

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT. PERTAMINA EP PENDOPO FIELD DALAM MELAKSANAKAN PROGRAM CSR

Angelina Faulensia¹, Yenrizal², Rina Pebriana³

^{1,2,3} Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

e-mail: ¹Angelinafaulensia09@gmail.com, ²Yenrizal_uin@radenfatah.ac.id,
³Rinapebriana_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi yang efektif antara perusahaan dan masyarakat menjadi kunci utama dalam keberhasilan program CSR, khususnya dalam upaya mendorong keberlanjutan dan pemberdayaan lokal. Kurangnya keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi seringkali menyebabkan program CSR tidak tepat sasaran dan minim dampak jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh bagian humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam melaksanakan program CSR Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode yang bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi komunikasi berdasarkan lima prinsip teori dialogis Kent & Taylor, lima prinsip utama: mutuality, propinquity, empathy, risk, dan commitment. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak Humas perusahaan dan masyarakat penerima manfaat program CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas PT. Pertamina EP Pendopo Field telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip dialogis secara optimal. Mutuality terlihat dalam bentuk kerja sama dan kemitraan sejajar antara perusahaan dan masyarakat. Propinquity diwujudkan melalui komunikasi terbuka dalam pertemuan-pertemuan partisipatif. Empathy tercermin dari perhatian perusahaan terhadap kebutuhan dan kondisi petani. Prinsip risk terlihat dari kesediaan menerima masukan dan tantangan selama proses pelaksanaan. Sedangkan commitment tampak dalam pendampingan berkelanjutan dan konsistensi komunikasi. Program ini tidak hanya memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat, tetapi juga berkontribusi nyata dalam peningkatan kesejahteraan petani lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, CSR, Hubungan Masyarakat

ABSTRACT

Effective communication between companies and communities is a key factor in the success of Corporate Social Responsibility (CSR) programs, particularly in efforts to promote sustainability and local empowerment. A lack of community involvement in the communication process often results in CSR programs that are misdirected and have limited long-term impact. This study aims to analyze the communication strategies

implemented by the Public Relations division of PT Pertamina EP Pendopo Field in carrying out the Sustainable Environmentally-Friendly Healthy Agriculture CSR Program. This research employs a descriptive qualitative method, aiming to describe and analyze the communication strategies based on the five core principles of Kent and Taylor's dialogic theory: mutuality, propinquity, empathy, risk, and commitment. Data were collected through in-depth interviews with both the company's PR representatives and members of the community who benefit from the CSR program. The findings reveal that the communication strategy of PT Pertamina EP Pendopo Field's PR division has optimally applied the dialogic principles. Mutuality is reflected in the form of cooperation and equal partnerships between the company and the community. Propinquity is demonstrated through open communication during participatory meetings. Empathy is seen in the company's attention to the needs and conditions of local farmers. The risk principle is evident in the company's willingness to accept input and challenges throughout the implementation process. Meanwhile, commitment is shown through ongoing assistance and consistent communication. This program not only strengthens the relationship between the company and the community but also contributes significantly to the sustainable improvement of local farmers' welfare.

Keywords: *Communication Strategy, CSR, Public Relations*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini telah menjadi salah satu aspek penting dalam strategi bisnis perusahaan modern, terutama di sektor energi. *CSR* berfungsi sebagai jembatan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar, terutama dalam membangun kepercayaan dan reputasi. Dalam pelaksanaannya, keberhasilan program *CSR* sangat bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan oleh humas sebagai perpanjangan tangan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan (Aisyah, 2025)

Strategi komunikasi yang tepat memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan nilai-nilai dan tujuan *CSR* secara efektif kepada public, sekaligus membangun relasi yang kuat dengan masyarakat sebagai penerima manfaat. Humas memiliki peran strategis dalam menyampaikan nilai dan tujuan program *CSR* kepada masyarakat serta memastikan bahwa masyarakat turut terlibat secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaan program. Dalam konteks ini, pendekatan komunikasi dialogis menjadi relevan untuk membangun hubungan jangka panjang yang didasari oleh kepercayaan, keterbukaan, dan saling pengertian (Gadis Kusuma Astuti, 2024)

PT. Pertamina EP Pendopo Field merupakan salah satu perusahaan yang memiliki komitmen tinggi dalam menjalankan program *CSR*, khususnya di wilayah-wilayah yang menjadi lokasi operasionalnya. Adapun program *CSR* yang dijalankan adalah Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan, sebuah inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan petani lokal sekaligus menjaga keseimbangan lingkungan. Program ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan pertanian organik dan pelatihan keterampilan yang berkelanjutan. Lebih dari sekadar memberikan

bantuan material, program ini mendorong transformasi sosial melalui peningkatan kapasitas masyarakat.

Pelaksanaan program *CSR* ini tidak lepas dari peran strategis bagian humas PT. Pertamina EP Pendopo Field. Humas menjadi ujung tombak dalam membangun komunikasi dengan masyarakat penerima manfaat, baik dalam tahap sosialisasi, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Strategi komunikasi yang digunakan mencerminkan komitmen perusahaan untuk menjalin hubungan yang setara dan berkelanjutan dengan masyarakat. Dalam praktiknya, komunikasi dilakukan secara partisipatif, melibatkan berbagai elemen lokal, dan disesuaikan dengan konteks budaya serta kebutuhan masyarakat setempat.

Prinsip teori dialogis yang dikembangkan oleh Kent dan Taylor, (2002) menjadi acuan utama dalam menilai strategi komunikasi yang dijalankan oleh humas. Teori ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang didasarkan pada lima prinsip utama, yaitu *mutuality* (kesetaraan hubungan), *propinquity* (kedekatan dalam waktu dan ruang), *empathy* (kemampuan memahami pihak lain), *risk* (kesediaan untuk membuka diri), dan *commitment* (komitmen jangka panjang terhadap hubungan) (Rachmat Kriyanto, 2017) Prinsip-prinsip ini merepresentasikan pendekatan komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relasional dan transformatif. Penerapan prinsip-prinsip dialogis dalam komunikasi *CSR* diyakini mampu membangun hubungan yang kokoh antara perusahaan dan masyarakat. Ketika perusahaan menunjukkan keterbukaan, empati, dan komitmen terhadap masyarakat, maka kepercayaan publik akan tumbuh secara alami. Kepercayaan ini menjadi fondasi utama dalam menjamin keberlanjutan program *CSR*, sekaligus memperkuat legitimasi sosial perusahaan. Dalam konteks ini, komunikasi bukan hanya alat penyampai pesan, melainkan juga medium untuk menciptakan perubahan sosial yang lebih luas.

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam pelaksanaan program *CSR* tersebut mencerminkan prinsip-prinsip dialogis. Penelitian ini berupaya menggali secara mendalam bagaimana komunikasi dilakukan dalam praktik, serta bagaimana persepsi dan respon masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dijalankan. Fokus utama terletak pada bagaimana nilai-nilai dialogis diintegrasikan dalam seluruh proses komunikasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi program.

