

INPOWER-CARE sebagai Implementasi *Community Relations* pada PT. Indonesia Power Suralaya PGU (Studi Kasus Program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana)

Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2021
Vol. 9(2), 2021
Copyright ©2021, M.Farhan Fahrudin, et al.
This is an open access article under the CC-BY-SA license
DOI: 10.30656/lontar.v9i2.3341

Article History
Submission: Juni 07th, 2021
Revised: October 19th, 2021
Accepted: November 19th, 2021

M.Farhan Fahrudin^{1*}, Siska Mardiana², Annisarizki³

¹Universitas Serang Raya
Email: fahrudin14farhan@gmail.com*
²Universitas Serang Raya
Email : mardiana.siska@yahoo.com
³Universitas Serang Raya
Email: annisarizkii@gmail.com
(* = Correspondent Author)

ABSTRACT

Omah Kreteg Anggana is the implementation of PT Indonesia Power Suralaya PGU's INPOWER-CARE program. This program aims to develop skills and welfare for the community, especially women around the company by promoting the Suralaya locality, namely sambal kreteg. The purpose of this study was to determine the implementation and development of the INPOWER-CARE program of Omah Kreteg Anggana's fostered partners as the implementation of the Community Relations program. This study used a qualitative approach with case study methods and data collection techniques by conducting observations, in-depth interviews with four informants, documentation and literature. The results of this study indicate that the Division of Public Relations and Community Development PT. Indonesia Power Suralaya PGU in implementing the program, Community Relations, namely by maintaining relationships with the community by conducting socialization needed by the community and establishing intimacy with the people who participate in the program. Meanwhile, in developing the program of Omah Kreteg Anggana's fostered partners, they carried out institutional strengthening in accordance with the RENSTRA and RENJA. With the implementation of this program, the relationship between the company and the community is getting closer and mutually beneficial to one another.

Keywords: *Community Relations, INPOWER-CARE, Public Relations*

ABSTRAK

Mitra binaan Omah Kreteg Anggana merupakan implementasi program INPOWER-CARE PT Indonesia Power Suralaya PGU. Program ini bertujuan untuk pengembangan keterampilan dan kesejahteraan bagi masyarakat terutama perempuan di sekitar perusahaan dengan mengangkat lokalitas Suralaya yaitu sambal kreteg. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji implementasi dan mengembangkan program INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana sebagai penerapan program Community Relations. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Divisi Humas dan Community Development PT.Indonesia Power Suralaya PGU dalam menerapkan program Community Relations yaitu dengan memelihara hubungan dengan masyarakat dengan melakukan sosialisasi yang dibutuhkan masyarakat serta menjalin keakraban dengan masyarakat yang mengikuti program. Sedangkan dalam mengembangkan program mitra binaan Omah Kreteg Anggana dengan melakukan penguatan kelembagaan sesuai dengan RENSTRA dan RENJA. Dengan dilaksanakannya program ini maka hubungan relasi perusahaan dan masyarakat semakin erat dan saling menguntungkan satu dengan lainnya.

Kata Kunci: *Community Relations, INPOWER-CARE, Public Relations*

PENDAHULUAN

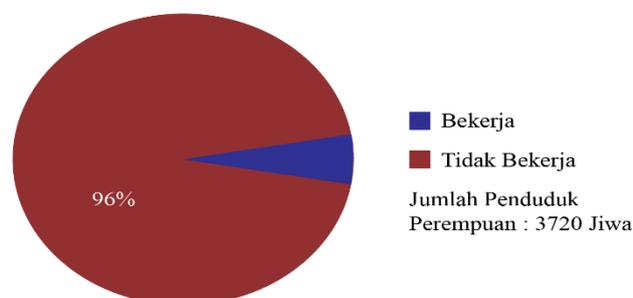
Community Relations merupakan upaya menjaga hubungan dengan komunitas yang berorientasi pada suatu kegiatan, yakni kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan, dalam hal ini humas sebagai pelaksanaannya, yang bersifat partisipatif. Salah satu bentuk lain dari *Community Relations* adalah pengembangan masyarakat. pengembangan masyarakat pada dasarnya merupakan upaya dalam memberdayakan masyarakat termasuk didalamnya adalah pemberdayaan perempuan. Hal ini dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam menjaga hubungan dengan masyarakat sekitar, salah satunya dilakukan oleh Divisi Humas PT Indonesia Power Suralaya PGU melalui program INPOWER-CARE.

