada masyarakat perusahaan selalu melibatkan Bapak Moh Nurhidayat sebagai inisiator program Bank Sampah di Kelurahan Kebonmanis. Pelibatan Bapak Moh Nurhidayat sebagai komunikator dan penghubung yang menyampaikan langsung kepada masyarakat. Hal

ini efektif dikarenakan beliau dinilai dekat, memiliki kepedulian dengan masyarakat, sifatnya ramah, terbuka dan sering membantu kesulitan warga misalnya kesulitan ekonomi sehingga ketika menjadi inisiator berdirinya Bank Sampah Mandiri banyak masyarakat yang mendukungnya.

Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Kusdiarto yang merupakan penanggungjawab dalam program CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Kami bersyukur bertemu dengan Pak Nur yang merupakan inisiator program Bank Sampah Mandiri, beliau sangat concern terhadap masalah sampah dan mau menggerakkan masyarakat sehingga program Bank Sampah Mandiri bisa tetap sustain sampai sekarang” (Wawancara, di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 2 September 2016).

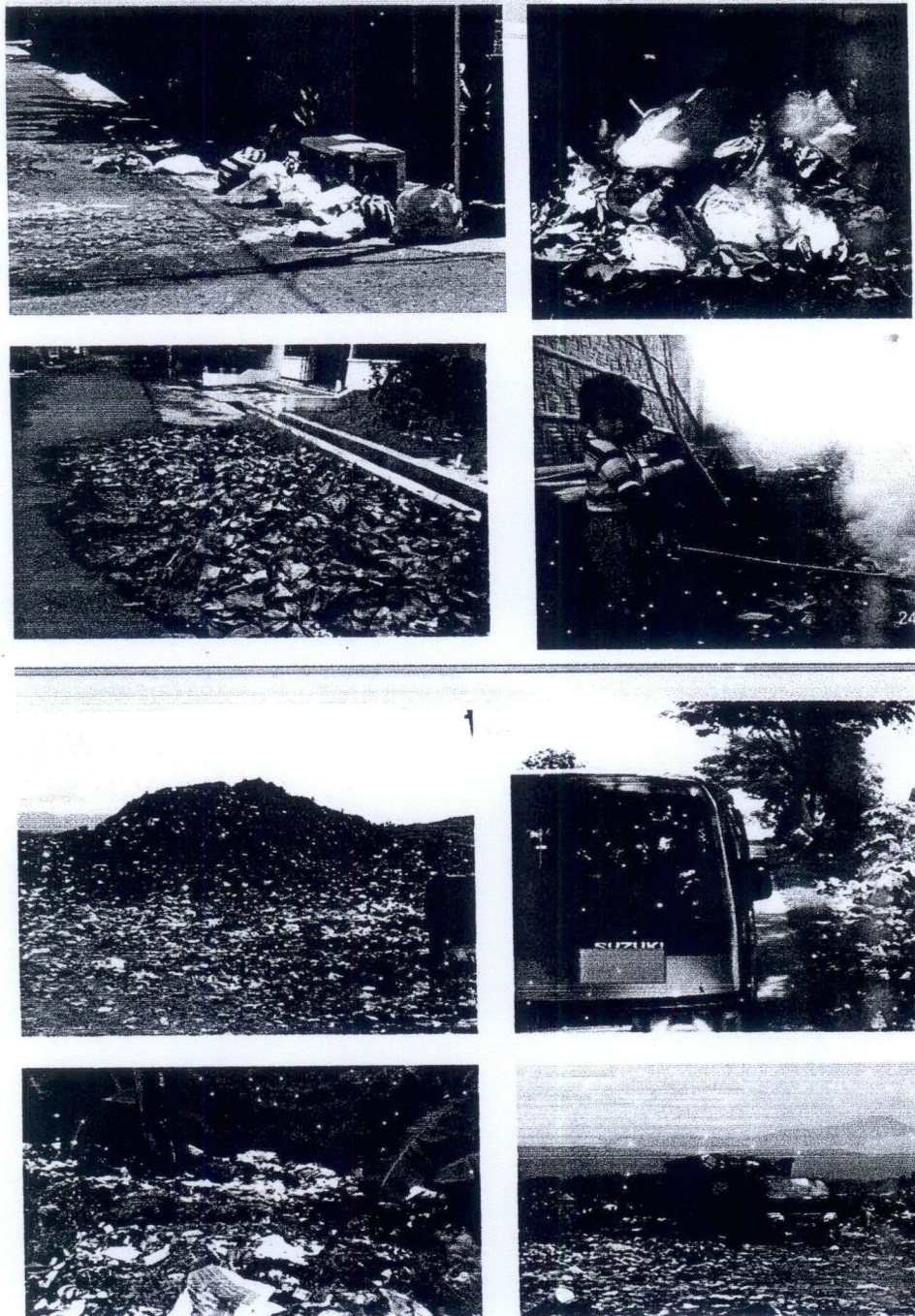
Hal senada juga disampaikan Ibu Susi Sumanti bahwa dengan melibatkan tokoh inisiator program Bank Sampah Mandiri, perusahaan lebih mudah merencanakan, melaksanakan mengkomunikasikan dan mengevaluasi program CSR kepada masyarakat.

“Kami melibatkan Pak Nur secara penuh sebagai inisiator program Bank Sampah Mandiri dan selalu berhubungan secara personal sejak mulai perencanaan, pelaksanaan, pengkomunikasian dan evaluasi program, dan Pak Nur selalu bersama-sama kami ketika melakukan sosialisasi ke masyarakat, beliau punya peran luar biasa dalam menggerakkan masyarakat untuk aktif dalam program Bank Sampah Mandiri” . (Wawancara, Ibu Susi Sumanti, Staf ComRel di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 26 Januari 2017).

Dalam hal ini Bapak Moh Nurhidayat sebagai inisiator program dilibatkan secara langsung oleh perusahaan dan ketika menyampaikan program CSR Bank Sampah Mandiri Bapak Nur sebagai warga masyarakat bersama perusahaan ikut menjadi komunikator sekaligus sebagai penghubung antar PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dengan masyarakat di RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara.

c. Menggunakan media audio visual

Dalam penyampaian program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant menggunakan metode-metode komunikasi yang dilakukan untuk menyebarkan pesan pemberdayaan masyarakat dalam hal ini tentang pengelolaan sampah rumahtangga melalui Bank Sampah Mandiri. Adapun media yang digunakan dalam penyampaian pesan dilakukan melalui media audio visual seperti: brosur yang dibagikan pada saat pertemuan-pertemuan warga dan penyampaian presentasi dan Film pendek tentang Bank Sampah dengan menggunakan LCD. Untuk materinya adalah visualisasi diwujudkan dalam foto-foto tentang kondisi sampah di perumahan, kondisi sampah di TPS Kabupaten Cilacap yang menumpuk karena volume sampah yang tidak seimbang sehingga menjadi masalah serius di Kabupaten Cilacap. Selain itu materi tentang sistem pengelolaan Bank Sampah dan manfaat Bank Sampah Mandiri. Berikut materi dalam presentasi dan brosur yang disampaikan kepada masyarakat Kebonmanis Cilacap.