Penelitian ini menjadi relevan karena masih sedikit kajian yang secara khusus menelaah penerapan teori dialogis dalam praktik *CSR* di Indonesia, khususnya pada sektor energi yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang signifikan. Oleh karena itu, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis dalam pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam ranah hubungan masyarakat strategis dan komunikasi pembangunan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak humas perusahaan dan masyarakat penerima manfaat, serta dokumentasi kegiatan *CSR* yang telah dilakukan. Analisis dilakukan secara tematik dengan merujuk pada lima prinsip teori dialogis sebagai kerangka konseptual

utama. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menangkap kompleksitas dinamika komunikasi *CSR* di lapangan secara holistik.

Pada akhirnya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya strategi komunikasi dialogis dalam pelaksanaan program *CSR*. Diharapkan hasil dari penelitian ini tidak hanya menjadi sumbangan akademik, tetapi juga menjadi referensi praktis bagi perusahaan dalam menyusun strategi komunikasi *CSR* yang lebih inklusif, partisipatif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Komunikasi yang terbuka, jujur, dan berbasis empati akan menjadi kunci utama dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

KAJIAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi dialogis yang dikemukakan oleh Kent dan Taylor (2002) sebagai landasan utama dalam menganalisis strategi komunikasi *CSR* yang dilakukan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field. Teori ini menekankan lima prinsip utama dalam membangun hubungan komunikasi yang etis dan berkelanjutan antara organisasi dan publik, yaitu *mutuality* (kesetaraan dalam hubungan), *propinquity* (keterbukaan dalam waktu nyata), *empathy* (kemampuan memahami perasaan pihak lain), *risk* (kesediaan menanggung risiko komunikasi), dan *commitment* (komitmen jangka panjang dalam membina relasi). Komunikasi dialogis dalam konteks ini tidak hanya dilihat sebagai proses penyampaian pesan satu arah, melainkan sebagai upaya interaktif yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna antara perusahaan dan masyarakat secara setara (Rachmat Kriyanto, 2017)

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan relevansi penerapan teori komunikasi dialogis dalam praktik *CSR*. Penelitian oleh (Fitria & Razali, 2023) menekankan bahwa komunikasi dua arah yang beretika sangat penting dalam menjaga hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik. Sementara itu, penelitian oleh menunjukkan bahwa hubungan yang dibangun melalui prinsip-prinsip dialogis dapat memperkuat citra perusahaan dan meningkatkan partisipasi publik dalam program-program sosial (Hayat, 2024). Dengan landasan teori dan hasil penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi bagian humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam melaksanakan program *CSR* Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan, dengan menggunakan teori dialogis sebagai kerangka analisis utama untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam pelaksanaan program *CSR*, khususnya Program Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan (PSRLB).

Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan proses komunikasi yang berlangsung secara alami dan kontekstual sesuai dengan realitas sosial di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan dua kategori informan utama, yaitu pihak internal perusahaan dari divisi Legal & Relations yang terlibat dalam program CSR, serta tokoh masyarakat dari wilayah Komperta Pendopo sebagai penerima manfaat program. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung dan dokumentasi untuk memperkuat validitas data.

Proses analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyaring informasi penting, menyusun temuan secara sistematis, dan menarik kesimpulan yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, hasil temuan dianalisis menggunakan teori komunikasi dialogis dari Kent dan Taylor sebagai landasan teori utama. Teori ini menekankan lima prinsip utama dalam membangun komunikasi yang etis dan berkelanjutan, yaitu *mutuality*, *propinquity*, *empathy*, *risk*, dan *commitment*, yang kemudian digunakan untuk menilai bagaimana strategi komunikasi CSR dijalankan oleh pihak perusahaan dalam hubungannya dengan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil temuan penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teori komunikasi dialogis dari Kent dan Taylor (2002). Fokus utama dari pembahasan adalah memahami bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam melaksanakan program CSR “Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan” serta bagaimana pandangan masyarakat terhadap pelaksanaan program tersebut.

Struktur pembahasan dibagi menjadi dua bagian utama. Pertama, menguraikan persepsi dan respons masyarakat sebagai penerima manfaat terhadap pelaksanaan program CSR yang dilakukan perusahaan. Kedua, membahas strategi komunikasi yang digunakan oleh bagian humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dengan mengacu pada lima prinsip komunikasi dialogis, yaitu *mutuality*, *propinquity*, *empathy*, *risk*, dan *commitment*.

Pandangan Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field

Pandangan masyarakat terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan persepsi, sikap, dan penilaian yang muncul dari pengalaman langsung masyarakat dalam mengikuti atau merasakan dampak dari program yang dijalankan oleh perusahaan (Adolph, 2016). Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh PT. Pertamina EP Pendopo Field mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat sebagai penerima manfaat. Dalam konteks ini, pandangan masyarakat menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan dan dampak

program terhadap kehidupan sosial dan ekonomi mereka. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan, sebagian besar masyarakat menyampaikan apresiasi terhadap program *CSR*, khususnya program Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan yang difokuskan oleh perusahaan.

Masyarakat melihat program ini bukan sekadar pemberian bantuan bersifat sekali jalan, melainkan sebuah dukungan yang berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang. Pendekatan yang dilakukan melalui edukasi intensif dan pendampingan berkelanjutan memungkinkan masyarakat terlibat aktif dalam proses mulai dari sosialisasi, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Keterlibatan tersebut meningkatkan rasa kepemilikan dan motivasi masyarakat dalam menjalankan program.

Salah satu aspek yang mendapat perhatian positif adalah peralihan penggunaan pupuk dan pestisida kimia sintetis ke teknik pertanian organik yang lebih ramah lingkungan. Sebelum adanya program ini, sebagian besar masyarakat petani mengandalkan bahan kimia dengan biaya cukup tinggi, yang selain membebani keuangan juga berpotensi merusak kesuburan tanah. Melalui pelatihan dan pendampingan, mereka diperkenalkan dengan pembuatan dan penggunaan pupuk organik dari bahan alami yang mudah didapatkan. Hal ini membantu menurunkan biaya produksi sekaligus menjaga kualitas lingkungan dan kesehatan masyarakat. Salah satu pernyataan informan masyarakat bapak Rahmat Hidayat menguatkan hal ini:

“Dulu pengeluaran untuk pupuk kimia cukup besar. Setelah mengikuti program ini, kami belajar membuat pupuk organik sendiri sehingga biaya menurun dan hasil tanaman juga semakin baik.” (Rahmat Hidayat, 2025)

Tidak hanya dari segi pengurangan biaya, masyarakat juga mengaku bahwa pendapatan mereka meningkat karena hasil panen menjadi lebih produktif dan kualitasnya lebih baik. Pendapatan tambahan ini berkontribusi langsung pada kesejahteraan keluarga. Selain aspek teknis dan ekonomi, kehadiran tim *CSR* yang secara rutin melakukan pendampingan lapangan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program. Pendampingan ini tidak hanya sebatas transfer pengetahuan, tetapi juga membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat, sehingga tercipta rasa saling percaya dan keterbukaan.