Program Indonesia Power-*Community Assistance, Relations and Empowerment* (INPOWER-CARE) adalah bentuk penerapan kegiatan program *Community Relations* dalam membina hubungan dengan masyarakat yang diwujudkan melalui pelibatan dan pengembangan komunitas (*Community Development*) yang dilakukan PT Indonesia Power sebagai bentuk perwujudan dari visi dan misi perusahaan, khususnya bersahabat dengan lingkungan. Program ini bertujuan memberikan dukungan terhadap keberhasilan bisnis jangka panjang, mempromosikan *good will* perusahaan dan membangun reputasi positif di masyarakat maupun pemerintah setempat, menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitar wilayah. Program INPOWER-CARE dibagi menjadi tiga bagian wilayah, yaitu pada wilayah ring I yaitu masyarakat yang terkena dampak dari aktifitas korporasi, wilayah ring II merupakan masyarakat yang terkena dampak tidak langsung dari aktivitas korporasi sedangkan ring III merupakan masyarakat yang tidak terkena dampak aktivitas perusahaan.

Salah satu program INPOWER-CARE yang dijalankan yaitu Program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana yang memiliki arti dari bahasa Jawa. *Omah* yang berarti rumah, *kreteg* merupakan sejenis sambal lokal daerah Suralaya yang keberadaannya hampir punah dan *Anggana* yang berarti cantik. Mitra binaan Omah Kreteg Anggana memproduksi makanan khas Suralaya yang telah berjalan sejak tahun 2019. Program ini bertujuan untuk mengangkat dan melestarikan makanan lokalitas setempat yaitu Sambal Kreteg. Hal ini terjadi karena masyarakat Suralaya hanya memproduksi sambal kreteg untuk dikonsumsi pada acara tertentu seperti acara pernikahan, acara keluarga, acara keagamaan atau hanya sekedar untuk dimakan sendiri.

Menurut Divisi Humas dan *Community Development* PT.Indonesia Power Suralaya PGU, Masyarakat Suralaya khususnya perempuan memiliki keterbatasan melakukan aktivitasnya seperti rendahnya pendidikan, keterampilan, minimnya kesempatan bekerja dan hambatan ideologis perempuan yang berkaitan dengan rumah tangga sehingga tingkat pengangguran di kelurahan Suralaya tinggi. (Wawancara pra-riset dengan Divisi Humas dan *Community Development Officer* PT Indonesia Power Suralaya PGU). Hal ini diperkuat dengan adanya hasil data *social mapping* yang dilakukan Divisi Humas dan *Community Development* PT Indonesia Power Suralaya PGU pada gambar 1 berikut:

Social Mapping angka pengangguran perempuan di kelurahan Suralaya



Gambar 1

Social Mapping angka pengangguran perempuan di Kelurahan Suralaya

(Sumber: Social Mapping Divisi Humas & Community Development PT Indonesia Power Suralaya PGU Tahun 2019)

Social Mapping tersebut menunjukkan bahwa 96% perempuan di lingkungan sekitar PT.Indonesia Power Suralaya PGU merupakan pengangguran dan tidak memiliki penghasilan tambahan artinya perempuan di sekitar perusahaan hanya mengurus pekerjaan rumah tangga dan selebihnya menganggur. Hal ini menunjukkan adanya *potensial value* lebih yang dapat dijadikan sebagai peluang dalam mengembangkan dan membina hubungan baik dengan masyarakat agar dapat memberi ruang kepada masyarakat khususnya perempuan untuk lebih produktif melalui program mitra binaan Omah Kreteg Anggana.

Mitra binaan Omah Kreteg Anggana berlokasi pada ring I PT Indonesia Power Suralaya PGU, lokasi ini merupakan wilayah yang terkena dampak langsung dari aktifitas perusahaan yaitu tepatnya di Lingkungan Desa Cubul RT 02 RW 03, Kelurahan Suralaya, Kota Cilegon. Oleh karena itu, PT. Indonesia Power Suralaya PGU melalui program INPOWER-CARE Mitra binaan Omah Kreteg Anggana melakukan kegiatan dalam pengembangan keterampilan dan kesejahteraan bagi masyarakat terutama perempuan disekitar perusahaan sebagai bentuk penerapan dari kegiatan *Community Relations* terhadap masyarakat sekitar perusahaan. *Community Relations* pada dasarnya dikembangkan demi kemaslahatan organisasi dan komunitasnya dalam bentuk tanggung jawab sosial. *Community Relations* adalah kegiatan Humas, maka langkah-langkah dalam proses Humas mewarnai langkah-langkah dalam *Community Relations*.