Gambar 4.13 Materi presentasi : masalah sampah disekitar kita

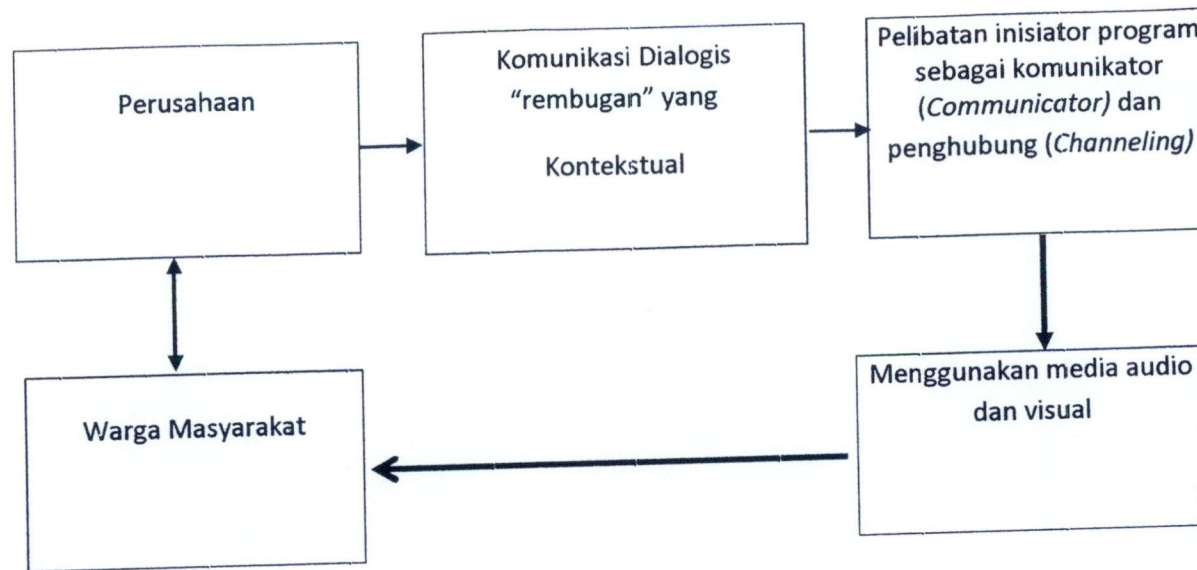


Gambar 4.14 Brosur: Profil Bank Sampah Mandiri

Komunikasi langsung antar perusahaan dan masyarakat melalui forum pertemuan kelompok masyarakat dilakukan secara rutin dengan menggunakan media / alat komunikasi sebagai penunjang. Hal tersebut seperti diungkapkan dalam wawancara dengan Ibu Susi Sumanti sebagai berikut :

“Kami melakukan sosialisasi tentang Program CSR Bank Sampah Mandiri secara rutin melalui presentasi dan penyebaran brosur tentang apa itu Bank Sampah Mandiri, bagaimana sistem pengelolaan sampahnya dan manfaat Bank Sampah Mandiri melalui pertemuan warga seperti rapat RT/RW, PKK Dasawisma, selain itu juga kami sering berkomunikasi secara personal terutama dengan Pak Nur dan ibu-ibu pengurus BSM lainnya sekarang ada WA grup untuk meningkatkan kedekatan dengan teman-teman BSM dan memudahkan kordinasi terkait dengan Bank Sampah Mandiri” (Wawancara, Ibu Susi Sumanti, Staf ComRel di Kantor PT Holcim Tbk Cilacap Plant tanggal 26 Januari 2017).

Berikut Bagan Gambar 4.15 Pola Komunikasi Dialogis Perusahaan Dan Masyarakat Pada Program Pemberdayaan Masyarakat CSR Bank Sampah Mandiri dijelaskan dalam Gambar di bawah ini :



Gambar 4.15 Pola Komunikasi Dialogis Antar Perusahaan Dan Masyarakat Penerima Manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri



Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa pola komunikasi yang dilakukan PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant kepada masyarakat Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara sebagai penerima manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri dilakukan secara dialogis (komunikasi langsung bersifat dua arah) kontekstual. Pola komunikasi dialogis kontekstual adalah pola komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat dengan cara berkomunikasi secara tatap muka, secara dua arah dengan menyesuaikan konteks masyarakat setempat yaitu karakter masyarakat Cilacap yang terbuka dan selalu senang “diuwongke”, menggunakan forum pertemuan kelompok sosial kemasyarakatan serta menyesuaikan jadwal kegiatan rutin (*local habit*) masyarakat setempat sehari-hari. Selain itu komunikasi dialogis ini dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat yang menjadi inisiator Program Bank Sampah Mandiri sebagai komunikator (*communicator*) PT Holcim Mandiri Indonesia Tbk Cilacap Plant yang menyampaikan langsung kepada masyarakat. Selain itu masyarakat setempat yang menjadi inisiator Program Bank Sampah juga berfungsi sebagai penghubung (*chanelling*) antar perusahaan dengan masyarakat setempat. Komunikasi dialogis antar PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant juga menggunakan media audio dan visual untuk mendukung komunikator dalam menyampaikan pesan pemberdayaan masyarakat Program CSR Bank Sampah Mandiri.

Pada konteks masyarakat Kelurahan Kebonmanis Kabupaten Cilacap komunikasi dialogis yang dimaksud adalah komunikasi dialogis yang dimaknai sebagai “rembugan / berrembug”. Komunikasi dialogis “rembugan” antar perusahaan dan masyarakat dilakukan pada forum pertemuan kelompok sosial masyarakat seperti pertemuan Rukun Warga (RW) X, pertemuan Rukun Tetangga (RT), pertemuan dan arisan PKK RT, kegiatan POSDAYA (Pos Pemberdayaan Keluarga) Ketapang Damai, kegiatan Posyandu, pertemuan Dasa Wisma dan pertemuan formal yang ada di Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara. Selain itu juga komunikasi dialogis “rembugan” juga dilakukan di dalam keluarga antar suami, istri dan anak membahas bagaimana sampah rumah tangga dikelola diawali dengan dikumpulkan, dipilih, dipilah dan akhirnya ditabung di Bank Sampah Mandiri. Hasil berrembug dalam keluarga antar suami, istri dan anak

menghasilkan keputusan untuk mengelola sampah rumah tangga dikarenakan tujuannya juga untuk kesejahteraan dan kebahagiaan keluarga. Mereka yang terlibat dalam komunikasi dialogis atau “rembugan” berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara (komunikator) dan pendengar (komunikan) secara bergantian. Di dalam “rembugan” ini biasanya dihadiri oleh beberapa orang yang tergabung dalam forum sosial kemasyarakatan. Masing-masing peserta akan memperoleh hak yang sama untuk berbicara mengeluarkan pendapatnya.

Pelibatan Bapak Moh Nur Hidayat yang merupakan inisiator Program Sampah Mandiri yang berasal dari warga masyarakat Kelurahan Kebonmanis sebagai komunikator (*communicator*) dan penghubung (*chanelling*) efektif dalam penyampaian Program CSR Bank Sampah Mandiri. Dalam hal ini adanya faktor kedekatan (*proximity*) dan kesamaan (*enclosure*) komunikator sangat penting dalam berinteraksi terkait dengan Program CSR Bank Sampah Mandiri yang disampaikan oleh PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant. Pelibatan masyarakat setempat yaitu Bapak Moh Nur Hidayat yang berdomisili sama, berasal dari Kabupaten Cilacap (wong Cilacap) sebagai komunikator dan penghubung mempermudah masyarakat dalam menerima pesan pemberdayaan terkait Bank Sampah Mandiri. Adanya kesamaan (*proximity*) dan kedekatan (*enclosure*) inilah yang memungkinkan komunikator memahami kondisi masyarakat setempat, baik kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan politik. Dengan demikian komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikannya dapat dengan mudah menyesuaikan karakter dan kebiasaan masyarakat setempat (*local habit*). Terminologi kesamaan (*proximity*) dan kedekatan (*enclosure*) dalam komunikasi ini lebih sering digunakan dalam proses persepsi terhadap orang lain dan diri sendiri (Devito, 2000). Proses memahami orang lain dipengaruhi oleh persepsi positif yang akan mengarahkan pada penerimaan terhadap orang lain. Dalam konteks inilah prinsip kesamaan (*proximity*) dan kedekatan (*enclosure*) dapat digunakan terkait dengan pelibatan masyarakat setempat sebagai komunikator Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant.

