

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kelurahan Kalibaru merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas bisnis yang sangat besar seperti perikanan, perdagangan dan ekspor impor. RW 06 Kalibaru terletak di Kelurahan Kalibaru, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara. Wilayah ini berada di Kawasan pesisir utara Jakarta dan memiliki akses yang cukup strategis baik ke jalur laut maupun jalur darat, dengan posisi wilayah ini secara geografis, dapat dilihat bahwa RW 06 adalah wilayah yang memiliki potensi dan juga tantangan yang spesifik terkait pengembangan ekonomi dan kesejahteraan warganya.

Meskipun berada di Kawasan dengan potensi komersial yang cukup tinggi, namun faktanya banyak warga RW 06 Kalibaru yang mengalami keterbatasan dalam memperoleh penghasilan tetap, padahal berada di dekat wilayah dengan tingkat aktivitas komersial yang tinggi. Karena adanya potensi bisnis yang besar, ekspektasi terhadap peningkatan kesejahteraan lokal memang tinggi, namun kenyataannya terdapat kesenjangan antara potensi dan realitas ekonomi masyarakat di RW 06. Banyak warga di RW 06 yang belum memiliki penghasilan cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga mereka dan dikatakan masih rentan untuk menjadi wilayah dengan istilah “*kumis kupat*”. Istilah ini didapatkan langsung dari salah satu warga saat peneliti sedang melakukan observasi singkat di wilayah tersebut. *Kumis Kupat* ini adalah singkatan dari *kumuh padat dan kumuh miskin*, yang menggambarkan situasi pemukiman di wilayah RW 06 Kalibaru.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Fajar, selaku Staff Departemen Communitiy Development Humas PT PLN Indonesia Power UBP Priok (19 September, 2025) wilayah Kalibaru dikenal sebagai kawasan pesisir yang cukup padat, sebagian besar masyarakatnya mencari mata pencaharian sebagai nelayan, buruh pelabuhan dan pedagang kecil. Dalam wawancara singkat dengan warga setempat, daerah ini sering disebut sebagai daerah *kumis kupat*. Istilah ini muncul sebagai bentuk representasi kondisi sosial ekonomi masyarakat Kalibaru yang

masih mengalami keterbatasan, dimulai dari pendapatan yang kurang, infrastruktur terbatas, dan jumlah penduduk yang cukup tinggi. Stigma ini memperkuat urgensi adanya intervensi sosial dan ekonomi dari pihak luar, termasuk perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* nya.



Gambar.1 Kondisi Pemukiman di RW 06 Kalibaru
(sumber: dokumentasi perusahaan)

Disamping itu, masyarakat kelurahan Kalibaru memiliki peluang besar untuk memanfaatkan keberadaan industri besar di sekitarnya seperti Pelindo atau New Priok Container Terminal One. Namun, realitasnya Sebagian besar warga hanya mampu bekerja sebagai buruh dengan sistem upah harian tanpa kontrak yang jelas.

Kondisi ini memposisikan masyarakat rentan terhadap ketidak pastian ekonomi karena tidak adanya jaminan pekerjaan jangka panjang. Dalam konteks ini, keterbatasan tingkat pendidikan serta minimnya keahlian khusus menjadi salah satu faktor penghambat masyarakat untuk memberikan daya tawar dan mengakses posisi kerja yang lebih layak. Akibatnya, meski berada di wilayah strategis, masyarakat belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan potensi sektor industri di sekitar mereka sebagai jalan keluar dari jeratan kemiskinan dan ketimpangan sosial-ekonomi. Kondisi ekonomi di RW 06 Kalibaru menunjukkan adanya tantangan serius yang membuat masyarakatnya berada dalam posisi tidak berdaya. Terdapat 991 jiwa fakir miskin di RW 06 yang masih bergantung pada bantuan sosial pemerintah, sehingga menghambat kemandirian dan produktivitas. Terdapat 400 jiwa yang tidak memiliki penghasilan tetap dikarenakan tidak memiliki keterampilan yang sesuai dengan pasar kerja. (Dokumen Perusahaan, *SROI* PT PLN Indonesia Power UBP Priok, 2024).

Sebagai salah satu subholding perusahaan pembangkit listrik terkemuka milik negara, PT PLN didorong oleh rasa tanggung jawab dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada seluruh pemangku kepentingan yang mengacu kepada ISO 26000 sebagai best practice dan Peraturan Kementerian BUMN saat ini, yaitu Peraturan Menteri BUMN PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial (SDGs) dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara, dan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara PER6/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara. Pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. PLN difokuskan kepada masyarakat yang berada di sekitar wilayah konsesi perusahaan. Perusahaan memastikan bahwa masyarakat tersebut dapat merasakan dampak positif akan kehadiran perusahaan di tengah-tengah mereka.