Community Relations atau hubungan dengan komunitas dipandang sebagai relasi yang dikembangkan untuk membuka ruang bagi terwujudnya tanggungjawab sosial suatu organisasi atau perusahaan (Yudarwati, 2004). Tanggungjawab tersebut terus berevolusi hingga menemukan titik temu yang menunjukkan keseimbangan dan kesetaraan posisi antara lembaga dan komunitasnya (Iriantara, 2013). Sejalan dengan itu, Komunitas dipandang berdasarkan lokalitas sebagai sekelompok orang yang berdiam pada lokasi yang sama. Selain itu, komunitas pun tak hanya dimaknai dengan lokalitas, melainkan didalamnya terjadi interaksi karena memiliki nilai-nilai dan kepentingan yang sama, serta manfaatnya bisa dirasakan kedua belah pihak (Sumartono, 2010).

Wibur J. Peak berpendapat bahwa *Community Relations* adalah partisipasi dari lembaga yang terencana, aktif dan terus menerus dengan masyarakat, dalam rangka memelihara dan meningkatkan lingkungannya untuk memperoleh keuntungan bagi lembaga maupun bagi komunitas (Lattimore, Otis Baskin, 2010). Sedangkan, menurut Ruslan *Community Relations* mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk disekitar lokasi perusahaan (Salim & Ikom, 2014). Berdasarkan definisi tersebut, *Community Relations* merupakan hubungan dengan komunitas yang berorientasi pada suatu kegiatan, yakni kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan, dalam hal ini humas sebagai pelaksanaanya, yang bersifat partisipatif. *Community relations* bertujuan untuk meminimalisasi perbedaan konsepsi dan pikiran antara masyarakat, korporat dan pemerintah (Zubair, 2020). *Community relations* pada dasarnya dikembangkan untuk kemaslahatan bersama organisasi dan komunitas serta membantu organisasi dalam menghadapi tantangan yang dihadapi organisasi (Astuti, Zuhriya, Pratiwi, Komunikasi, & Iain, 2020)(Nainggolan, Vidyarini, & Sari, 2019). Program *community relations* terkordinasi dengan strategi organisasi (Nainggolan et al., 2019).

Penelitian ini menggunakan Teori *Relationship Management*. Teori *Relationship Management* berfokus membahas proses manajemen relasi antara organisasi dan publiknya, internal maupun eksternal. Oleh karenanya, teori ini dikenal sebagai pusat atau inti Humas. Dalam praktik Humas, komunikasi ditujukan untuk menjaga keuntungan yang bisa dirasakan para peserta komunikasi, organisasi dan publik, yaitu ada suatu keseimbangan kepentingan antara keduanya.

John Ledingham mendefinisikan *organization-public relationship* sebagai "situasi yang terjadi di antara organisasi dan publiknya yang di dalamnya tindakan kedua pihak dapat berdampak bagi kesejahteraan ekonomi, sosial budaya atau politik dari masing-masing pihak (Kriyantono, 2014). Teori *Relationship Management* menganggap manajemen relasi merupakan fungsi sentral *public relations*, sehingga komunikasi ditempatkan sebagai alat untuk membangun

relasi dan program dievaluasi berdasarkan dampaknya pada relasi antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, keberhasilan program ditentukan oleh kualitas *organization-public relationship*-nya. Dengan kata lain teori *Relationship Management* mengubah fokus bahasan Humas dari komunikasi ke relasi, dengan komunikasi berperan sebagai alat inisiasi, mengembangkan dan memelihara hubungan organisasi dengan public (Kriyantono, 2014). Menurut Hon dan Grunig, ada empat elemen ketika meneliti mengenai manajemen relasi yaitu kepercayaan (*trust*), komitmen, kepuasan (*satisfaction*) dan kontrol kebersamaan (*control mutuality*).