Selain itu penggunaan media audio visual dalam penyampaian program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk seperti: brosur yang dibagikan

pada saat pertemuan-pertemuan warga dan penyampaian presentasi dengan visualisasi foto, Film pendek tentang Bank Sampah, presentasi dengan LCD efektif dalam memberikan pengetahuan, pemahaman, kesadaran dan mempersuasi masyarakat untuk terlibat dalam Program CSR Bank Sampah Mandiri. Hal ini seperti teori yang disampaikan oleh Beal dan Bohlen dalam Cruz (1992) yang menyebutkan bahwa media sangat efektif dalam menanamkan kesadaran, pengetahuan dan menimbulkan ketertarikan pada proses adopsi dan sebagai sumber informasi. Hal lain juga disampaikan Ascroft dan Malilea dalam Melkote and Steeves (2006) yang menyebutkan bahwa tujuan penggunaan media audio visual dalam komunikasi dapat menciptakan iklim saling pengertian antara orang-orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan kelompok. Pada kenyataannya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan saluran komunikasi dalam sebuah kelompok dalam hal ini kelompok Bank Sampah Mandiri.

## **BAB V**

### **HAMBATAN YANG DITEMUKAN**

Dalam penelitian ini peneliti tidak menemukan hambatan yang berarti hanya karena jarak yang jauh dari peneliti menuju lokasi penelitian terkadang peneliti harus mempersiapkan waktu dan tenaga ekstra pada saat menuju ke lapangan. Akan tetapi penerimaan dari PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant, Pengurus dan Anggota Bank Sampah Mandiri serta seluruh masyarakat RW X Kelurahan Kebonmanis Cilacap Utara yang sangat baik membuat peneliti bersemangat untuk menyelesaikan penelitian ini.

## **BAB VI**

### **RENCANA DAN JADWAL KERJA SELANJUTNYA**

#### **6.1 Kegiatan Penelitian Yang Akan Dilaksanakan**

Adapun rangkaian kegiatan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan seminar hasil penelitian secara internal yang dilakukan di Ruang Sidang Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Public Relations terkait dengan temuan penelitian kami agar memberikan tambahan wawasan pengetahuan dalam kajian penelitian Public Relation khususnya tentang Komunikasi dan Corporate Social Responsibility (CSR).
- b. Pembuatan film pendek dokumenter sebagai media penyampaian pesan edukasi tentang pentingnya Bank Sampah Mandiri sebagai solusi pengelolaan sampah rumah tangga di Kabupaten Cilacap. Hal ini penting dilakukan dikarenakan masih banyaknya ditemukan warga masyarakat di wilayah RW X Kelurahan Kebonmanis yang menjadi masyarakat penerima manfaat Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant belum tergabung menjadi nasabah Bank Sampah Mandiri dikarenakan malas memilah dan memilih sampah rumah tangga dan “gengsi” berurusan dengan sampah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Ahmadi, 2008. Psikologi Belajar Edisi Revisi, Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Carrol, A.B. (1979). A Three Dimensional Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review* Vol. 4 nr 4. Pp 497-505
- Cresswell, J.W. 2012. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif and Mixed*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Crus, Frederico A. 1992. *Adoption and Diffusion of Agricultural Innovation*. in Jaime B. Valera, Vicente A. Martinez, and Ramiro F. Plopino (eds) In *An Introduction to Extension Delivery Systems* Manila: Island Publishing House Inc. pp 97-127
- Daft, Richard. (2006). *Manajemen (terjemahan)* Jakarta: Salemba Empat.
- Devito, Joseph A. 2000. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Profesional Books.
- Devito, Joseph A. 1997. *Intercultural Communication: Basic Lecture*. Fifth Edition, Jakarta: Profesional Books
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone: Oxford.
- Griffin, EM. 2009. *A First Look at Communication Theory Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Hadi, Noor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Irving, Zeitlin. *Memahami Kembali Sosiologi*, Yogyakarta: Gajahmada Press
- Jurisova, Vladimira dan Durkova, Katrina, CSR Communication and Its impact on Corporate Image, 2012. *Review of Applied Socio-Economic Resaerach*, Volume 4, Issue 2, p.p. 123-133.
- Kotler, P dan N. Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Kuswarno, Engkus, 2008. *Metode Penelitian Komunikasi : Etnografi Komunikasi*, Bandung: Widya Padjadjaran.

**Sumber Lain:**

Dokumen Program CSR Bank Sampah Mandiri (BSM) PT Holcim Indonesia Tbk.  
Cilacap Plant, 2014

PP No. 81 tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah PP Menteri Dalam Negeri No.  
67 tahun 2011 tentang Kebijakan Pemerintah Responsif Gender

Undang Undang No. 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah

Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

**LAPORAN PENGGUNAAN DANA**  
**PENELITIAN DISERTASI DOKTOR TAHUN ANGGARAN 2017**  
**TAHAP I**

Nilai Kontrak	: Rp. 54.750.000,-
Dana yang diterima Tahap I (70%)	: Rp. 38.325.000,-
Penggunaan (saat ini)	: Rp. 38.307.000,-
Sisa	: Rp. 18.000,-

Dengan rincian sebagai berikut.:

**I. Honor / Gaji Upah (Rp)**

No	Nama	Jabatan	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Adhianty Nurjanah	Ketua	500.000	9	4.500.000
2	Azhar I.	Asisten Lapangan	200.000	6	1.200.000
<b>Jumlah</b>					<b>5.700.000</b>

**II. Bahan / Habis Pakai (Rp)**

No	Jenis Penggunaan	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Map Plastik untuk FGD	3.500	25	87.500
2	Pulpen untuk FGD	3.500	25	87.500
3	Block Note untuk FGD	5.500	25	137.500
4	Amplop untuk FGD	5.500	1 box	5.500
5	Buku kwitansi	2.000	1	2.000
6	HVS	30.000	8	240.000
7	Pulsa Simpati (Ketua)	101.000	5	505.000
8	Pulsa Mentari (Asisten Lap)	51.000	2	102.000
9	Pulsa Paket Data 4GB	101.000	2	202.000
<b>Jumlah</b>				<b>1.369.000</b>



### III. Alat Penunjang Penelitian (Rp)

No	Jenis Penggunaan	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Modem Huawei 4GB	550.000	1	550.000
2	DVD Mouse Logitech	165.000	1	165.000
3	FD Toshiba 32 GB	130.000	2	260.000
4	DP 27 Data Print B	35.000	1	35.000
5	DP 28 Dat Print C	35.000	1	35.000
6	Catridge HP	225.000	1	225.000
7	CD Write GT Pro	50.000	1 box	50.000
8	Printer HP Desk Jet	600.000	1	600.000
Jumlah				1.920.000

### IV. Foto Copy dan Jilid dll (Rp)

No	Jenis Penggunaan	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Foto Copy Bahan FGD I	15.000	1	15.000
2	Foto Copy dokumen dll	344.000	1	344.000
3	Foto Copy Bahan FGD II	9.000	1	9.000
4	Foto Copy Laporan & Jilid	90.000	1	90.000
Jumlah				458.000

### V. Perjalanan Dinas ke Lapangan

No	Jenis Kegiatan	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Sewa mobil ke Lapangan I (2hari)	650.000	2 hari	1.300.000
2	Akomodasi di Lapangan I (2hari untuk 2 orang)	600.000	2 orang	1.200.000
3	Sewa mobil ke Lapangan II (2 hari)	650.000	2 hari	1.300.000
4	Akomodasi di Lapangan II (2 hari untuk 2 orang)	600.000	2 orang	1.200.000
5	Sewa mobil ke Lapangan III (2 hari)	650.000	2 hari	1.300.000
6	Akomodasi di Lapangan III (2 hari untuk 1 orang)	500.000	1 hari	500.000
Jumlah				6.950.000