PT PLN Indonesia Power UBP Priok menjadi salah satu sektor industri yang memiliki komitmen dalam upaya kegiatan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan visinya, yaitu menjadi perusahaan energi dengan program pemberdayaan masyarakat yang tumbuh dan berkelanjutan. Dalam menjalankan kewajiban CSR perusahaan melalui SDGs, PLN melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat di

sekitar wilayah unit bisnis perusahaan. PLN Indonesia Power UBP Priok berpedoman pada *INPOWER CARE (Indonesia Power Community Assistance, Relation and Empowerment)* yaitu pelibatan dan pengembangan komunitas yang dilakukan perusahaan sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai bagian dari tata kelola perusahaan yang baik serta diarahkan untuk memperbesar akses bagi masyarakat untuk mencapai kondisi sosial, ekonomi, budaya dan lingkungan yang lebih baik dari sebelumnya (Dokumen Perusahaan, *SROI* PT PLN Indonesia Power UBP Priok, 2024).

Dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat, PLN Indonesia Power UBP Priok mengidentifikasi terlebih dahulu potensi dan masalah yang ada di masyarakat sekitar, kemudian menyusun perencanaan, menetapkan, melaksanakan, dan mengevaluasi program-program tersebut. Aspek pemberdayaan ekonomi adalah hal yang menjadi aspek utama pada kegiatan ini, selain aspek ekonomi ada juga aspek kesehatan, sosial, dan lingkungan yang turut tidak kalah penting dalam program ini.

Pelaksanaan CSR yang dijalankan oleh PLN IP UBP Priok mengacu kepada kebijakan CSR di Indonesia Power Pusat yang terbagi menjadi 3 pilar. Pilar pertama adalah Bakti Pelayanan Masyarakat, pilar kedua adalah Bakti Pembinaan Hubungan dan pilar ketiga adalah Bakti Pemberdayaan Masyarakat. PT PLN IP UBP Priok memiliki komitmen dalam menjalankan program CSR yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Salah satu wujud nyata dari program CSR yang dijalankan oleh PLN IP UBP Priok yaitu pengembangan mitra binaan PESONA BETAWI di wilayah Kalibaru.

Pesona Betawi adalah program pemberdayaan masyarakat yang paling baru dijalankan di tahun 2025. Pesona Betawi ini merupakan kepanjangan dari (Pemberdayaan Ekonomi Sumberdaya Oseanik untuk Ketahanan Pangan Bersama Menata Wilayah), program ini fokus kepada pemberdayaan masyarakat ketahanan pangan sebagai peningkatan taraf ekonomi. Program yang dilakukan ini fokus pada penguatan kapasitas pemberdayaan masyarakat dengan melalui kelompok di dalam program Pesona Betawi yang dinamakan “Segara Rasa”, yaitu sebagai tempat produksi makanan lokal seperti dimsum dari daging ikan, kripik dari udang rebon,

semprong coklat, jamur, otak-otak, dan masih ada beberapa lagi. Produk binaan ini biasanya dijadikan sebagai souvenir di berbagai macam kegiatan perusahaan seperti kunjungan tamu, acara *stakeholder* dan binaan mitra lainnya, sehingga dari adanya program yang dilakukan ini bisa memberikan peluang yang baik di pasar dan bisa menjadi program bermanfaat dan berkelanjutan bagi warga binaan yang terkait. Salah satu program yang menjadi sorotan adalah pembinaan mitra binaan lokal yang berada di wilayah Kalibaru, Tanjung Priok bernama “Segara Rasa”.

Segara rasa merupakan salah satu program yang melibatkan kader PKK kelurahan Kalibaru untuk turut serta meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan bahan baku lokal yang melimpah. Kelompok yang dilibatkan dalam program ini biasanya adalah anggota masyarakat atau ibu-ibu yang dipercaya untuk menggerakkan program ini. Dalam meningkatkan keterampilan pada para mitra binaannya, PT PLN IP UBP Priok memberikan pelatihan secara langsung dengan menghadirkan trainer praktisi industri pengolahan ikan dan mengundang para perwakilan kader PKK Kelurahan Kalibaru untuk langsung berlatih dalam membuat olahan berbahan dasar daging ikan. Setelah para mitra binaan membuat hasil olahan ikan, PT PLN IP UBP Priok akan mencoba hasil olahan para mitra lalu memberikan masukan terhadap produk olahan. Program ini menerapkan pendekatan *learning-by-doing*, dimana para mitra bisa belajar sambil terus mengembangkan keterampilan mereka dengan praktik langsung bukan hanya dari teori atau penjelasan verbal saja. Selain praktik langsung, *learning-by-doing* juga mampu untuk meningkatkan rasa percaya diri serta kemandirian untuk para mitra binaan dalam membuat olahan mereka. Dengan adanya keterlibatan dalam proses pembelajaran, mitra binaan menjadi lebih adaptif terhadap tantangan yang mereka alami saat proses pembuatan.