“Pendampingan dari tim CSR sangat membantu kami. Mereka selalu siap memberi arahan dan dukungan kapan pun dibutuhkan.” (Rahmat Hidayat, 2025)

Adapun dukungan lain yang diterima masyarakat adalah pemberian lahan yang dapat mereka kelola secara mandiri. Hasil panen dari lahan tersebut menjadi hak penuh masyarakat tanpa pembagian dengan perusahaan, sehingga mereka dapat mengoptimalkan penggunaan lahan untuk kebutuhan pribadi maupun pemasaran. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Sutarni selaku masyarakat penerima manfaat, yakni:

“Kami diberi lahan untuk bertani, dan hasilnya bisa kami nikmati seluruhnya tanpa membagi hasil dengan pihak perusahaan. Ini sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.”

Pandangan masyarakat ini sejalan dengan temuan penelitian (Nurozi et al., 2024) yang menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan dialogis dan partisipatif dalam program CSR. Mereka menyatakan bahwa penerimaan dan keberlanjutan program sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat merasa dilibatkan dan memperoleh manfaat nyata (Haryanti, 2021) juga menambahkan bahwa keberhasilan program CSR harus mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan demi terciptanya pembangunan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, pandangan masyarakat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field berhasil memberikan manfaat signifikan melalui pendekatan komunikasi dua arah, pemberdayaan masyarakat, serta penyesuaian program dengan kebutuhan dan karakteristik lokal. Hal ini menegaskan bahwa strategi CSR yang berorientasi pada kemitraan dan dialog efektif dalam menciptakan hubungan yang harmonis serta pembangunan berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat.

Strategi Komunikasi Humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam Melaksanakan Program CSR

Strategi komunikasi merupakan serangkaian pendekatan sistematis yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu melalui penyampaian pesan yang efektif, pemilihan media yang tepat, serta pengelolaan hubungan yang baik antara pengirim pesan dan penerima pesan. Dalam konteks pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR), strategi komunikasi menjadi aspek krusial yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menyampaikan tujuan, melibatkan masyarakat, serta membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan (Zebua et al., 2024). Strategi komunikasi yang dijalankan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam program CSR "Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan" dirancang dengan pendekatan dialogis. Pendekatan ini menekankan komunikasi dua arah, partisipasi aktif masyarakat, serta penguatan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan komunitas lokal. Strategi ini mencerminkan lima prinsip teori komunikasi dialogis dari Kent dan Taylor (2002), yaitu *mutuality* (kesetaraan), *propinquity* (keterlibatan langsung), *empathy* (empati), *risk* (kesediaan membuka diri), dan *commitment* (komitmen jangka panjang). Berikut penjabaran lima strategi komunikasi utama yang digunakan oleh PT. Pertamina EP Pendopo Field:

a. Pertemuan Rutin

Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah mengadakan pertemuan rutin bersama masyarakat, khususnya dengan kelompok tani binaan. Pertemuan ini menjadi forum resmi untuk menyampaikan informasi, mendiskusikan perkembangan program, serta menampung aspirasi masyarakat. Melalui pertemuan rutin, humas bersama pendamping lapangan dapat memantau progres kegiatan dan menjalin komunikasi

langsung yang intensif dengan para petani. Forum ini juga menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan kendala dan memberikan masukan secara terbuka, sehingga membentuk komunikasi dua arah yang sehat dan produktif (Pratama, 2016)

Berdasarkan observasi yang dilakukan Pertemuan rutin antara humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dengan masyarakat merupakan salah satu strategi komunikasi utama dalam pelaksanaan program CSR pertanian sehat ramah lingkungan berkelanjutan. Pertemuan ini menjadi sarana penting untuk menyampaikan informasi, membangun kesepahaman, membentuk partisipasi aktif masyarakat, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sebagai mitra dalam pelaksanaan program.

Pertemuan rutin memiliki peran strategis karena mampu menjembatani kebutuhan masyarakat dengan tujuan perusahaan. Melalui komunikasi tatap muka yang dilakukan secara berkelanjutan, masyarakat tidak hanya menjadi objek program, tetapi juga menjadi subjek yang aktif dalam merencanakan, melaksanakan, hingga mengevaluasi program tersebut. Hasil dari pertemuan-pertemuan ini bukan hanya tercapainya tujuan program CSR, tetapi juga tumbuhnya rasa memiliki, kepercayaan, dan motivasi masyarakat untuk mengembangkan pertanian sehat secara berkelanjutan.

Berdasarkan temuan di lapangan, pada tahap awal pelaksanaan program CSR, strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dimulai dengan mengadakan pertemuan bersama kepala desa dan warga. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk mendengarkan langsung permasalahan yang dihadapi masyarakat, menggali kebutuhan mereka, serta mengidentifikasi kelompok tani yang sudah ada di lapangan. Dalam suasana diskusi yang terbuka, masyarakat diajak untuk menyampaikan pandangan mereka mengenai kondisi pertanian, tantangan yang dihadapi, dan harapan terhadap program yang akan dijalankan. Dari hasil diskusi tersebut, pihak perusahaan juga mulai merekrut warga yang memiliki minat tinggi dan kesediaan untuk belajar, agar nantinya mereka dapat mengikuti rangkaian pelatihan secara maksimal. Setelah proses awal ini selesai, program dilanjutkan dengan pelatihan intensif selama lima hari. Selama tiga hari pertama, peserta diberikan materi dasar mengenai pertanian organik, pentingnya menjaga kesehatan tanah dan lingkungan, serta pengelolaan lahan yang berkelanjutan. Dua hari berikutnya difokuskan pada praktik langsung di lapangan agar masyarakat tidak hanya memahami teori, tetapi juga dapat menerapkannya secara nyata. Seperti yang diungkapkan oleh informan bapak Erwinton selaku tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Di awal program, kita adakan pertemuan terlebih dahulu dengan masyarakat dan kepala desa, berdiskusi mengenai kebutuhan masyarakat bukan langsung mendatangkan program jadi. Selanjutnya dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan selama lima hari penuh. Hari pertama sampai ketiga kita sampaikan materi dasar pertanian sehat, lalu hari keempat dan kelima kita bawa mereka langsung ke lapangan untuk praktik.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi awal yang dilakukan oleh perusahaan memperlihatkan keseriusan perusahaan dalam membangun komunikasi yang partisipatif dan berkelanjutan dengan masyarakat. Kesediaan perusahaan untuk terlebih

dahulu mengadakan pertemuan, mendengarkan aspirasi, serta berdiskusi mengenai kebutuhan masyarakat sebelum menghadirkan program, mencerminkan komitmen untuk tidak menjalankan program secara sepihak. Hal ini terlihat dari pelatihan dan pendampingan selama lima hari penuh menunjukkan prinsip *commitment* perusahaan dalam memastikan masyarakat tidak hanya mendapatkan pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan secara praktis. Dengan memberikan materi dasar selama tiga hari dan praktik langsung di lapangan selama dua hari, perusahaan membuktikan keseriusan dan tanggung jawabnya untuk mendampingi masyarakat secara intensif hingga mereka benar-benar menguasai konsep pertanian sehat. Pendekatan ini mencerminkan keterlibatan jangka panjang dan kesungguhan perusahaan dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat, sesuai dengan prinsip *commitment* dalam teori dialogis Kent & Taylor (2002).