### VI. Rapat Kordinasi Tim Peneliti

No	JenisKegiatan	Komponen	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Rapat Konsolidasi Tim I	Makan & Snak	247.600	1	247.600
2	Rapat Konsolidasi Tim II	Makan & Snak	195.600	1	195.600
3	Rapat Konsolidasi Tim III	Makan & Snak	151.800	1	151.800
Jumlah					595.000

### VII. FGD (Focus Group Discussion)

No	JenisKegiatan	Komponen	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Biaya makan FGD I	Makan	20.000	25	500.000
2	Biaya snack FGD I	Snack	7.000	25	175.000
3	Pengganti transport peserta FGD I		75.000	17	1.275.000
4	Biaya makan FGD II	Makan	20.000	15	300.000
5	Biaya snack FGD II	Snack	7.000	15	105.000
6	Pengganti transportasi peserta FGD II		75.000	9	675.000
Jumlah					3.030.000

### VIII. Publikasi (Jurnal dan Conference)

No	JenisKegiatan	Komponen	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Translate artikel Jurnal	5 artikel	1.000.000	1	5.000.000
2	Publikasi Jurnal Global Media Journal (Scopus) (75 USD)	1 artikel	11.000.000	1	11.000.000
3	International Conference di Solo (SMICOS)	Pendaftaran	2.000.000	1	2.000.000
4	Transport ke Solo		300.000	1	300.000
5	International Conference di Ponorogo (APIK PTM)	Pendaftaran	1.100.000	1	1.100.000
6	Transport ke Ponorogo		300.000	1	300.000
7	Transport ke Semarang (Workshop & Klinik Dari DIKTI)		500.000	1	500.000
Jumlah					18.000.000

IX. Pajak (Rp)

No	Nama	Jabatan	Harga satuan	Volume	Biaya
1	Adhianty Nurjanah	Ketua	4.500.000	5%	225.000
2	Azhar L	Asisten	1.200.000	5%	60.000
Jumlah					285.000

Yogyakarta, 11 September 2017

Mengetahui,  
Kepala LP3M UMY

Ketua Peneliti



Dr. Gatot Supangkat  
NIK 196110231991031003

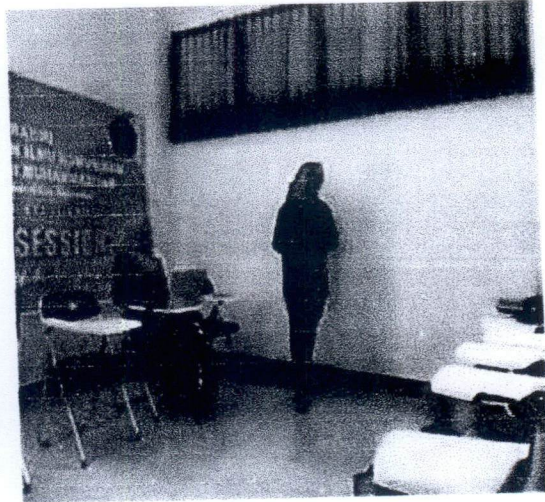
Adhianty Nurjanah S.Sos, M.Si  
NIK 19781204201210163125

**Output hibah penelitian disertasi doktor berupa :**

- 1 buah artikel dalam Jurnal International terindeks Scopus yang sudah dipublikasikan pada Journal International Global Media Journal (Scopus) ISSN: 1550-7521 Vol 15 N0 28:73 2017
- 2 buah artikel dalam Prosiding International Conference yaitu :
  - (1) Prosiding the 4th International Conference On Business and Social Scinces (SMICOS) dan
  - (2). Prosiding International Conferrence and Call Paper SILAT APIK PTM 2017



**Dokumentasi peneliti pada saat mengikuti International Conference dan workshop dan klinik DIKTI 2017**



## CURRICULUM VITAE

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Adhianty Nurjanah, S.Sos M.Si
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	197881204201210163125
5	NIDN	0604127801
6	Tempat, Tanggal Lahir	Aceh, 4 Desember 1978
7	E-mail	adhianty.nurjanah@yahoo.co.id, adhianty@umy.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	081329648069
9	Alamat Kantor	UMY Jl. Lingkar Selatan Tamantirto Bantul Yogyakarta
10	Nomor Telepon/Faks	0274-387656 / 0274-387646
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 500 orang
12	Nomor Telepon/Faks	0274-387656 / 0274-387646
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Dasar-Dasar Public Relations 2. Komunikasi Organisasi 3. Komunikasi Bisnis 4. Corporate Social Responsibility (CSR)

**E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Dialogic Communication Pattern Between Company-Community In Achieving Community Empowerment In Indonesia: A Case Study of Waste Problem	Journal Scopus: Global Media Journal ISSN: 1550-7521	Vol 15 NO 28:73 2017
2	Building and Empowering Community Through CSR Program In Indonesia: A Case Study of Waste Problem	Journal Scopus : International Journal Of Ecology & Development	Volume 31, Issue Number 4. 2016
3	Developing Community Empowerment Through Corporate Social Responsibility (Csr) Program In Indonesia	International Journal of Business and Commerce	Vol. 5, No.07: [116-126], 2016
4	Humas Pemerintah & Digital PR	Jurnal Ilmu Komunikasi UNSOED Acta Diurna	Vol 12 No. 1 / 2016
5	Pemanfaatan Digital Public Relations (PR) Dalam Sosialisasi Tagline "Jogja Istimewa" Humas Pemerintah Kota Yogyakarta	Jurnal ARISTO Universitas Muhammadiyah Ponorogo	Vol 4, No 1( 2016)
6	Kritik Budaya Amplop Pada Media Relations Institusi Pendidikan Di Yogyakarta)	Jurnal UNTAR	Vol 7, No 1 (2015)
7	Wartawan Dan Budaya Amplop (Budaya Amplop	Jurnal INFORMASI Kajian Ilmu	Volume 45. Nomor

## B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	UNS	UNS	UNS
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi	Ilmu Penyuluhan Pembangunan
Tahun Masuk-Lulus	1997-2001	2006-2008	2014-Sekarang
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Liputan Pers Tentang Sidang Tahunan MPR 2000 (Studi Content Analysis Perbandingan Kecenderungan Liputan SKH Kompas Dengan Republika Periode 1-31 Agustus 2000)	Analisis Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja (Studi Perbedaan Perilaku Konsumen Pada Hypermart Solo Grand Mall Surakarta)	Sinergisitas Peran Gender Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Mursito, M.Si	Prof. Sasa Djuarsa, Ph.D	Prof Dr Ravik Karsidi M.S

## C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2017	Pola Komunikasi Perusahaan-Masyarakat Dalam Program CSR Bank Sampah Mandiri PT Holcim Indonesia Tbk	DIKTI	59.750.000



		Cilacap Plant		
2	2016	Implementasi Digital Public Relations (PR) Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Tagline "Jogya Istimewa"	UMY	15.000.000
3	2015	MODEL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PROGRAM CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)	UMY	2.000.000
4	2014-2015	PR & Media Relations ( Kajian Kritis Budaya Amplop dalam Media Relations Institusi Pendidikan Tinggi di Yogyakarta)	DIKTI	100.000.000
5	2014	Komunikasi CSR PR PT Sari Husada Dalam Mengkomunikasikan Program CSR Kepada Internal & Eksternal Stakeholders	UMY	6.000.000
6	2014	Implementasi Etika Profesi PR Dalam Media Relations	UMY	17.000.000
7	2013	Implementasi Program CSR Rumah Srikandi Badran Yogyakarta Sebagai Program Community Development PT Sari Husada Yogyakarta	UMY	3.000.000
8	2012	Analisis Media & Berita Bom Solo 2010 Pada SKH SoloPos	UMY	3.000.000
9	2012	Self and Others: Tubuh Perempuan dalam Sinetron "Islam" Sampeyan Muslim?	Mandiri	500.000
10	2011	Ramadhantainment di Televisi	UMY	10.000.000

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DIKTI maupun dari sumber lainnya.