Program Segara Rasa menghasilkan beberapa produk olahan yang berbahan dasar dari ikan yang ditangkap langsung oleh nelayan lokal. Sebagian besar dari produk mereka biasanya dibuat langsung di rumah produksi yang berlokasi di Kalibaru. Beberapa contoh produk olahan Segara Rasa bisa dilihat sebagai berikut;



Gambar.2 *Semprong Coklat*



Gambar.3 *Kripik Rebon “Kribo”*

Beberapa hasil olahan produk mitra binaan diatas, sebagian besar bahan utama nya berasal dari olahan laut yang melimpah. Pada gambar pertama adalah produk binaan yang dinamakan sebagai “Semprong Coklat” terbuat dari bahan dasar tepung, gula, dan coklat. Produk mitra binaan pada gambar kedua yaitu “Kribo, Kripik Rebon” yang bahan dasarnya langsung ditangkap dari hasil penangkapan nelayan lokal. Produk lain yang dihasilkan oleh kelompok Segara Rasa adalah sambal cumi, otak-otak, bakso ikan dan dimsum ikan. Saat ini produk-produk olahan dari Segara Rasa telah dikemas menggunakan beberapa jenis bahan dan Teknik pengemasan, seperti kemasan plastik vakum khusus makanan untuk produk bakso yang dilengkapi stiker identitas Segara Rasa sebagai penanda produk. Sedangkan untuk produk seperti sambal cumi dikemas menggunakan botol plastic yang praktis dan higienis.

Program pembinaan terhadap para mitra binaan menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung perekonomian masyarakat lokal dan keberlanjutan ekonomi masyarakat sekitar. Dalam lingkup CSR, pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan yang lebih luas jika dibandingkan dengan sekedar bantuan dana. PT PLN Indonesia Power UBP Priok mejalani program pemberdayaan masyarakat Kalibaru dengan membina mitra mereka untuk membuat produk makanan lokal.

Dalam program ini, PT PLN IP UBP Priok memberikan pendampingan kepada mitranya dengan memberikan pelatihan manajemen usaha, promosi melalui media sosial, serta fasilitasi pemasaran produk. Dengan demikian program CSR tidak dilakukan hanya dengan memberikan donasi saja, namun juga membangun kemandirian ekonomi masyarakat sekitar.

Upaya program ini dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power dalam rangka mewujudkan agenda 2030 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). TPB dikenal dengan istilah SDGs (*Sustainable Development Goals*), dengan berupaya untuk menjaga pembangunan kehidupan sosial, meningkatkan kesejahteraan ekonomi, melestarikan lingkungan hidup, dan penataan hukum serta tata kelola pada masyarakat secara berkesinambungan. PT. PLN Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan Priok sebagai anak perusahaan dari PT PLN (Persero) berkomitmen menjadi perusahaan yang melaksanakan program SDGs dan memperhatikan aspek-aspek sosial misalnya dengan membantu Usaha Mikro, dan Kecil (UMK) dalam peningkatan daya saing usaha para UMK. Komitmen ini dinamakan dengan PLN Peduli sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan yang berbasis pada capaian SDGs. Pelaksanaan SDGs di Indonesia telah dituangkan di dalam Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.

SDGs sendiri memiliki 17 tujuan yang berupaya untuk mensejahterahkan masyarakat, diantaranya yaitu: (1) Tanpa Kemiskinan; (2) Tanpa Kelaparan; (3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera; (4) Pendidikan Berkualitas; (5) Kesetaraan Gender; (6) Air Bersih dan Sanitasi Layak; (7) Energi Bersih dan Terjangkau; (8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; (9) Industri, Inovasi, dan Infrastruktur; (10) Berkurangnya Kesenjangan; (11) Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan; (12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab; (13) Penanganan Perubahan Iklim; (14) Ekosistem Lautan; (15) Ekosistem Daratan; (16) Perdamaian, Keadilan, dan Kelembagaan yang Tangguh; (17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan (Bappenas, 2022).

Menurut Friedman dalam (Hardiansyah, R., et al., 2023) tentunya untuk mewujudkan target SDGs memiliki banyak tantangan serta permasalahan, mulai dari adanya kesenjangan sosial ekonomi antar kelompok dalam suatu desa, perbedaan budaya, dan lain-lain. Tantangan ini perlu dihadapi dengan baik dan membutuhkan kolaborasi lintas industri jika diperlukan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memberdayakan masyarakat dalam bentuk pendidikan dan dukungan agar mereka bisa keluar dari permasalahan yang mereka hadapi.