Setelah pelatihan awal, pertemuan rutin dilanjutkan dalam berbagai frekuensi dan waktu yang fleksibel, tergantung kebutuhan di lapangan. Beberapa masyarakat mengikuti pertemuan bulanan dan pertemuan pada saat panen untuk membahas hasil dan evaluasi kegiatan. Setiap pertemuan dilakukan secara langsung dengan melibatkan masyarakat petani, pendamping lapangan pihak pihak humas. Seperti yang di sampaikan oleh bapak sukeri selaku informan dari humas PT Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Biasanya pertemuan ini kami adakan sebulan sekali atau tiga bulan sekali, tergantung kebutuhan. Kadang juga kami hadir saat masa panen untuk evaluasi bersama masyarakat. Yang datang dari pihak perusahaan biasanya tim humas dan teman-teman dari CSR, supaya komunikasi tetap lancar dan kami bisa saling berbagi informasi serta melihat langsung perkembangan program di lapangan.”

Adapun pernyataan lanjutan yang di ungkapkan oleh bapak Erwinton selaku informan dari tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Pertemuan ini memang jadi salah satu cara kami untuk tetap dekat dengan masyarakat. Biasanya kami bahas perkembangan program, dengar langsung cerita dan tantangan dari petani, lalu kami bantu cari jalan keluarnya bareng-bareng. Kadang juga kami manfaatkan untuk menyampaikan info terbaru soal kegiatan CSR atau rencana pelatihan lanjutan. Jadi bukan cuma sekadar kumpul, tapi memang jadi ruang diskusi dan saling dukung.”

Dilanjutkan dengan pernyataan yang sama dari salah satu informan masyarakat penerima manfaat yaitu bapak Rahmat Hidayat:

“Biasanya sebulan sekali ada pertemuan, kadang tiga sebulan sekali juga. Kalau pas panen, kami juga ngumpul sama tim dari Pertamina untuk evaluasi hasil panennya dan diskusi rencana ke depan.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa PT. Pertamina EP Pendopo Field secara konsisten menjaga komunikasi dan hubungan dengan masyarakat melalui pertemuan yang dilakukan secara berkala. Baik dari sisi masyarakat maupun perusahaan, sama-sama menekankan adanya kegiatan rutin yang tidak hanya berlangsung pada masa tertentu saja, tetapi juga disesuaikan dengan kebutuhan dan siklus kegiatan pertanian, seperti saat panen.

Pernyataan dari bapak Rahmat Hidayat menunjukkan bahwa masyarakat merasa dilibatkan secara aktif dalam evaluasi hasil panen dan perencanaan kegiatan selanjutnya. Hal ini mencerminkan adanya komunikasi dua arah yang berjalan dengan baik. Sementara itu, dari pihak perusahaan, dijelaskan bahwa tim humas dan staf CSR secara langsung hadir dalam pertemuan tersebut, yang menunjukkan komitmen perusahaan untuk turun langsung ke lapangan, tidak hanya sebagai pengelola program dari jauh.

Tempat pelaksanaan pertemuan rutin cukup variatif. Terkadang dilakukan di balai desa, pondok PPMP (Pusat Pertanian Masyarakat Pertamina), atau langsung di lahan pertanian. Fleksibilitas lokasi ini menunjukkan adaptasi perusahaan terhadap kenyamanan dan ketersediaan masyarakat. Adapun pernyataan dari bapak Erwinton selaku informan dari tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Kita fleksibel, kadang pertemuannya di pondok PPMP, kadang di balai desa. Kalau sambil praktik, kita langsung ke lapangan. Yang biasanya datang itu tim humas dan kami dari tim CSR.”

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa, kehadiran rutin serta keterlibatan langsung dari tim Pertamina ini mencerminkan prinsip *commitment* dalam teori dialogis, di mana perusahaan menunjukkan tanggung jawab jangka panjang terhadap keberhasilan program dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, prinsip *mutuality* juga tercermin dari keterbukaan kedua belah pihak untuk saling bertukar informasi dan berdiskusi dalam suasana yang setara. Pertemuan ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pengawasan, tetapi juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan masukan dan bagi perusahaan untuk memberikan pendampingan secara langsung.

b. Pemanfaatan Media Sosial Grup WhatsApp

Selain komunikasi tatap muka, dalam penelitian ini perusahaan juga memanfaatkan media digital untuk menjangkau masyarakat secara lebih cepat dan fleksibel. Pemanfaatan media sosial merupakan bagian dari strategi komunikasi modern yang memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan informasi, membangun interaksi, serta memperkuat hubungan antara organisasi dengan khalayaknya. Dalam konteks program CSR, media sosial berperan penting sebagai saluran komunikasi yang cepat, langsung, dan mudah diakses oleh masyarakat. Grup WhatsApp dibentuk sebagai media komunikasi informal antara perusahaan dan para petani. Dalam grup ini, berbagai informasi seperti jadwal kegiatan, dokumentasi pelaksanaan program, hingga diskusi teknis mengenai pertanian dibagikan secara aktif. Strategi ini memungkinkan komunikasi yang lebih responsif dan terbuka, serta menjadi sarana penting dalam mempererat

hubungan antaranggota kelompok tani maupun antara masyarakat dan perusahaan (Saleh & Sihite, 2020).

Dalam pelaksanaan program CSR Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan, humas PT. Pertamina EP Pendopo Field tidak hanya mengandalkan pertemuan langsung, tapi juga memanfaatkan media sosial sebagai pendukung komunikasi yang efektif. Salah satu media yang digunakan adalah WhatsApp group. Penggunaan WhatsApp menjadi bagian penting dari strategi komunikasi yang mengedepankan kecepatan, kedekatan, dan keterhubungan antar pihak, terutama ketika tidak memungkinkan untuk bertemu langsung setiap waktu.

WhatsApp dipilih karena mudah diakses oleh masyarakat dan sudah menjadi media komunikasi sehari-hari. Aplikasi ini memudahkan koordinasi, menyampaikan informasi dengan cepat, serta menjaga alur komunikasi tetap aktif, bahkan di luar jam kerja formal. Di lapangan, tidak semua kebutuhan bisa ditampung hanya lewat pertemuan tatap muka, sehingga komunikasi lewat grup WhatsApp menjadi solusi praktis yang menjembatani komunikasi harian antara petani, pendamping, dan pihak perusahaan.