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2014	Media Promosi Asi Eksklusif Desa Ngampilan Yogyakarta	LP3M UMY	10.000.000
2	2014	KKN Tematik : Pengembangan Desa Wisata Sidokarto Kecamatan Godean Kabupaten Sleman Yogyakarta	LP3M UMY	10.000.000
3	2014	Media literasi: Internet Sehat bagi remaja di Karangtaruna Desa Ngawen Sidokarto Sleman 2014	Mandiri	1.000.000
4	2013	IbM Kelompok Tani Produsen Beras Organik Desa Karanglo Klaten	Dikti	40.000.000
5	2012	Pelatihan ECS bagi karyawan RS PKU Delanggu Klaten	RS PKU Delanggu Klaten	50.000.000
6	2012	Pelatihan AMT bagi karyawan PKPU Yogyakarta	PKPU Yogyakarta	25.000.000
7	2012	Media Literasi: TV & Anak Pada Wali Murid PAUD Rumahku Tumbuh Sleman Yogyakarta	Mandiri	500.000
8	2011	Pelatihan Public Speaking Bagi Mahasiswa SBRI Surakarta	Mandiri	500.000
9	2011	Penyuluhan & Media Literasi: Peran Guru TK Aisyiyah Menghadapi Pengaruh Negatif TV	LP3M UMY	1.500.000

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DIKTI maupun dari sumber lainnya

**LAMPIRAN BUKTI-BUKTI PENGELUARAN  
DALAM PENGGUNAAN KEUANGAN TAHAP I**

**I. Honor / Gaji Upah (Rp)**

# I. Gaji Upah / Honor

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : 1.500.000 (Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Honor Ketua Peneliti selama 3 bulan Januari-Maret @500.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 20 Jm 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Adhianty Nurjanah

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 600.000 (Enam Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Honor asisten peneliti selama 3 bulan Januari-Maret @ 200.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 20 Jm 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Azhar L

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : 1.500.000 (Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Honor Ketua Peneliti Selama 3 bulan April-Juni @500.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 1 April 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Adhianty Nurjanah

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 600.000 (Enam Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Honor Asisten peneliti selama 3 bulan April-Juni @200.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 1 April 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Azhar L

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 1.500.000 (Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Honor Ketua Peneliti selama 3 Bulan Juli-September @ 500.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 1 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima

  
Adhianty Nurjanah

## **II. Bahan / Habis Pakai (Rp)**



## II. Bahan Habis Pakai

### FOTO COPY ISIPOL

Jl. Lingkar barat taman tirta kasian Bantul

Bonkontan Tanggal: 20/08/2017

Lembar	Keterangan	Harga	Jumlah
	Foto copy		
	Foto copy A3		
	Jilid mika		
	Jilid biasa		
	Jilid sambung		
	Print copy		
25	M-p Plastik	3500	87.500
25	Papper	@ 3500	87.500
25	Blotir nak	@ 5500	137.500,-
1	Box a4p1a2	5.500	5.500,-
1	Buku fwtm	2000	2000

Total 320.000,-

NB: Harap periksa kembali aslinya...

## eNHa 2

Print, Fotocopy & Penjilidan

Jl. Ki Hajar Dewantara UNS No.37, Jebres  
Phone: 085 100 164 983 / 0271 6792046  
Email: enha2com@gmail.com

Menerima :  Fotocopy A4/F4/A3  
 Printcopy A4/F4/A3  
 Print A3 Warna  
 Print Foto  
 Laminating  
 Jilid Lem/SOFTCOVER/HARDCOVER  
 Burn CD / DVD  
 Translate

Tanggal: 29-8-2017

Nama: .....

Telp: .....

NO	LAYANAN	BANYAK	@ Rp	JUMLAH
1	8 Rm HTS Foto	8 Rm	30.000	}

Total 240.000,-

Operator .....

Uang Muka

Kekurangan

Kami Berkembang



**SINAR CELL**  
 Jl. Joko Tingkir (Sanggrahan) RT. 01 RW. XXI  
 Jawes, Gentan  
 Telp. 085 2257 63344

5 Jan 2017  
 Kpd Yth. ....

3182

No.	Banyak	Nama Barang	Harga Satuan	Jumlah
	1	Pulsa Simpati	201.000	
	1	Pulsa Mentari	51.000,-	
	1	Modem Paket data 4GB	101.000	
			TOTAL Rp. <u>353.000</u>	



**SINAR CELL**  
 Jl. Joko Tingkir (Sanggrahan) RT. 01 RW. XXI  
 Jawes, Gentan  
 Telp. 085 2257 63344

3183

27 April 2017  
 Kpd Yth. ....

No.	Banyak	Nama Barang	Harga Satuan	Jumlah
	1	Pulsa Simpati	201.000	
	1	Pulsa Mentari	51.000	
	1	Pulsa Modem data 4GB	101.000	
			TOTAL Rp. <u>353.000</u>	

Tanda Terima

Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar/dikembalikan



Perum. Candi Gebang Permai Blok AA No. 12 A Jogjakarta

Jogja,

10 Sept 2017

Banyak	Jenis Barang	Harga	Jumlah
1	Pulsa Simpati	101.000	
			TOTAL 101.000

tanda terima

Total

Komplain pulsa elektrik yang belum masuk dilayani setelah 1 x 24 jam  
 Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan tanpa perjanjian lebih dahulu !

### **III. Alat Penunjang Penelitian (Rp)**

# III. Alat Penunjang Penelitian

**actiVa** C.o.m.p.u.t.e.r **Dokter Laptop** Ahlinya Laptop  
**ACTIVA COMPUTER GROUP**

## PENJUALAN & SERVIS LAPTOP - KOMPUTER

Jl. Slamet Riyadi No. 478 Makamhahi - Soloraya  
 Telp. (0271) 740188, 085 101 962 020, 089 663464 969  
 e-mail : activacomputer@yahoo.com

Solo, 17 Januari 2017  
 Kepada Yth. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Telp. \_\_\_\_\_


NO. A 001896


BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Modem Huawei 4G.	550.000,-	550.000
1	DVD Mouse Logitech	165.000,-	165.000
1	FD Toshiba 32Gb	130.000	130.000

### PERHATIAN !!

1. Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar/dikembalikan kecuali ada perjanjian.
2. Tidak termasuk garansi bila : terbakar, kena air, segel rusak, salah pemakaian, bencana alam atau yang bukan karena sebab produksi pabrik.
3. Kami tidak bertanggung jawab atas program yang terinstall di dalamnya.

TOTAL Rp.	845.000
DP Rp.	
SISA Rp.	

Penerima,  
  
 ( \_\_\_\_\_ )

Hormat Kami,  
  
 ( \_\_\_\_\_ )

**NOTA**

**PENJUALAN & SERVIS LAPTOP - KOMPUTER**

Jl. Slamet Riyadi No. 478 Makamahai - Soloraya  
 Telp. (0271) 740188, 085 101 962 020, 089 663464 969  
 e-mail : activacomputer@yahoo.com

Solo, 17 Feb. 2017  
 Kepada Yth. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Telp. \_\_\_\_\_

**NO. A 001895**


BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Cartridge HP		225.000,-
1 Box	CD write @ Pro	ⓐ 2500,-	50.000,-
1	Printer HP Desk Jet		600.000
	Ink Adv 2135	ⓐ 600.000	

**PERHATIAN !!**

- Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar/dikembalikan kecuali ada perjanjian.
- Tidak termasuk garansi bila : terbakar, kena air, segel rusak, salah pemakaian, bencana alam atau yang bukan karena sebab produksi pabrik.
- Kami tidak bertanggung jawab atas program yang terinstall di dalamnya.