Keberhasilan program SDGs sendiri sudah dibuktikan dengan menurunnya persentase angka kemiskinan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jumlah penduduk miskin pada maret 2025 sebesar 8,47% dan menurun 0,10% dibandingkan dengan tahun 2024 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2025). Dengan adanya persentase penurunan angka kemiskinan ini, menunjukkan bahwa keberhasilan ini dapat dicapai dengan banyak perusahaan-perusahaan yang melibatkan campur tangan masyarakat dalam menjalankan tujuan SDGs. Namun negara Indonesia tidak bisa tutup mata dengan angka kemiskinan yang masih cenderung tinggi di beberapa wilayah yang bisa menjadi permasalahan serius bagi negara. Kemiskinan ini memerlukan ulur tangan serta upaya-upaya dari berbagai pihak seperti pemerintah, sektor industri yaitu perusahaan melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau biasa disebut dengan istilah CSR.

CSR sudah menjadi salah satu instrumen penting bagi setiap perusahaan dalam memberikan kontribusi sosial maupun ekonomi kepada masyarakat sekitar. CSR sendiri bertujuan untuk memberikan aksi nyata kepada masyarakat untuk membentuk sebuah citra perusahaan di mata masyarakat, bahwa suatu perusahaan harus bertanggung jawab atas setiap tindakannya yang berdampak kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Program CSR sendiri tidak hanya dilihat sebagai kewajiban atau regulasi, namun juga sebagai sebuah strategi bagaimana perusahaan mampu membangun hubungan yang positif dengan publiknya, baik masyarakat sekitar, pemerintah, ataupun para pemangku kepentingan lainnya.

CSR didefinisikan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan yang meliputi berbagai aspek mulai dari aspek sosial, ekonomi, dan juga lingkungan untuk kesejahteraan internal perusahaan (karyawan) maupun eksternal perusahaan

(masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan) yang berlandaskan kebijakan dan etika. Menjadikan CSR sebagai sebuah pendekatan kepada para pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders*) untuk memberikan perhatian dari sisi sosial (Resnawaty et al., 2022).

Ida Nadirah (2020) menyimpulkan bahwa penerapan CSR umumnya didasari oleh 3 pokok teori, yaitu :

1. Pertama, CSR ada yang sifatnya sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini;
2. Selain sebagai institusi profit, sebuah perusahaan menyisihkan Sebagian profitnya untuk kedermawanan (*filantropi*) yang bertujuan untuk pemberdayaan sosial dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi;
3. CSR sebagai wujud kewajiban (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat (Ira Nadirah, 2020).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Cita et al., (2018) berjudul “Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT. Indonesia Power UPJP Kamojang” menyimpulkan bahwa tujuan utama perusahaan melakukan CSR adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan hidup. Temuan ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan sebuah perusahaan dapat membantu pembentukan citra perusahaan itu sendiri. Perbedaan penelitian ini adalah terdapat pada fokus penelitian yang fokus pada orientasi perusahaan dalam menjalankan CSR sebagai strategi bisnis dan reputasi. Berbeda dengan penelitian saat ini adalah dengan tidak hanya melihat pelaksanaan CSR dari sudut pandang perusahaan, namun juga menekankan dampak CSR terhadap masyarakat yang menerima manfaat, khususnya dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat Kalibaru melalui pemanfaatan produk mitra binaan Segara Rasa. Penelitian ini tidak hanya

berfokus pada keuntungan citra perusahaan, melainkan pada aspek keberlanjutan ekonomi dan kemandirian masyarakat lokal melalui pendekatan *Community Development*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Tawfikurrohman, 2022) berjudul “Evaluasi Program Kampung Batik Kembang Mayang Sebagai Perwujudan CSR PLN Indonesia Power PLTU Banten 3 Lontar Pomu” berisikan bahwa penelitian ini menilai keberhasilan program pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan keterampilan membatik, serta dampaknya terhadap peningkatan ekonomi warga Desa Lontar. Pendekatan penelitian oleh Tawfikurrohman ini bersifat evaluative serta efektivitas program CSR dalam membentuk sentra ekonomi berbasis budaya. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan tidak hanya mengevaluasi pelaksanaan program CSR, namun juga menggali lebih dalam mengenai bagaimana implementasi strategi pemberdayaan ekonomi berbasis produk lokal melalui pemanfaatan produk mitra binaan Segara Rasa di Kelurahan Kalibaru. Selain itu, penelitian saat ini juga ingin menggambarkan bagaimana CSR bisa dimanfaatkan perusahaan sebagai komunikasi sosial dan hubungan dengan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi non partisipan, yaitu peneliti mengamati partisipan tanpa menjadi bagian partisipan untuk memahami secara mendalam bagaimana pemanfaatan produk mitra binaan dalam program CSR ini berjalan di lapangan dengan intervensi dalam penelitian berdasarkan bukti yang didapat saat di lapangan. Menurut Patton dalam Nasution (1998) dari buku Metode Penelitian Komunikasi Prof. Dr. Sugiyono & Dr. Puji Lestari, M. Si, manfaat observasi maka akan diperoleh pengalaman langsung sehingga memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep atau pandangan sebelumnya. dengan observasi npeneliti dapat menemukan hal-hal yang di luar persepsi responden, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Selama observasi berlangsung, peneliti melihat secara langsung bagaimana masyarakat RW 06 Kalibaru yang melibatkan para IRT (Ibu Rumah Tangga) dalam mengolah bahan mentah dari tangkapan nelayan lokal menjadi produk jadi dan

berbincang mengenai sumber bahan baku kepada pembuat produknya langsung. Observasi yang dilakukan menjadi bagian penting untuk memberikan gambaran secara langsung mengenai fakta yang ada di lapangan, serta untuk mengetahui bagaimana penerima manfaat yaitu mitra binaan dalam memaknai bantuan yang mereka dapatkan.