Fungsi utama grup WhatsApp ini adalah untuk menyampaikan pengumuman, membagikan materi pelatihan, melaporkan perkembangan di lahan, dan mendiskusikan kendala yang muncul. Bahkan, jika ada petani yang mengalami masalah teknis, mereka bisa langsung mengirim foto atau pesan di grup, lalu akan segera ditanggapi oleh pendamping lapangan atau tim dari Pertamina, berikut pernyataan dari bapak Erwinton selaku tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Ya, kami menggunakan media sosial whatsapp. kami buat grup WhatsApp ini untuk memudahkan kami mengirimkan informasi kepada masyarakat. Grup ini juga memudahkan masyarakat untuk menyampaikan masalah yang mereka hadapi, baik melalui pesan maupun dengan mengirimkan foto langsung di grup. Setelah itu, kami akan segera menindaklanjuti setiap laporan yang masuk agar masalah bisa cepat diselesaikan”

Namun demikian, tidak semua masyarakat memiliki akses terhadap WhatsApp. Beberapa peserta program, terutama yang lebih lanjut usia atau belum terbiasa menggunakan smartphone, mengalami keterbatasan dalam mengikuti komunikasi digital. Untuk mengatasi hal ini, tim CSR atau sesama petani yang tergabung dalam grup biasanya membantu menyampaikan kembali informasi secara langsung. Dengan kata lain, strategi komunikasi ini tetap mengedepankan kepedulian agar tidak ada pihak yang tertinggal informasi. Seperti yang di ungkapkan oleh bapak Erwinton selaku tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“orang-orang dalam grup ini terdiri dari anggota yang memang terlibat langsung dalam program, seperti petani penerima manfaat, pendamping lapangan, dan perwakilan dari humas. Kalau ada yang belum bisa pakai WhatsApp, biasanya disampaikan langsung lewat temannya atau lewat pendamping waktu di lapangan.”

Berdasarkan hasil observasi penelitian ini, penggunaan WhatsApp group ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam program CSR bukan hanya dibangun secara formal, tapi juga responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat. Ini sejalan dengan prinsip *propinquity*, di mana keterlibatan terjadi secara langsung dan berkelanjutan, serta prinsip *mutuality*, karena komunikasi bersifat dua arah dan saling mendukung. Dengan pendekatan ini, WhatsApp bukan hanya sekadar alat pengiriman pesan, tapi menjadi media yang memperkuat relasi sosial, mempercepat respons, dan memastikan semua pihak tetap terhubung.

c. Pendampingan Lapangan

Pendampingan lapangan merupakan bentuk keterlibatan langsung antara pihak pelaksana program dengan masyarakat di lokasi kegiatan. Tujuan utama dari pendampingan ini adalah memberikan dukungan teknis dan moril secara langsung agar masyarakat mampu menjalankan kegiatan dengan baik, sesuai dengan tujuan program yang telah dirancang (Sumyani et al., 2021). Dalam penelitian ini, pendampingan menjadi salah satu strategi komunikasi yang sangat penting dalam pelaksanaan program CSR pertanian sehat ramah lingkungan berkelanjutan. Melalui pendampingan, PT. Pertamina EP Pendopo Field memastikan bahwa setiap petani tidak hanya memahami konsep pertanian sehat, tetapi juga mampu menerapkannya secara mandiri dan konsisten di lapangan. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk memberikan bimbingan langsung, menjawab kendala yang dihadapi petani secara praktis, serta memastikan bahwa proses pertanian berjalan sesuai dengan prinsip ramah lingkungan dan berkelanjutan. Pendampingan juga menjadi wujud komitmen perusahaan dalam memastikan keberhasilan program, sekaligus membangun kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan dan keseriusan Pertamina sebagai mitra. Adapun pernyataan mengenai kegiatan pendampingan dari bapak Sukeri selaku informan humas PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Perusahaan tidak hanya memberikan pelatihan di awal, tapi juga terus melakukan pendampingan di lapangan. Tujuannya agar masyarakat benar-benar bisa menjalankan kegiatan ini dengan baik, tidak merasa kebingungan saat menghadapi kendala.”

Pernyataan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tidak berhenti pada penyampaian informasi atau pelatihan awal semata, melainkan dilanjutkan dengan pendampingan secara aktif di lapangan. Humas menjelaskan bahwa kehadiran tim perusahaan secara langsung di tengah masyarakat bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan kegiatan dapat dijalankan dengan benar. Pendampingan ini menjadi kunci untuk membangun kepercayaan, mencegah kesalahan teknis, serta memberikan rasa aman kepada masyarakat dalam melaksanakan program pertanian sehat secara mandiri.

Lebih lanjut, sebagai langkah untuk memperluas manfaat program, pendampingan tidak hanya fokus pada budidaya tanaman, tetapi juga diarahkan pada pengembangan produk. Bentuknya adalah pengolahan obat-obatan herbal, salah satunya pengolahan temulawak menjadi obat herbal, yang menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan

variasi pemanfaatan hasil panen. informan bapak Erwinton selaku tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field mengungkapkan pernyataan, yakni:

“Kami melakukan pendampingan tidak hanya saat pelaksanaan di lahan, tetapi juga ketika masyarakat mulai mengolah hasil pertaniannya. Contohnya, dalam pengolahan temulawak menjadi obat-obatan herbal, kami tetap mendampingi prosesnya agar mereka lebih yakin dan tahu langkah-langkah yang benar.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan oleh pihak perusahaan tidak terbatas pada tahap produksi di lapangan, melainkan juga berlanjut saat masyarakat mengembangkan hasil pertanian menjadi produk olahan. Pendampingan ini penting untuk memastikan kegiatan berjalan dengan baik serta mendorong kemandirian masyarakat dalam mengelola hasil panennya. Sejalan dengan itu, hal ini tidak hanya tercermin dari sudut pandang pelaksana program, tetapi juga dirasakan langsung oleh masyarakat. Seperti pernyataan Ibu Sutarni selaku masyarakat penerima manfaat PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Sebagai ibu rumah tangga yang juga membantu di sawah, saya juga merasa didengar. Saat pertemuan awal, kami para ibu-ibu juga diberi kesempatan bicara, terutama soal dampak pupuk kimia terhadap kesehatan keluarga kami. Tim humas dari perusahaan mencatat dan menindaklanjuti, bahkan ada pelatihan khusus untuk kami tentang pemanfaatan hasil tanaman organik dan limbah organik. Jadi bukan hanya bapak-bapak yang dilibatkan dalam program ini.”