Melalui program INPOWER-CARE Divisi Humas dan *Community Development* PT. Indonesia Power Suralaya PGU memiliki harapan dapat menciptakan dan menjembatani hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dalam pengembangan di wilayah sekitar perusahaan, dengan dibentuknya mitra binaan Omah Kreteg Anggana diharapkan masyarakat yang mengikuti program dapat melakukan perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk kemaslahatan perusahaan maupun masyarakat yang akhirnya saling menguntungkan satu sama lain. Sehingga, program tersebut menjadi sebuah program yang berkelanjutan dan berjangka panjang bagi perusahaan maupun masyarakat. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengkaji implementasi *community relations* Divisi Humas dan *Community Development* PT. Indonesia Power Suralaya PGU dalam memelihara hubungan dengan masyarakat melalui program INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus, yaitu mengkaji suatu kasus dengan mendalam. Informan penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yaitu menentukan informan berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut yaitu, pegawai dari divisi Humas dan *Community Development* PT.Indonesia Power Suralaya PGU, pegawai atau orang yang bertanggungjawab di divisi Humas dan *Community Development* PT.Indonesia Power Suralaya PGU dalam program INPOWER-CARE Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana, Ketua dan masyarakat kelurahan Suralaya yang terlibat dalam program INPOWER-CARE pemberdayaan perempuan mitra binaan Omah Kreteg Anggana. Berdasarkan kriteria tersebut maka Informan yang dimaksud terdiri dari *Community Development Officer*, *Supervisor Senior Divisi Humas & Community Development*, Ketua program pemberdayaan perempuan Omah Kreteg Anggana dan Anggota program pemberdayaan perempuan Omah Kreteg Anggana. Selain itu, untuk teknik pengumpulan data digunakan observasi non partisipan, wawancara, dan dokumentasi, kemudian data dianalisis dengan melakukan reduksi data penyajian data dan menarik kesimpulan dan diuji keabsahan dengan menggunakan triangulasi sumber, yaitu dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program INPOWER-CARE merupakan implementasi dari program *Community Relations* PT. Indonesia Power Suralaya PGU. Program *Community Relations* dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan karena kegiatan pelaksanaan *Community Relations* dikembangkan untuk membuka ruang bagi terwujudnya tanggungjawab sosial perusahaan yang berkelanjutan. Kegiatan *Community Relations* berhadapan langsung dengan persoalan-persoalan sosial yang nyata yang dihadapi komunitas sekitar perusahaan serta dapat menjamin keberlangsungan kehidupan perusahaan, Sebagaimana dalam wawancara dengan salah satu narasumber yang merupakan CDO PT Indonesia Power Suralaya PGU mengatakan bahwa program INPOWER-CARE dikembangkan bersamaan dengan konsep 3P (*People, Planet dan Profit*):

"...people ke peningkatan kualitas masyarakat lewat program mitra binaan Omah Kreteg Anggana, planet ke lingkungannya dan profit ke untungnya yang dimana keuntungan dari program ini untuk masyarakat sendiri dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi serta menjamin keberlangsungan hidup perusahaan" (Hasil wawancara dengan narasumber IZ)

Omah Kreteg Anggana merupakan sentra produksi sambal kreteg di Suralaya yang resmi dibentuk pada tahun 2019, yang bertujuan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar perusahaan sekaligus untuk meningkatkan perekonomian anggota kelompok dan wahana dalam memperkenalkan kembali lokalitas setempat yang sempat punah. Mitra binaan Omah Kreteg Anggana memproduksi sambal kreteg khas Suralaya, sambal kreteg merupakan sambal yang terbuat dari bawang goreng yang dipadukan dengan tumbukan cabe. Sasaran program INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana yaitu masyarakat khususnya perempuan di lingkungan Suralaya yang tidak memiliki pekerjaan. Mitra binaan Omah Kreteg Anggana berlokasi di Lingkungan Desa Cubul RT 02 RW 03, Kelurahan Suralaya, Kota Cilegon.

Dalam penerapannya, kegiatan INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana menyesuaikan dengan rencana strategis (RENSTRA) dan rencana kerja (RENJA). PT. Indonesia Power Suralaya PGU sebagai penerapan *Community Relations* ditahun 2020 yaitu dengan melakukan penguatan kelembagaan dengan mengurus perizinan-perizinan, memperluas pemasaran dan melakukan beberapa pelatihan untuk masyarakat.