Berdasarkan hasil wawancara singkat saat sedang PKL, peneliti melakukan sedikit wawancara dengan warga serta anggota kelompok Segara Rasa, mereka memaknai CSR sebagai bentuk bantuan sosial dan kepedulian yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat disekitar perusahaan. Ketua serta penanggung jawab dari program ini mengatakan bahwa CSR bukanlah sekedar sebagai bentuk bantuan atau pencitraan yang dilakukan perusahaan, melainkan sebagai proses pendampingan yang memungkinkan mereka agar mampu mandiri secara ekonomi, mengembangkan potensi lokal serta memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan secara kolektif. CSR yang dilakukan oleh PLN Indonesia Power UBP Priok dipersepsikan masyarakat sebagai bentuk kepedulian nyata perusahaan terhadap kesejahteraan warga sekitar, terutama dalam menciptakan alternatif mata pencaharian bagi ibu-ibu rumah tangga yang memiliki keterbatasan akses dalam mencari penghasilan demi keluarga mereka. Hal ini terlihat dari keterlibatan aktif masyarakat sejak tahap awal pembentukan program, mulai dari proses diskusi yang dilakukan dengan FGD dan pemilihan peran produksi yang dilakukan secara sukarela dan tanpa adanya paksaan.

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya pola kemitraan yang tidak hanya produktif, namun juga mewujudkan adanya pemberdayaan masyarakat yang bisa berkembang untuk jangka panjang. Warga binaan di Kalibaru yang menjadi mitra binaan berkesempatan untuk menunjukkan keterampilan mereka dalam proses produksi, memperluas jaringan pasar, hingga menambah pemasukan keluarga. Maka dari sini PT PLN Indonesia Power UBP Priok bisa membentuk citra perusahaannya sebagai perusahaan yang peduli akan kesejahteraan masyarakat wilayah sekitarnya. Hal ini memperlihatkan bahwa hubungan perusahaan dan masyarakat tidak hanya sebatas hubungan ekonomi, tetapi juga saling menguntungkan.

Kesenjangan yang ditemui dalam penelitian ini adalah wilayah RW 06 Kalibaru yang berada di dekat sektor bisnis perikanan, ekspor-impor dan perdagangan, namun wilayah ini masih tergolong sebagai wilayah yang rentan miskin. PT PLN IP UBP Priok melihat bahwa pemberdayaan masyarakat ini dilakukan agar mampu membantu memberikan pekerjaan dan penghasilan yang layak untuk para warga RW 06 Kalibaru. Penelitian ini ingin melihat bagaimana PT PLN IP UBP Priok mengimplementasikan program CSR melalui produk lokal buatan mitra binaan mereka.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana warga RW 06 Kalibaru Jakarta Utara memaknai program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program CSR PT PLN Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan Priok.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan program pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power UBP Priok kepada warga RW 06 Kalibaru Jakarta Utara dalam memberikan pemberdayaan ekonomi kepada masyarakat yang berada disekitar perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang ada, maka manfaat penelitian dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, kajian komunikasi CSR perusahaan, dan pembentukan citra di

perusahaan. Hasilnya diharapkan mampu menjadi referensi bagi studi tentang komunikasi strategi perusahaan dalam pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini juga memberikan gambaran bagaimana sebuah program CSR dilakukan di sebuah perusahaan yang nantinya akan menjadi bekal ilmu untuk peneliti, serta para pembaca lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan/wawasan yang bermanfaat untuk memberikan gambaran mengenai program CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan kepada masyarakat sekitar perusahaan.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana program CSR yang dijalankan oleh PT PLN Indonesia Power UBP Priok dapat membantu masyarakat Kalibaru dan untuk mendukung agenda pembangunan berkelanjutan.

1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

1.5.1 Pengertian CSR

Pengertian CSR dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu pengertian secara luas dan pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Menurut Sankat Clement dalam (Kholis, 2020) CSR merupakan sebuah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Pengertian ini sama dengan yang dikemukakan oleh *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam

pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

CSR menurut Kotler & Nance dalam (Resnawaty et al., 2022) adalah sebuah komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitarnya dengan memberikan kontribusi pada sumber daya korporasi dengan kebijakan praktik bisnis. Adapun pada ISO 26000 yang dikutip dalam (Gandi & Mutaqi, 2022) mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab organisasi atas dampak keputusan dan tindakannya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang diwujudkan sebagai perilaku transparan dan etis yang sesuai dengan keberlanjutan dan kebaikan masyarakat.