TOTAL Rp.	875.000,-
DP Rp.	
SISA Rp.	

Penerima,  
AKS.  
 ( \_\_\_\_\_ )

Hormat Kami,  
  
 ( \_\_\_\_\_ )

**NOTA**

## **IV. Foto Copy dan Jilid dll (Rp)**

# IV. Fotocopy dan Jilid dll

## FOTO COPY ISIPOL

Jl. Lingkar barat taman tirta kasian Bantul

Bonkantan Tanggal : 21/08/2017/2018

Lembar	Keterangan	Harga	Jumlah
1055	Foto copy	150.	}
	Foto copy A3		
	Jilid mika		
	Jilid biasa		
	Jilid sambung		
	Print copy		

Total : 15.000

NB : Harap periksa kembali aslinya...



Print, Fotocopy & Penjilidan

Jl. Ki Hajar Dewantara UNS No.37, Jebres  
Phone: 085 100 164 983 / 0271 6792046  
Email : enh2com@gmail.com

- Menerima :
- Fotocopy A4/F4/A3
  - Printcopy A4/F4/A3
  - Print A3 Warna
  - Print Foto
  - Laminating
  - Jilid Lem/SOFTCOVER/HARDCOVER
  - Burn CD / DVD
  - Translate

Tanggal : 13-08-2017  
 Nama :  
 Telp :

NO	LAYANAN	BANYAK	@ Rp	JUMLAH
1	print + lain <sup>nya</sup> dokumen			328.000.
2	jilid buku	4		16.000
				}



Operator

Total : 344.000,-  
 Uang Muka :  
 Kekurangan :

# FOTO COPY ISIPOL

Jl. Linakar barat taman tirta kesian Bantul

Bankontan Tanggal: 9/21/2017/2018

Lembar	Keterangan	Harga	Jumlah
60	Foto copy	150.	}
	Foto copy A3		
	Jilid mika		
	Jilid biasa		
	Jilid sambung		
	Print copy		
			9.000

Total 9.000

NB : Harap periksa kembali aslinya...

## HANAN FOTO COPY

FOTO COPY, JILID, PRINTING  
 Jl. RING ROAD SELATAN NO 22 (TIMUR STIKES A. YANI)  
 0852 9037 7789 / 0852 2556 2935  
 email : fc\_hanan@yahoo.com

Pemesan

Telp. HP

Tanggal Masuk

Tanggal Jadi

4 Sept 2017

NO	KETERANGAN	JUMLAH	HARGA	TOTAL
	Fotokopi & jilid Lap. Scan			75.000
				15.000
				90.000
			TOTAL	
			DP	
			KURANG	

Permitter Order

Penerima order

( )

( )

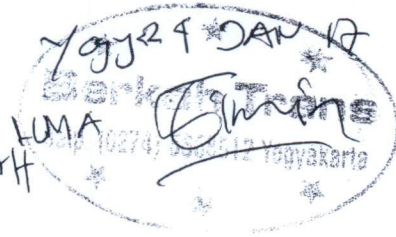


## **V. Perjalanan Dinas Ke Lapangan (Rp)**

## II. Perjalanan Dinas Kelengkapan

BU AMTY UMY  
Rp 1.350.000,-  
Sewa AVANZA ALL IN  
(SUPIR + BENKIN) 24-25 JAN 2017  
KECILACAP

SATU JUTA TIGA RATUS LIMA  
PULUH RIBU RUPIAH



### KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 1.200.000 (Satu Juta Dua Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Akomodasi (Menginap dan makan tgl 24-26 Jan 2017) untuk 2 Orang  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 22 Jan 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

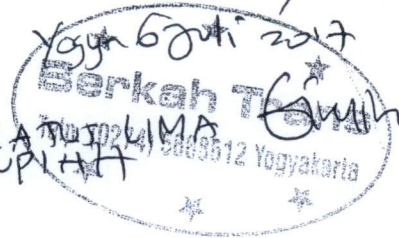
Adhianty Nurjanah

Yang menerima

Azhar L

IBU ANTY UMY  
1.350.000  
SEWA MOBIL AVANZA ALL  
IN (SUPIR + BENSIN) SELAMA 2x24  
JAM (6 JULI - 7 JULI 2017)  
KE CILACAP

SATU JUTA TIGA RATUS LIMA  
PULUH RIBU RUPIAH



## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 1.200.000 (Satu Juta Dua Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Akomodasi (Menginap dan makan tgl 6-8 Juli 2017) untuk 2 orang  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 6 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

Adhianty Nurjanah

Yang menerima

Azhar L

IBU AMTY UMY  
1.350.000,-  
SEWA MOBIL AVANZA ALL IN  
(SUPIR + BENJIN) SELAMA 2x24 JAM  
KE CILATAP (8-9 SEPT 2017)

SATU JUTA TIGA RATUS  
PULUH RIBU RUPIAH

Yaya, Sept 2017  
Berkas Trans  
Amis

### KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : 500.000,- (Lima Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Akomodasi di lapangan untuk 1 orang selama 2 hari (9-10 Sept 2017)  
Lunas dibayar : 3017  
Pada tanggal \_\_\_\_\_

Ketua Penelitian Hibah Dikti

Yang menerima

Adhianty Nurjanah

Adhianty Nurjanah

## **VI. Rapat Kordinasi Tim Peneliti (Rp)**



Tgl. 5 Juli 17  
 Tuan .....  
 Toko .....

NOTA NO .....

Banyaknya	Nama Barang	Harga	Jumlah uang
8	nasi wader	11.000	}

MAKAN PEDUL L'ELIE  
**"BU JABIAN"**  
 JL PGRI DEPAN JUJUR YK

TANDA TERIMA BARANG YANG SUDAH DIBELI TIDAK DAPAT DIKEMBALIKAN, KECUALI ADA PERJANJIAN JUMLAH Rp. 88000

# Violetta

Snack, Jajan Pasar, Tart, Black Forest, Rainbow Cake, Coklat, Dll  
 Sodanten, Ambarketawang, Gamping, Sleman, Yogyakarta  
 (Timur Kantor Kecamatan Gamping)  
 Telp: 081328165528, 081225495407

Tgl: 5 Juli 17

Nama Pemesan : .....  
 Alamat : .....  
 Telp/Fax : .....  
 Diambil Tgl : .....  
 Jam : .....

NO.	JENIS PESANAN	JUMLAH	@ HARGA	TOTAL HARGA
	sus Ragout	11	2500	27500
	pisang rebus	7	3000	21000
	lumpia	2	1200	2400
	klepon	7	1500	10500
	sewut	2	1200	2400

TERIMA KASIH ATAS KEPERCAYAAN ANDA PADA KAMI

Pemesan Hormat Kami, TOTAL BIAYA Rp. 63.800  
 ttd UANG MUKA Rp.  
 Nama Terang Violetta KURANG Rp.

607

## **VII. FGD (Focus Group Discussion)(Rp)**



VII + 62 CT003 FGD I.

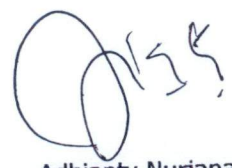
### KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 500.000 (Lima Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Biaya Makan Peserta FGD I @ 20.000 X 25 orang

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 25 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

Yang menerima



Adhianty Nurjanah



Ibu Rustono

### KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 175.000 (Seratus Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Biaya snak Peserta FGD I @ 7.000 X 25 orang

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 25 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

Yang menerima



Adhianty Nurjanah



Ibu Rustono

## KWITANSI

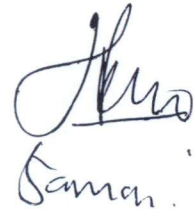
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

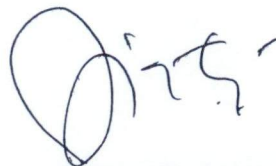
Yang menerima



## KWITANSI

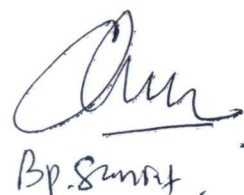
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017.