Penerapan Program INPOWER-CARE mitra binaan Omah kreteg anggana dalam memelihara hubungan masyarakat diawali sosialisasi dengan narasumber YL, dimana YL merupakan pengelola Sambal kreteg, dalam pertemuan awal divisi Humas dan *Community Development* PT.Indonesia Suralaya PGU menyakinkan YL untuk ikut andil dalam dan hal ini dimaksudkan agar masyarakat lain tertarik untuk berpartisipasi dalam kegiatan mitra binaan Omah Kreteg Anggana dan menjelaskan program yang akan dilaksanakan bersama masyarakat Kelurahan Suralaya. Dari satu kelompok masyarakat yang diberada di wilayah Suralaya Divisi Humas dan *Community Development* memilih delapan orang untuk bergabung dalam mitra binaan Omah Kreteg Anggana. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan program dapat mudah dilakukan.

Selain itu, Divisi Humas dan *Community Development* dalam mensosialisasikan kegiatan program turut mengundang pemerintah daerah yakni dinas Kesehatan Kota Cilegon untuk ikut andil dalam kegiatan tersebut, hasil sosialisasi tersebut, sambel kreteg anggana mendapatkan izin prasyarat P-IRT yang sangat dibutuhkan dalam kegiatan *Community Relations* serta masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang pengelolaan dan produksi yang sesuai dengan perundang-undangan.

Divisi Humas dan *Community Development* tidak hanya menerapkan dan menjalankan namun juga berupaya dalam mengembangkan program mitra binaan Omah Kreteg Anggana di tahun 2020, yaitu dengan melakukan beberapa upaya seperti, pelatihan, pengurusan izin, inovasi baru, dan pemasaran produk. Berdasarkan pernyataan Divisi Humas dan *Community Development* yaitu narasumber IZ, bahwa materi pelatihan yang diberikan oleh Divisi Humas dan *Community Development* disesuaikan dengan konsep *Triple Bottom Line*. Dalam pelatihan tersebut masyarakat sudah difasilitasi dengan menghadirkan narasumber-narasumber baik dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan yang memiliki pengalaman dan kemampuan yang diperlukan di program mitra binaan Omah Kreteg Anggana. Pelatihan yang diberikan dalam program INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana meliputi pelatihan pemasaran, pelatihan manajemen lingkungan dan pelatihan edukasi penyuluhan pangan.

Selanjutnya, Divisi Humas dan *Community Development* mengupayakan berkordinasi dengan pihak Dinas kesehatan kota Cilegon terkait pembuatan perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) mulai dari pemenuhan persyaratan untuk perizinan PIRT, pelatihan keamanan pangan sampai pemenuhan rumah produksi dan kemasan yang sesuai dengan aturan yang telah ditentukan oleh Dinas Kesehatan kota Cilegon, dan mendapatkan PIRT di tahun 2020, seperti yang dijelaskan oleh narasumber AE yang merupakan Supervisor Senior pada Divisi Humas dan *Community Development*.

Inovasi produk juga menjadi upaya dalam mengembangkan pada program INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana mendukung penuh atas pelaksanaan program tersebut, dengan memberikan inovasi-inovasi baru pada produk produk yang dihasilkan. Mitra binaan Omah Kreteg Anggana yang semula hanya memproduksi sambal kreteg yang ada di masyarakat sebelumnya dan dikemas dalam kemasan plastik sekarang menjadi sambal kreteg yang mempunyai varian rasa dan

memiliki kemasan menarik *standing pouch* serta mempunyai produk baru seperti jamu anggana dan berbagai kripik anggana. Beberapa inovasi produk dalam upaya pengembangan program, dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Inovasi Produk Divisi Humas dan *Community Development* pada program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana

(Sumber: Dokumen Divisi Humas dan *Community Development* PT.Indonesia Power Suralaya PGU)

Sebagai kelanjutan dari inovasi produk, pengembangan juga dilakukan dengan pendampingan pengenalan dan pemasaran produk seperti yang dipaparkan oleh narasumber IZ berikut ini:

“...terus yah pemasaran juga tuh yang tadinya gitu gitu aja sekarang udah berkembang kita jual di ecommers kita bantu juga masuk kantin koperasi di perusahaan terus ga sampai disitu pemasarannya juga ga Cuma di cilegon tapi kita juga udah ada lewat grup-grup, instagram, shopee, terus di perusahaan juga, terus ditambah kemarin kita kerja sama tuh sama mnc media untuk promosiin sambelnya di berita i-News sama di GTV. Kita juga join ke komunitas community infinite 88 jadi komunitas yang dibuat alumni undip 88 yang dibuat untuk umkm gitu loh, jadi si kreteg tuh udah masuk tuh ke platform mereka. Terus mau dibuat pameran juga sama mereka yah tapi virtual juga. Terus ada juga lewat pameran pameran yang dibuat PLN....” (Hasil wawancara dengan narasumber IZ)

Berdasarkan hasil penelitian, program ini berjalan diawali dengan adanya kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan, kemudian adanya komitmen bersama dari Perusahaan dan masyarakat. Selanjutnya dengan berjalannya program, banyak manfaat yang diterima masyarakat dari program mitra binaan Omah Kreteg Anggana ini, yaitu diantaranya masyarakat bisa memenuhi kebutuhan ekonominya, mengurangi pengangguran, selain itu program ini memberikan pengetahuan dan pengalaman berorganisasi bagi masyarakat, hal ini menunjukkan kepuasan dari masyarakat, program ini membuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat terbina dengan baik dengan melakukan kontrol bersama, seperti elemen elemen yang terdapat dalam teori *relationship management* yaitu kepercayaan (trust), komitmen, kepuasan (satisfaction) dan kontrol bersama (control mutual).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Community Relations* merupakan hubungan dengan komunitas yang berorientasi pada suatu kegiatan, yakni kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan, dalam hal ini humas sebagai pelaksanaanya, yang bersifat partisipatif. Dengan partisipasi tersebut, maka keuntungan bukan hanya dapat dirasakan oleh organisasi atau perusahaan, tetapi juga pada komunitas dan lingkungan sekitarnya, hal ini dapat dicapai jika komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat dijalin dengan baik (Nurjanah & Nurnisya, 2019). Kegiatan yang dilakukan tidak sembarangan atau asal saja, tetapi dengan perencanaan yang

matang, dan pelaksanaan rencana tersebut dilakukan secara aktif dan berkesinambungan (Sumartono, 2010) (Mardiana, Annisarizki, & Putri, 2021).

Berdasarkan kriteria Philip Lesly, aktivitas *community relations* dapat berupa menghapus yang menjadi masalah komunitas, kemudian memberikan kontribusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut bersama-sama dengan masyarakat (Lattimore, Otis Baskin, 2010). Membina hubungan dengan masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan pemberdayaan pada masyarakat atau Community Development (Marthalena;Mardiana, Siska;Berthanila, 2019), kegiatan membina hubungan dengan masyarakat melalui pemberdayaan diupayakan agar mampu memberdayakan potensi masyarakat lokal sehingga dapat memberi manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat itu sendiri (Agus Triyono, 2014), meningkatkan usaha kecil dan menengah (Sinaga, Intan, Evilia, Katolik, & Mandala, 2015). Program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana juga salah satu tujuannya adalah untuk memberdayakan masyarakat, terutama ibu-ibu di wilayah sekitar Perusahaan, sehingga mereka bisa dapat membantu perekonomian keluarga.

Community Relations, merupakan salah satu bagian dari lingkup Humas, yaitu mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk disekitar lokasi perusahaan(Cutlip, Scot M., 2011)(Jefkins, 2018). Hubungan simbiosis mutualisme dapat dicapai jika antara perusahaan dan masyarakat menyadari dan memahami hubungan *mutual dependence* yang mereka miliki serta terdapat upaya-upaya untuk melakukan mutual understanding atas kedua belah pihak. Kegiatan *Community Relations* merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Berbagai alasan tersebut menjadikan adanya suatu peran penting dari Humas sebagai pelaksana kegiatan *Community Relations* (Putra, 2013).

KESIMPULAN

Implementasi program mitra binaan Omah Kreteg Anggana dalam membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar, dimulai dengan Sosialisasi dengan pihak pengelola sambal kreteg yang ada, kemudian di tahun 2020, Divisi Humas dan *Community Development* menggandeng pemerintah daerah untuk ikut serta dalam mensosialisasikan kegiatan program yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga sambal kreteg anggana mendapatkan ijin PIRT, dan perusahaan dalam menerepkan program selalu menjalin keakraban dengan anggota program secara langsung maupun tidak langsung baik secara dialogis dengan komunikasi yang baik.