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa masyarakat, khususnya kelompok perempuan, merasa didengar dan diperhatikan oleh perusahaan dalam pelaksanaan program CSR. Ungkapan Ibu Sutarni mencerminkan bahwa PT. Pertamina EP Pendopo Field menunjukkan kepedulian terhadap berbagai lapisan masyarakat, termasuk ibu rumah tangga yang turut berperan dalam kegiatan pertanian. Tidak hanya memberikan ruang untuk menyampaikan pendapat, perusahaan juga menindaklanjuti aspirasi tersebut dengan menyediakan pelatihan khusus yang relevan dengan kebutuhan mereka. Hal ini menandakan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh humas mengedepankan empati, di mana setiap suara masyarakat dihargai dan dijadikan dasar dalam pengambilan kebijakan program. Pendekatan ini memperkuat keterlibatan masyarakat secara emosional maupun fungsional dalam program CSR yang dijalankan.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field bersama Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang ditunjuk untuk mendampingi masyarakat dalam proses pembuatan obat herbal berbahan dasar temulawak. Kegiatan ini merupakan bagian dari Program CSR pertanian sehat ramah lingkungan berkelanjutan, di mana masyarakat tidak hanya diberikan teori, tetapi juga praktik langsung dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk. Kolaborasi ini bertujuan untuk mendorong kemandirian masyarakat dan memperkuat pemahaman mereka tentang pengolahan tanaman herbal secara organik. Manfaat dari adanya pendampingan ini sangat terasa bagi

masyarakat. Petani merasa lebih tenang karena tidak harus menjalankan program ini sendiri. Mereka bisa berdiskusi, bertanya, belajar, bahkan menyampaikan keluhan secara langsung kapan pun dibutuhkan. Pendampingan juga memberikan motivasi, karena kehadiran pihak perusahaan secara langsung di lapangan menunjukkan bahwa proses ini memang dijalani bersama, bukan hanya dibebankan kepada masyarakat.

“Kami dibimbing terus, ada pendamping yang sering datang. Kadang ngajari langsung di kebun, kadang juga ngobrol santai di pondok. Jadi nggak bingung sendiri.”

Pendampingan ini menjadi bentuk nyata dari prinsip *commitment* dalam teori dialogis. Perusahaan menunjukkan kesungguhan untuk terlibat secara terus-menerus dan tidak hanya hadir di awal program. Di saat yang sama, prinsip *empathy* juga tercermin dalam pendekatan yang humanis dan penuh perhatian terhadap kebutuhan serta kondisi masyarakat. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya teknis, tapi juga emosional, membangun rasa percaya, membentuk kebersamaan, dan menumbuhkan semangat kemandirian.

d. Pertemuan Informal

Strategi komunikasi juga dilakukan melalui pertemuan informal. Pertemuan informal seringkali menjadi momen yang efektif untuk menggali permasalahan yang tidak muncul dalam forum resmi. Strategi ini mencerminkan nilai empati dan keterbukaan dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat. Pertemuan informal biasanya terjadi secara spontan, di sela-sela kegiatan di lapangan, saat sedang istirahat bertani, atau bahkan saat warga sedang berkumpul di rumah salah satu anggota kelompok. Suasananya santai dan tidak kaku, sehingga masyarakat merasa lebih bebas untuk bercerita, menyampaikan kendala, atau sekadar berdiskusi ringan soal perkembangan pertanian.

Dalam penelitian ini, yang menjadi ujung tombak komunikasi dalam pertemuan informal ini adalah mbak Duwi Permata Sari. Ia bukan hanya warga setempat, tapi juga dipercaya oleh Pertamina sebagai pendamping sekaligus penghubung antara perusahaan dengan masyarakat lain. Karena kedekatannya dengan perusahaan dan masyarakat lain, mbak Duwi sering menjadi tempat pertama warga menyampaikan ide, keluhan, maupun saran sebelum diteruskan ke tim Humas. Ia juga sering terlibat dalam diskusi dengan tim CSR dan Humas, serta dipercaya oleh masyarakat sebagai wakil untuk menyampaikan masukan maupun kendala yang mereka hadapi. Seperti yang disampaikan oleh bapak Erwinton selaku tim CSR PT. Pertamina EP Pendopo Field, yakni:

“Kami tidak membatasi komunikasi hanya lewat forum resmi. Kalau ada tokoh masyarakat yang bisa menyampaikan aspirasi warga, itu sangat membantu. Jadi komunikasi bisa tetap jalan meski di luar pertemuan formal. Contohnya Mbak Duwi, dia kami lihat cukup aktif, wawasannya bagus, dan meskipun paling muda di antara yang lain, justru itu yang membuat dia cepat tanggap. Selain itu, orang tuanya juga ikut program ini, jadi dia paham betul situasi di lapangan.”

Berdasarkan observasi diatas dapat diketahui bahwa kehadiran tokoh lokal seperti Mbak Duwi bukan hanya memudahkan alur komunikasi antara masyarakat dan perusahaan, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan antara kedua belah pihak. Keunggulannya sebagai tokoh muda dengan wawasan yang baik dan kedekatan personal dengan program melalui keluarganya membuatnya mampu memahami situasi lapangan secara utuh dan menyampaikan aspirasi masyarakat secara tepat. Tanggapan dari pihak masyarakat sendiri, keberadaan Mbak Duwi sebagai “tangan kanan” mereka menjadi solusi praktis ketika mereka ingin menyampaikan sesuatu. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sutarni selaku masyarakat penerima manfaat, yakni:

“Kalau kami ada yang mau disampaikan ke Pertamina, biasanya ngomong ke Mbak Duwi dulu. Soalnya dia yang sering bareng tim CSR, jadi enak, apa yang kita keluhkan bisa nyampe.”

Mbak Duwi sendiri merasa bahwa dirinya hanya berusaha membantu agar komunikasi tetap berjalan baik:

“Biasanya kalau ada yang pengen ngomongin sesuatu soal program, warga suka cerita dulu ke aku. Ya aku bantu sampaikan, soalnya aku juga lumayan sering bareng tim CSR jadi udah kenal. Lagian aku juga tinggal di sini, orang tua aku juga ikut program ini, jadi paham juga apa yang jadi masalah atau keinginan mereka.”

Dalam penelitian ini, pendekatan informal terbukti menjadi elemen penting untuk menjaga kedekatan dan kelangsungan hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Melalui interaksi yang lebih santai dan tidak kaku, komunikasi menjadi lebih terbuka dan mudah dijangkau. Di sinilah peran tokoh lokal seperti Mbak Duwi menjadi sangat signifikan. Ia bukan hanya dikenal sebagai perwakilan masyarakat, tetapi juga dipercaya sebagai penyambung aspirasi warga. Keaktifannya, kemampuannya berkomunikasi, serta kedekatannya dengan program karena orangtuanya juga merupakan penerima manfaat membuat Mbak Duwi menjadi penghubung yang efektif antara masyarakat dan tim CSR.