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Bp. Sunary

## KWITANSI

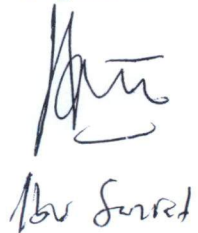
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima

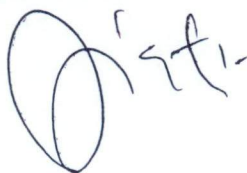


Abu Suroto

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Abu Suroto

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I

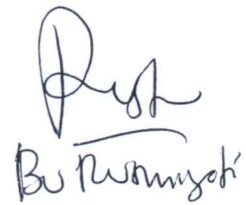
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Bu Ramayah

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



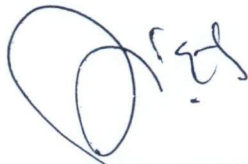
Ramayah

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I

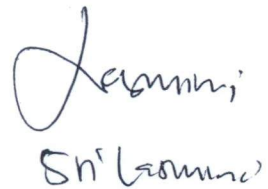
Lunas dibayar :  
Pada tanggal : 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



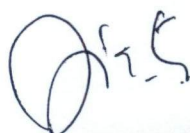
Sri Laksana

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I

Lunas dibayar :  
Pada tanggal : 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



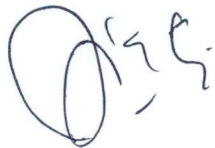
Meri Ngali

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I


Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima

  
11n.5.

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I


Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017.

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima

  
S.Shatin.

## KWITANSI

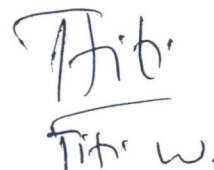
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017.

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

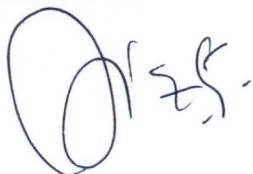
Yang menerima



## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017.

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar : 26 Januari 2017  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Idr. R.

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar : 26 Januari 2017  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



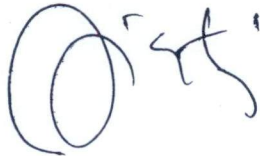
Bu Supriah



## KWITANSI

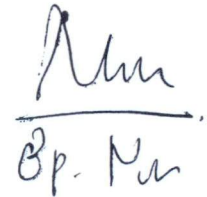
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Juni 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Bp. Nur

## KWITANSI

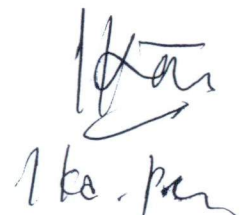
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Juni 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima

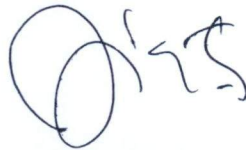


Bp. Nur

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD I  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 26 Januari 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Unip. Ic.

# FGD II

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. : 300.000, (Tiga Ratus Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Biaya Makan FGD II untuk 15 orang @ 20.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Rustono

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 105.000 (Seratus Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Biaya Snak FGD II untuk 15 Orang @ 7.000

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima




Rustono

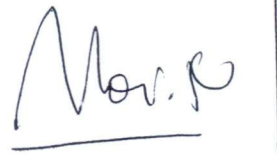
## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD II  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

  
Adhianty Nurjanah


Yang menerima

  
Mer Ngada

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. : 75.000 (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transport Peserta FGD II  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

  
Adhianty Nurjanah

Yang menerima



## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : **Transportasi Peserta FGD II**  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Bp. Saman

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : **Transportasi Peserta FGD II**  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Rismiyah

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD II  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Bp. Sanat

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD II  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



Bp. Sanat

## KWITANSI

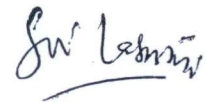
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD II  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017.

Ketua Penelitian Hibah Dikti

Yang menerima



Adhianty Nurjanah



Sw L

## KWITANSI

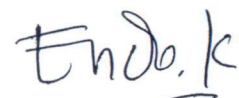
Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah  
Banyaknya uang : Rp. 75.000,- (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)  
Guna membayar : Transportasi Peserta FGD II  
Lunas dibayar :  
Pada tanggal 7 Juli 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti

Yang menerima



Adhianty Nurjanah



Bp. Endo.k

## **VIII. Publikasi (Jurnal & Conference) (Rp)**



**Global Media Journal**

www.omiconline.org  
 accounts.openaccess@omiconline.org  
 +1-650-618-9889  
 +1-650-618-1414

Invoice: 1550-7521-15-73  
 Please pay within two weeks

TAX ID: 47-3187242 (USA, Canada)  
 VAT ID: 245020547 (Europe, Great Britain)  
 TaxId : HYDO 01578 (All other countries)

P.O.: N/A  
 Dt: 26 Jun, 2017

**Title of the Manuscript**  
 Dialogic Communication Patterns between Company-Community in Achieving Community Empowerment In Indonesia : A Case Study Of Waste Problem

**Authors**  
 Adhianty Nurjanah

**Billing Address**  
 DR.Adhianty Nurjanah, Lecturer, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia. Tel: 81329648069 Fax: 81329648069 E-Mail: adhianty.nurjanah@yahoo.co.id

**Total bill And mode of Payment**  
 Or  
 Contact us if you need another mode of transaction

Publication and manuscript handling cost : USD 750.00  
 Total : USD 750.00 (Seven Hundred and Fifty United States Dollars Only)  
**Credit Card Payment: We are accepting all major Credit Cards/Debit Cards including AmEx, Visa, MasterCard etc.**  
**Please make Online Payment:** <https://www.imedpub.com/onlinepayment/>  
 If you want to send card details please fill the below and send fax to +1-650-618-1414

Card type : \_\_\_\_\_  
 Card number : \_\_\_\_\_  
 Card Holder Name: \_\_\_\_\_  
 Expiry Date : \_\_\_\_\_  
 CVV Number: \_\_\_\_\_  
 Address of card holder : \_\_\_\_\_

We are accepting \$, €, £ currencies.

**Note1: If the Payment is Processed by Credit/Debit Card, in Card bill statement it appears as Conference Series Ltd/ iMedPub/ Meetings International Pte Ltd depending the country/currency processed.**

**Note2: While Making Payment through bank ACH/ Wire transfer, it is mandatory to mention invoice number & Journal Name to track your payment.**

To make Payment in US Dollars, please use the below account details

- Beneficiarys Name : Meetings International Pty Ltd
- Bank Name and Address: CITI BANK, N.A, 8 Marina View, #17-01 Asia Square Tower 1, Singapore 018960
- Beneficiarys Account Number: 0862910028
- SWIFT CODE: CITISGSG
- Bank code: 7214
- Branch code: 1
- Beneficiarys Phone: +1-650-268-9744/ +44-2035-1423-46 Fax:+1-650-618-1414

Global Media Journal (gmj) is a self supporting organization and does not receive funding from any institution/government. Hence, the operation of the Journal is solely financed by the handling fees received from authors and some academic / corporate sponsors. The handling fees are required to meet maintenance of the journal. Being an Open Access Journal, gmj does not receive payment for subscription as the articles are freely accessible over the internet. Authors of articles are required to pay a fair handling fee for processing their articles. However, there are no submission charges. Authors are required to make payment ONLY after their manuscript has been accepted for publication.

We are successfully running 700 Open Access journals and 3000+ Global Events in different disciplines with the support from 50,000 well qualified editorial board members. We are the proud partner in making healthcare and scientific information Open Access.