Sedangkan dalam mengembangkan program INPOWER-CARE mitra Binaan Omah Kreteg Anggana sebagai penerapan *Community Relations*, dilakukan pengembangan sesuai dengan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Tahun 2020. Divisi Humas dan *Community Development* PT. Indonesia Power Suralaya melakukan pelatihan-pelatihan, pengurusan perizinan, melakukan inovasi baru pada produk mitra binaan Omah Kreteg Anggana dan memperluas jaringan pemasaran, dengan adanya pelatihan tersebut masyarakat memperoleh kemandirian yang membawa masyarakat menciptakan inovasi baru, sehingga sambal kreteg Suralaya khususnya bisa mendapatkan perizinan usaha dari pemerintah serta dapat mengenalkan sambal kreteg ke luar, dengan begitu PT. Indonesia Power Suralaya dapat menjaga relasi jangka panjang dengan publiknya, selain itu, program ini dapat menjawab kebutuhan dan keinginan dari organisasi dan publik, sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan satu dengan lainnya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, oleh karenanya peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian pada program program *community relations* lainnya dengan menggunakan pendekatan yang berbeda dan kajian teori public relations yang berbeda sehingga akan dihasilkan temuan baru lainnya terkait implementasi *community relations*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Triyono. (2014). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT . Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap ABSTRAK : *KomuniTi*, VI(2), 111–121.
- Astuti, Y. P., Zuhriya, R., Pratiwi, B., Komunikasi, J., & Iain, I. (2020). Community Relations UPT Taman Balekambang Surakarta Dalam Program Pengembangan Kemitraan Masyarakat (Community Relations UPT Taman Balekambang Surakarta in the Development Program Community Partnership). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 12(2), 333–353.
- Cutlip, Scot M., A. H. C. dan M. B. (2011). *Effective Public Relations*. Kencana.
- Iriantara, Y. (2013). *Community Relations : Konsep dan Aplikasinya*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relation Perspektif Barat & Lokal*. Kencana.
- Lattimore, Otis Baskin, S. T. H. dan E. L. T. (2010). *Public Relations profesi dan Praktik*. Salemba Humanika.
- Mardiana, S., Annisarizki, & Putri, L. D. (2021). Corporate Communications in a Manufacture Company for Handling Covid-19 Cases: Health First. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020)*, 560(Acbleti 2020), 103–107. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210615.021>
- Marthalena;Mardiana, Siska;Berthanila, R. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Workshop dan Pendampingan Pengemasan Produk Emping Melinjo Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan di Desa Sindang Mandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang. *Bantenese*, 1(2), 99–108.
- Nainggolan, A. N., Vidyarini, T. N., & Sari, Y. D. (2019). Strategi Community Relations PT Pertamina Hulu Energi West Madura Offshore Dalam Melaksanakan Program CSR Si Komo Pasir - Taman Pendidikan Mangrove (2013-2017). *E-Komunikasi*, 9(1), 16–25. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.1.16-25>
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2019). Pelaksanaan Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Dan Komunikasi CSR. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 93. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i1.1542>
- Putra, Y. P. (2013). *Program CSR Sebagai Penerapan Community Relations Studi Kasus “Living With HIV” Oleh Salah Satu Bank Internasional yang Memiliki Cabang di Indonesia*.
- Salim, M., & Ikom, S. (2014). Tahapan Community Relations Dalam Kegiatan CSR KOonservasi Lingkungan (Studi Kasus Terhadap Kegiatan CSR PT Djarum Pada Konservasi Lereng Gunung Muria). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 7(1), 57–72.
- Sinaga, C. M., Intan, T., Evilia, L., Katolik, U., & Mandala, W. (2015). Strategi Community Relations PT . Telekomunikasi Indonesia (PT . Telkom , Tbk) Dalam Usaha Peningkatan Melalui Kegiatan Broadband Learning Centre. *Komunikatif*, 4(2).
- Sumartono, D. (2010). Hubungan manfaat kegiatan community relations dengan citra perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. pada masyarakat Kragilan Serang Banten. *Jurnal Komunikologi*, 7(2).
- Yudarwati, G. (2004). Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY*, 1(2), 143–156.
- Zubair, F. (2020). Pemahaman komunitas terhadap program community relations di Palimanan dan Citeureup. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.25901>
<https://www.indonesiapower.co.id>