Kehadiran tokoh lokal seperti ini mencerminkan penerapan prinsip *empathy* dan *propinquity*, di mana perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan dan keterlibatan melalui orang-orang yang benar-benar dipahami dan diterima oleh masyarakat. Dalam praktiknya, komunikasi tidak hanya terjadi di ruang pertemuan atau forum resmi, tetapi juga lewat obrolan santai di sawah, di pondok, atau di sela aktivitas sehari-hari. Dengan adanya tokoh lokal, berbagai kendala atau aspirasi masyarakat dapat lebih mudah disampaikan dan ditindaklanjuti, menciptakan pola komunikasi yang lebih partisipatif, responsif, dan berkelanjutan.

e. Evaluasi Bersama

Strategi terakhir yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kegiatan evaluasi bersama antara pihak perusahaan dan masyarakat. Evaluasi Bersama menjadi salah satu strategi komunikasi penting yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam melaksanakan program CSR pertanian sehat ramah lingkungan berkelanjutan.

Evaluasi ini dilakukan secara bersama dengan melibatkan masyarakat, khususnya para petani penerima manfaat program. Penelitian yang dilakukan Dody Prayogo Juga menegaskan bahwa melalui evaluasi, perusahaan dapat menilai sejauh mana program telah berjalan sesuai dengan tujuan, meninjau keberhasilan program, mengidentifikasi tantangan, sekaligus menerima masukan langsung dari masyarakat terkait hambatan maupun kebutuhan yang belum terpenuhi, serta menyusun rencana tindak lanjut. Evaluasi ini bersifat partisipatif, di mana masyarakat diberikan ruang untuk menilai keberhasilan dan menyampaikan saran. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya menjadi alat ukur kinerja, tetapi juga bagian dari proses dialogis yang memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan (Prayogo, 2017). Dalam pelaksanaan program CSR pertanian sehat ramah lingkungan berkelanjutan, evaluasi jadi bagian penting yang nggak bisa dilewatkan. Lewat evaluasi, semua pihak bisa melihat sejauh mana program ini berjalan, apa saja yang sudah berhasil, dan bagian mana yang masih perlu diperbaiki. Humas PT. Pertamina EP Pendopo Field punya strategi komunikasi yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses evaluasi ini, supaya program tidak hanya dijalankan sepihak, tapi benar-benar dikerjakan bersama.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa, evaluasi ini biasanya dilakukan secara rutin setiap bulan dan juga di akhir tahun (pasca panen). Bentuknya adalah pertemuan terbuka antara masyarakat dengan pihak Pertamina, khususnya tim Humas dan tim CSR. Di pertemuan ini, semua bebas menyampaikan pendapat, menyampaikan kendala, kasih saran, atau cerita tentang hasil yang mereka dapat dari program. Pelaksanaan program CSR pertanian sehat ramah lingkungan berkelanjutan, PT. Pertamina EP Pendopo Field menerapkan dua jenis evaluasi yang menjadi bagian dari strategi komunikasinya, yaitu evaluasi rutin bulanan dan evaluasi besar di akhir tahun. Kedua bentuk evaluasi ini sama-sama penting, namun memiliki fokus dan tujuan yang berbeda. Adapun pernyataan dari informan bapak Sukeri selaku pihak humas PT. Pertamina EP Pendopo Field, mengenai berbagai evaluasi yang dilakukan, yakni:

“Kita ada evaluasi tiap bulan, dan juga evaluasi besar di akhir tahun. Di situ kita kumpul bareng masyarakat, bahas apa saja yang sudah berjalan baik, dan apa yang masih perlu dibenahi. Mulai dari hasil panen, masalah teknis di lapangan, distribusi bantuan, sampai partisipasi masyarakat dalam kegiatan. Kadang ada saran untuk penambahan alat, perbaikan metode tanam, atau usulan pelatihan lanjutan.”

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa, evaluasi rutin bulanan ini bersifat teknis dan operasional, dilakukan secara berkala setiap bulan dengan melibatkan pendamping lapangan dan perwakilan kelompok tani. Tujuan utamanya ialah, memantau pelaksanaan kegiatan pertanian yang sedang berjalan, mengidentifikasi kendala harian atau mingguan di lapangan seperti distribusi pupuk, alat yang rusak, atau serangan hama, dan memberikan umpan balik cepat atas keluhan atau saran dari petani. Evaluasi bulanan ini bersifat ringan dan bersekala kecil, hanya melibatkan masyarakat dan tim CSR untuk membahas hal-halyang sifatnya langsung. Evaluasi ini

memungkinkan respon cepat dan perbaikan langsung agar kegiatan pertanian tetap berjalan.

Sedangkan evaluasi akhir tahun (pasca panen), merupakan evaluasi besar dilakukan di akhir tahun, tepat setelah masa panen selesai. Momen ini digunakan untuk melakukan refleksi menyeluruh terhadap pelaksanaan program selama satu musim tanam penuh. Evaluasi ini dikemas dalam bentuk pertemuan terbuka yang melibatkan seluruh kelompok tani, tim CSR, serta pihak humas. Adapun fokusnya kegiatannya meliputi, menilai hasil panen sebagai indikator keberhasilan program, menganalisis efektivitas pelatihan, dan keterlibatan masyarakat. Menerima kritik dan saran dari warga terkait pelaksanaan program secara keseluruhan, menyusun rencana kerja dan pengembangan program untuk tahun berikutnya. Evaluasi tahunan ini tidak hanya menjadi ajang penilaian, tetapi juga pengambilan keputusan bersama. Karena dilakukan setelah panen, hasil konkret dari program dapat benar-benar dilihat dan diukur, sehingga evaluasi menjadi lebih objektif dan strategis. Lebih lanjut bapak sukeri juga menyampaikan, yakni:

“Kita biasanya adakan evaluasi di balai desa atau pondok PPMP. Supaya semua bisa hadir dan diskusinya nyaman.”

Pada pelaksanaan program ini masyarakat merasa dilibatkan secara langsung dalam setiap proses dimulai dari perencanaan, pengambilan keputusan, sampai evaluasi proram ini. sehingga suara mereka benar-benar didengar dan dihargai oleh perusahaan. Bapak Rahmat Hidayat, salah satu informan petani penerima manfaat, menegaskan:

“Kami tidak hanya jadi penerima bantuan, tapi juga ikut menilai dan memberi masukan. Kalau ada yang kurang pas, kami bisa sampaikan langsung supaya diperbaiki. Ini membuat kami merasa dihargai dan punya tanggung jawab juga untuk keberhasilan program.”

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan bersifat dialogis dan partisipatif, terutama dalam tahap evaluasi program CSR. Evaluasi bukan hanya menjadi sarana perusahaan menilai kinerja program, tetapi juga menjadi media masyarakat untuk menyuarakan pendapat mereka secara langsung, yang kemudian direspons dan ditindaklanjuti oleh perusahaan. Demikian pula, mbak Duwi Permata Sari selaku masyarakat penerima manfaat juga menambahkan:

“kegiatan evaluasi bersama ini membuat kami merasa memiliki program ini. Bukan hanya Pertamina yang menjalankan, tapi kami juga ikut terlibat dalam menentukan langkah selanjutnya. Jadi programnya lebih pas dengan kondisi kami.”