Adapun pengertian CSR menurut Kast dalam (Tawfiqurrohman, 2023) merupakan bentuk keterlibatan dari suatu organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan dan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan tunjangan untuk pendidikan dan kesenian. Hal ini didasari pemikiran bahwa semua organisasi dalam sistem yang bergantung pada lingkungannya dan karena ketergantungan itulah maka suatu organisasi perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat.

1.5.2 Konsep CSR

Menurut Kholis (2020), istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* karya John Elkington. Masih dalam Kholis (2020) Konsep CSR mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus yaitu, 3P singkatan dari profit, planet, dan people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka

(profit) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people).

Konsep CSR secara konseptual menurut Nuryana dalam (Tawfiqurrohman, 2023) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan atau *stakeholders* berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Menurut Archie B. Carrol, konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang disebut 3P.

- a. **Profit**, yaitu perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan perusahaan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- b. **People**, yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Dimana perusahaan menjalankannya melalui berbagai program, seperti penguatan kapasitas ekonomi lokal, pendirian sarana pendidikan dan sarana kesehatan, pemberian beasiswa, sampai merancang skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- c. **Planet**, yaitu perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Program yang dilakukan dapat berupa penghijauan lingkungan hidup, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme), dan penyediaan sarana air bersih.

Adapun konsep CSR dalam buku Corporate Social Responsibility (Kholis, A. 2020) sebagai kewajiban perusahaan untuk memiliki pandangan yang lebih luas yaitu bahwa perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain seperti karyawan, supplier, konsumen, komunitas setempat, masyarakat umum, pemerintah dan kelompok lainnya. Konsep CSR menurut Kholis yaitu:

- a. CSR sebagai kewajiban sosial

Pandangan yang pertama kali dikemukakan oleh Bowen yang mendefinisikan Corporate Social Responsibility sebagai kebijakan yang harus dijalankan oleh pengusaha dalam menjalankan kewajibannya, mengikuti segala aturan yang sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai yang dikehendaki oleh masyarakat dan membuat keputusan.

b. CSR sebagai kewajiban terhadap pemangku kepentingan

Para pakar berpendapat bahwa kewajiban sosial itu terlalu luas. Mereka berpendapat bahwa dunia usaha tidak hanya bertanggung jawab kepada pihak-pihak tertentu yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung dari adanya kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak tertentu yang dimaksud adalah para pemangku kepentingan atau disebut sebagai *stakeholders*.

c. CSR sebagai dorongan etika

Beberapa pakar mengusulkan pandangannya yang berlandaskan etika terhadap CSR yang menilai baik-buruknya kegiatan perusahaan bukan berdasarkan kewajiban sosial maupun kewajiban terhadap pemangku kepentingan. Proses pengambilan keputusan dan prosedur, perusahaan harus memberikan peluang kepada semua pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan dan didasarkan oleh nilai-nilai persamaan, kebebasan dan keadilan.

d. CSR sebagai proses manajerial

Menurut Gardiner dan Lacy dalam (Kholis 2020) perhatian dunia usaha terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan memang awal mulanya yang dipicu oleh berbagai skandal serta bermacam tekanan dari Lembaga swadaya masyarakat, para pengambil kebijakan, konsumen dan media. Berbagai penelitian mengenai CSR menggunakan berbagai sudut pandang normatif dan pendekatan manajerial (bagaimana perusahaan bisa berhasil dalam mengelola CSR).

1.5.3 Prinsip CSR

Menurut Crowther dan Aras dalam (Kholis, 2020) prinsip CSR digarisbawahi oleh beberapa acuan mengenai aktivitas CSR, yaitu:

- a. *Sustainability*, yaitu prinsip CSR yang menekankan pada efek atau dampak masa depan akibat tindakan perusahaan atau korporasi pada saat ini, misalnya penggunaan sumber daya alam yang dilakukan oleh korporasi pada masa kini harus diimbangi oleh adanya perhatian serius melalui pemikiran yang sungguh-sungguh apa dampaknya terhadap generasi mendatang dan lingkungan di masa depan.
- b. *Accountability*, yaitu prinsip yang menggarisbawahi bahwa pada dasarnya setiap organisasi adalah bagian dari masyarakat luas, sehingga tanggung jawab suatu organisasi atau korporasi tidak hanya sebatas pada pemilik semata, namun juga pada seluruh stakeholders perusahaan, baik internal ataupun eksternal.
- c. *Transparency*, yaitu suatu prinsip CSR yang memiliki arti bahwa apapun tindakan organisasi atau korporasi yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal harus dikomunikasikan secara detail latar belakang tindakan korporasi dan tujuannya pada masyarakat sekitar perusahaan.