PT. BANK MELAKA INDONESIA (Persero), Tbk  
CABANG : SLMET RIYADI SOLO

1800 - Maintenance

Teller ID : 51108  
Date : 12/09/2013  
Time : 13:13:43

Sender's Reference:  
123:1034500062217  
Bank Operation Code:  
123B:CRAB

Value Date/Currency/Interbank Settled Amount:  
132A:170712USD750,

Ordering Customer:  
130K:0000000261200331  
IBU ACHLIANTY MURJAB  
JATIS PERMAI RT 1/RW IV GENTAN DAKI  
SINGHARJO JAWA TENGAH INDONESIA

Account With Institution:  
132A:BNININDAAA

Beneficiary Customer:  
130K:0002210045  
MUKTIANG INTERNATIONAL PTY LTD  
CITY BANK RA 9 MARINA VIEW 17-01  
ASIA SQUARE BLVD 1 SINGAPORE

130K:0002210045  
MUKTIANG INTERNATIONAL PTY LTD  
CITY BANK RA 9 MARINA VIEW 17-01  
ASIA SQUARE BLVD 1 SINGAPORE





**THE 4th SEBELAS MARET  
INTERNATIONAL CONFERENCE**  
on Business, Economics and Social Sciences  
Solo, August 9-10, 2017

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sebelas Maret**  
Jl. Ir. Sutami 36A, Kentingan  
Surakarta, 57126  
Phone +62 271 647481  
Fax +62 271 638143

## RECEIPT

**Amount received from:**  
**Adhianty Nurjanah**  
Universitas Sebelas Maret

**Receipt Number #[008]**  
**DATE: JULY 19th, 2017**

DESCRIPTION	AMOUNT (IDR)
Payment for The 4th Sebelas Maret International Conference on Business, Economics and Social Sciences registration fee Paper Title: Communication Pattern between Companies and Communities on The Independent Waste Bank CSR Program PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant  <b>In Word :</b> #Two million Rupiah#	2.000.000,-
<b>TOTAL</b>	2.000.000,-

Surakarta, July 19th, 2017  
Committee.

Arif Rahman Hakim, SE, M.Ec. Dev.  
NIK 1982062820160601

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah

Banyaknya uang : Rp. 300.000 (Tiga Ratus Ribu Rupiah)

Guna membayar : Transport Mengikuti International Conference APIK PTM Di Ponorogo tgl 24-8-17

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 22 Agustus 2017.

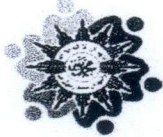
Ketua Penelitian Hibah Dikti

Yang menerima



Adhianty Nurjanah





## KUITANSI

NO : 32

*Sudah terima dari*

: Adhianty Nurjanah  
Ravik Karsidi  
Widodo Muktiyo  
Sri Kusumo Habsari

*Asal PT*

: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

*Yang sebanyak*

: **Satu Juta Seratus Ribu Rupiah**

*Guna membayar*

- :  
a. Seminar Internasional,  
b. Call For Paper APIK Perguruan Tinggi Muhammadiyah  
Se-Indonesia

Ponorogo, 04 Agustus  
2017

**Rp. 1.100.000,-**

Ketua Pelaksana



Ayub Dwi Anggoro, S.I.Kom, M.Si  
NIK : 1986032520130913

Yang Menerima

(Eli Purwati)

## KWITANSI

Sudah terima dari : Adhianty Nurjanah

Banyaknya uang : Rp. :300.000, (Tiga Ratus Ribu Rupiah)

Guna membayar : Biaya Transport ke semarang untuk 1 orang PP Workshop & Klinik Hasil Penelitian

Lunas dibayar :  
Pada tanggal 8 Agustus 2017

Ketua Penelitian Hibah Dikti



Adhianty Nurjanah

Yang menerima



## **IX. Pajak (Rp)**

12. 1001

BANK RAKYAT INDONESIA	BUKTI PENERIMAAN NEGARA	KEMENTERIAN KEUANGAN
	PENERIMAAN PAJAK	

Data Pembayaran:  
Tanggal Jam Bayar : 06/09/2017 09:58:24 NTB : 170906388290  
Tanggal Buku : 06/09/2017 NTPN : 417245IGBCDCBRT2  
Kode Cab. Bank : 1861 STAN : 628080

Data Setoran:  
Kode Billing : 017090634276751  
NPWP : 01.435.629.9-543 000  
Nama Wajib Pajak : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYA  
Alamat : RING ROAD SELATAN, TAMANTIRTO, BANTUL  
Nomor Objek Pajak :  
Akun : 411121  
Jenis Setoran : 100  
Masa Pajak : 09092017  
No Ketetapan : 0000000000000000  
Jumlah Setoran : Rp. 285,000.00 Mata Uang : IDR  
Terbilang : DUA RATUS DELAPAN PULUH LIMA RIBU RUPIAH

*This is a computer generated message and requires no signature*  
*Informasi ini hasil cetakan komputer dan tidak memerlukan tanda tangan*

Validasi Bank

01.435629.9.543.0000 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYA 0000411121 1000909201700  
285000.00 06092017 06092017 417245IGBCDCBRT2 170906388290 628080 139

1861 1861451



8736 4000003 06092017 095824

IDR 285,000.00 Dr

IDR 285,000.00 Cr

032901003434307 REK PERSEPSI

NTPN : 417245IGBCDCBRT2



06 SEP 2017

Putri MKN  
Teller



# **PRESENSI FGD I**

**TEMA : POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN-  
MASYARAKAT PADA PROGRAM CSR BANK  
SAMPAH MANDIRI PT HOLCIM INDONESIA  
TBK CILACAP PLANT**

**CILACAP, 26 JAN 2017**

No	Nama	Alamat	Tanda tangan
1	Sahabat	Kebon manis	Jedha
2	Ida Riyati	RW X Kebon manis	Riyati
3	Ibu Fitri Widhi	RT 07 Kebon manis	Fitri
4	Bu Sugiarti	RT 8	Sugiarti
5	Bapak IIN. SUMANTJI	KEBON MANIS	IIN
6	Sri Asmuni	Kebon Manis	Asmuni
7	Bu Meri Ngadino	RW X Kebon manis	Meri
8	Bu Rusmiyati Burstono	RW X	Rusmiyati
9	URIP - kamini	RT 07, RW 10	URIP
10	Nining Nursanti	RT, 07 - Block 1A (RW 10)	Nining
11	Bp. Saman	RW X	Saman
12	Ibu. Saman (Suryani)	RW X	Saman
13	Bp. Saniaat	RW X (Kebon Manis)	Saniaat
14	Ibu. Saniaat	RW X (Kebon Manis)	Saniaat
15	Bp. Mr.	RW X	Mr.
16	Ibu. Ika Priwantini	RW X	Ika
17	Ibu Fitri Widhi	RW X	Fitri
18	Adhianto. W	Yogyakarta	Adhianto
19	Susi S.	Belorim	Susi
20			

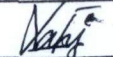

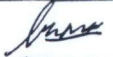
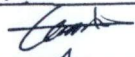


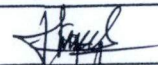
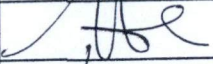
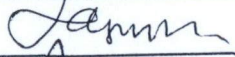

# PRESENSI FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD) II

Hari : Jumat

Tanggal : 7 Juli 2017.

Tempat : Rm. Warga.

Agenda : FGD : Menfaat BSM Bagi Masyarakat.

No	Nama	Alamat	Tanda tangan
1	Rusmiyati	RW X	
2	Bp. NUR.	RW 10	
3	Bp. Endo. K.	Kebon Manis	
4	Bp. Saniat	RW X	
5	Ibu Saniat	RWX	
6	Bp. Saman	RWX	
7	Ibu Saman	RWX	
8	Bu Meri Ngadino	RWX Kebonmanis	
9	Fitri Juhuni	Kebon Manis	
10	Adhianb N	Yogyakarta	
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			