Keterlibatan aktif masyarakat dalam evaluasi ini mencerminkan prinsip dialogis yang kuat, di mana komunikasi berlangsung dua arah secara transparan dan partisipatif. Hal ini sekaligus memperkuat rasa kepemilikan dan komitmen masyarakat terhadap keberlanjutan program CSR.

“Kalau pas evaluasi itu, kami bisa ngomong terus terang. Misalnya kalau ada kendala, atau butuh sesuatu. Tim dari Pertamina juga mencatat semua masukan kami.”

Dari hasil evaluasi inilah, perusahaan tahu langkah selanjutnya. Kalau ada kekurangan, mereka mencoba cari solusinya. Kalau ada keberhasilan, itu dijadikan contoh untuk masyarakat lain. Evaluasi juga melihatkan kalau Pertamina nggak cuma datang sekali, kasih program, terus hilang, tapi benar-benar serius dan konsisten mendampingi. Proses ini mencerminkan prinsip *mutuality* karena kedua belah pihak terlibat aktif dalam menilai jalannya program, serta prinsip *commitment*, karena evaluasi dilakukan secara berkelanjutan dan ditindaklanjuti. Evaluasi ini jadi momen penting untuk memperkuat hubungan, menyamakan visi, dan memastikan program berjalan sesuai harapan bersama. Tabel 1 merupakan strategi komunikasi dalam pelaksanaan program CSR yang telah diolah dalam penelitian ini.

Tabel 1. Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program CSR

No.	Strategi Komunikasi	Bentuk Pelaksanaan	Prinsip Dialogis
1.	Pertemuan Rutin	Forum resmi komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Pertemuan awal dengan masyarakat dan kepala desa untuk berbagi informasi, mendengar kebutuhan dan aspirasi mereka, menyusun rencana bersama.	<i>Mutuality, Propinquity, Commitment</i>
2.	Pemanfaatan Media Sosial	Pembentukan grup whatsapp antara pihak perusahaan dan masyarakat. Untuk pengiriman informasi, jadwal, dan dokumentasi secara cepat.	<i>Propinquity, Empathy, Commitment.</i>
3.	Pertemuan Informal	Interaksi santai di luar forum resmi, seperti istirahat bertani, di rumah warga, atau di pondok PPMP. Pertemuan melalui tokoh lokal (Pendamping masyarakat).	<i>Empathy, Commitment, Risk.</i>
4.	Pendampingan	Kunjungan langsung ke lokasi pertanian oleh tim CSR dan Humas Pelatihan pengolahan produk oleh LSM Carios	<i>Mutuality, Empathy.</i>
5.	Evaluasi Bersama	Evaluasi rutin bulanan: Pertemuan teknis-operasional dengan petani dan pendamping lapangan Evaluasi akhir tahun: Pertemuan terbuka pasca panen untuk refleksi program dan rencana lanjutan.	<i>Risk, Mutuality, Commitment.</i>

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Pendopo Field dalam melaksanakan program CSR "Pertanian Sehat Ramah Lingkungan Berkelanjutan" telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip komunikasi dialogis Kent dan Taylor secara komprehensif. Strategi komunikasi yang meliputi pertemuan rutin, pemanfaatan media sosial WhatsApp Group, pendampingan, pertemuan informal, dan evaluasi bersama, menunjukkan adanya hubungan yang partisipatif, terbuka, dan berorientasi jangka panjang antara perusahaan dan masyarakat.

Penerapan prinsip *mutuality* tampak dalam upaya menciptakan kesetaraan dalam komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Prinsip *propinquity* hadir melalui keterlibatan aktif dan komunikasi yang bersifat langsung serta real-time. Prinsip *empathy* diwujudkan melalui pendekatan yang responsif terhadap kebutuhan dan kondisi masyarakat, sedangkan prinsip risk terlihat dari keberanian perusahaan menerima kritik dan masukan sebagai bagian dari perbaikan program. Prinsip *commitment* tercermin dalam keberlanjutan komunikasi serta pendampingan yang konsisten dan menyeluruh. Dengan strategi komunikasi yang dialogis dan berbasis kepercayaan, PT. Pertamina EP Pendopo Field tidak hanya berhasil meningkatkan efektivitas program CSR, tetapi juga memperkuat hubungan sosial yang harmonis dengan masyarakat sekitar wilayah operasional. Pendekatan ini dapat menjadi contoh praktik komunikasi CSR yang ideal dan berkelanjutan bagi perusahaan lainnya dalam menjalin hubungan yang bermakna dengan stakeholder lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrid (2017). *Analiss Komunikasi dan Persepi Maarakat Dalam Pogram CSR Ligungan Hidup PT. Adhya Tirta Batam di Kota Medan*.
- Aisyah, S. (2025). *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Reputasi Dan Keberlanjutan Bisnis Di Era Modern*. 2, 74–81.
- Fitria, P., & Razali, G. (2023). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Bening'S Clinic Cabang Kemang Jakarta Selatan. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Gadis Kusuma Astuti. (2024). *Buana komunikasi*.
- Haryanti, D. (2021). Program Corporate Social Responsibility Kompas Gramedia Berdasarkan *Triple Bottom Line*. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*.
- Hayat, N. M. (2024). Strategi Komunikasi Humas Universitas PTIQ Jakarta dalam Mengelola Media Sosial sebagai Media Publikasi. *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*.
- Nurozi, K., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Sisdianto, E., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2024). *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat : Analisis Dampak Sosial Dan Ekonomi*.
- Pratama, P. S. (2016). *PT . Sido Muncul merupakan salah satu perusahaan yang*

- mengaplikasikan kegiatan CSR yaitu pemberdayaan masyarakat dalam program Desa Wisata Rempah dan Buah , Kegiatan Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT . Industri Jamu dan farmasi Sido Muncul Tbk .,.*
- Prayogo, D. (2017). *Makara Human Behavior Studies in Asia Evaluasi Program Corporate Social Responsibility dan Community Development pada Industri Tambang dan Migas. 15(1).*
- Rachmat Kriyanto. (2017). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat.*
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1).*
- Sumyani, Y., Juliani, R., & Widiyanto, A. (2021). *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pt . Tirta Investama Subang.*
- Wahyana, A. N., Koswara, I., & Subekti, P. (2025). Strategi storytelling dalam video feature untuk memperkuat identitas desa wisata. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 5, 171*
- Zebua, I., Waruwu, M. H., Harefa, I., & Mendrofa, S. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Mengurangi Resistensi Pegawai Pada Badan Pusat Statistik Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis, Vol. 8 No.(1), 56.*