1.5.4 Manfaat CSR

Pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan memiliki beberapa manfaat bagi beberapa pihak, baik bagi perusahaan sendiri, masyarakat umum, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Wibisono dalam (Kholis, 2020) manfaat dari adanya praktik CSR yaitu:

- a. Bagi perusahaan, manfaat CSR untuk perusahaan sendiri adalah keberadaan perusahaan menjadi tumbuh dan berkelanjutan, serta perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Selain itu, perusahaan menjadi lebih mudah untuk memperoleh

akses terhadap modal (capital) dan perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (risk management).

- b. Bagi masyarakat, manfaat dari praktik CSR yang dilakukan adalah mampu meningkatkan nilai-tambah perusahaan di mata masyarakat karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja.
- c. Bagi lingkungan, praktik CSR mampu mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan akan terlibat memperngaruhi lingkungannya.
- d. Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “corporate misconduct” atau dikenal sebagai *malpraktik* bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya tindakan korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Kompetensi perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, diharapkan mampu memberikan manfaat yang besar dan menguntungkan. Susanto berpendapat dalam (Kholis, 2020) manfaat dari adanya praktik CSR dapat berupa pengurangan risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Manfaat lainnya juga CSR berfungsi sebagai pelindung yang membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang dialami suatu perusahaan jika terjadi krisis, adanya keterlibatan dan kebanggaan karyawan secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan.

1.5.5 Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

a. Definisi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Menurut Eka Yuliana et al., Pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang berarti “kekuatan”, dan merupakan terjemahan dari istilah dalam bahasa Inggris “*empowerment*”, sehingga dapat dijabarkan bahwa pemberdayaan ekonomi memiliki arti sebagai memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok yang lemah atau kelompok yang memiliki keterbatasan ekonomi agar mampu untuk mampu hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar sehari-hari. Definisi pemberdayaan ekonomi masyarakat menurut Michal Lyons dalam (Eka Yuliana et al., 2024) merupakan sebuah proses dimana individu atau kelompok diberikan pengetahuan, keterampilan, sumber daya, dan kepercayaan diri untuk mengambil peran aktif dalam meningkatkan ekonomi serta kualitas hidup mereka.

Suaib (2023) menyatakan bahwa pemberdayaan berasal dari kata *empowerment* yang memiliki makna sebagai pemberian power atau kekuatan kepada pihak yang selama ini dianggap lemah atau dilemahkan secara politis dan structural. Ada tiga kata kunci dari kata *empowerment*, yaitu peran atau partisipasi, transparansi, dan demokrasi. Pemberdayaan masyarakat peran yang setara antara pemerintah, swasta dan masyarakat. Melalui partisipasi yang aktif dan alam suasana yang demokratis, maka akan diharapkan adanya hasil alokasi-alokasi pada sektor sumberdaya ekonomi, distribusi manfaat, dan akumulasi, sehingga mencapai peningkatan pendapatan serta kesejahteraan lapisan terbawah (Suaib, 2023).

Menurut Edi Suharto dalam (Eka Yuliana et al., 2024) konsep dasar pemberdayaan masyarakat dapat dijelaskan sebagai suatu proses dan tujuan. Pemberdayaan masyarakat sebagai serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kekuatan atau kemandirian kelompok-kelompok yang lemah dalam masyarakat, termasuk individu yang mengalami kemiskinan. Berdasarkan beberapa argumen yang ada, dapat dipahami bahwa pemberdayaan bisa dianggap sebagai proses dan tujuan. Proses yang

dimaksud adalah dengan serangkaian kegiatan untuk memperkuat kelompok yang lemah. Sedangkan tujuan, diartikan sebagai langkah untuk menciptakan perubahan sosial dengan membuat masyarakat, kelompok, dan individu menjadi cukup kuat dalam berpartisipasi untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka baik secara fisik, ekonomi, dan juga sosial.

b. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat berpusat pada masyarakat sebagai faktor utama dalam proses pembangunan. Proses pemberdayaan ekonomi ini dimulai dengan adanya keterlibatan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif. Pemberdayaan ekonomi masyarakat memerlukan peran CSR dan merupakan salah satu model dari pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat memiliki prinsip yang berkaitan erat dengan CSR. Menurut Widadi *et al.*, dalam (Pakpahan, H dkk, 2024) pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk (1) memperbaiki aspek kelembagaan, (2) memperbaiki upaya pembangunan, (3) memperbaiki pemasukan masyarakat, (4) memperbaiki kehidupan, (5) memperbaiki kehidupan masyarakat, dan (6) memperbaiki kondisi lingkungan. Implementasi pemberdayaan bagi masyarakat pedesaan dapat dilakukan dengan program pembangunan pedesaan di bidang perekonomian, pendidikan, kesehatan, dan keagamaan (Widadi et al., 2023).

Menurut (Pakpahan *et al.*, 2023) dalam buku Konsep Pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan untuk menciptakan individu dan masyarakat agar bisa menjadi mandiri. Beberapa perbaikan pemberdayaan diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Pendidikan (*better education*) : Pemberdayaan yang dibentuk dengan pendidikan yang berkualitas. Pendidikan hendaknya tidak bersifat satu arah, namun harus bersifat dua arah dan tidak bersifat menggurui, pendidik harus bersifat sebagai fasilitator, saling menghargai, proses belajar mengajar didasarkan atas pengalaman serta bersifat praktis.

2. Aksesibilitas (*better accesbility*) : Perbaikan pada aspek ini perlu dilakukan pada kegiatan pemberdayaan. Aksesibilitas dilakukan dengan penyediaan bangunan, jalan, sumber informasi, inovasi, Lembaga pemasaran yang dilakukan kedepannya menjadi lebih baik.
3. Tindakan (*better action*) : Pemberdayaan dengan perbaikan tindakan dapat dilakukan melalui pemeriksaan, pemantauan sehingga tindakan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan kedepannya menjadi lebih baik.
4. Kelembagaan (*better institution*) : Perbaikan kelembagaan diantaranya kemampuan dalam berkomunikasi, pengembangan jejaring kemitraan untuk perubahan perilaku yang sesuai dengan nilai maupun adat masyarakat sehingga tujuan dari pemberdayaan dapat di capai.
5. Usaha (*better bussines*) : Perbaikan usaha perlu dilakukan terus menerus di aspek layanan maupun produk. Kualitas pendidikan, aksesibilitas dan kelembagaan dapat memperbaiki usaha.
6. Perbaikan pendapatan (*better income*) : Perbaikan usaha akan memberikan dampak positif bagi peningkatan pendapatan masyarakat.
7. Lingkungan (*better environment*) : Lingkungan adalah salah satu hal yang sangat perlu untuk diperhatikan dalam pemberdayaan masyarakat. Lingkungan yang bersih dengan membuang sampah pada tempatnya dan tidak membakarnya, namun memilah yang organik dan non organik; diversifikasi tanaman; mengolah produk pertanian menjadi produk yang bernilai tambah dan menjalin komunikasi dengan semua lapisan masyarakat.
8. Kehidupan (*better living*) : Pemberdayaan akan merubah kehidupan masyarakat. Hidup yang lebih baik akan dimiliki masyarakat mandiri dan dapat dilihat dengan jelas terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat.

9. Masyarakat (*better community*) : Perbaikan dengan program yang terstruktur dengan baik akan menjadikan masyarakat mandiri (Pakpahan *et al.*, 2023).

c. Prinsip Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Menurut Sany dalam buku Pemberdayaan Masyarakat 2022, lingkup pemberdayaan masyarakat didasarkan pada berbagai bidang yang sering menjadi sasaran dalam pemberdayaan masyarakat. Menurut (Sany, 2019) pemberdayaan masyarakat merupakan cara dan metode yang digunakan individu, kelompok, atau komunitas sehingga mereka menjadi mampu mengelola lingkungan dan mencapai tujuan mereka sendiri, dan dengan demikian mampu bekerja dan membantu satu sama lain untuk memaksimalkan kualitas hidup mereka. Prinsip pemberdayaan masyarakat meliputi :

1. Kesetaraan : Berasal dari kata “setara” atau sederajat yang berarti sama tingkatan, kedudukan, atau pangkatnya. Menurut (Meo & Boro, 2021) kesetaraan merupakan prinsip keadilan pertama yang berarti setiap orang memiliki hak yang sama untuk kebebasan dasar yang kompatibel sesuai dengan kebebasan yang diterima orang lain. Menurut Lesnussa, 2019) prinsip utama yang harus dipegang dalam proses pemberdayaan masyarakat adalah adanya kesetaraan atau kesejajaran kedudukan antara masyarakat dengan Lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan (Lesnussa, 2019).

2. Partisipatif : Menurut (Rachmawati *et al.*, 2018) partisipatif merupakan pola pendekatan perencanaan pembangunan yang melibatkan peran serta masyarakat pada umumnya bukan saja sebagai obyek tetapi sekaligus sebagai subyek pembangunan, sehingga nuansa yang dikembangkan dalam perencanaan pembangunan benar-benar dari bawah. Partisipasi masyarakat belum dapat dikategorikan kedalam pemberdayaan masyarakat apabila tidak disertai pemberi kewenangan, baik secara penuh maupun sebagian, serta tidak adanya upaya untuk mendorong masyarakat agar menjadi lebih mandiri dan berdaya (Rachmawati *et al.*, 2018).

3. Keswadayaan atau Kemandirian : Keswadayaan merupakan salah satu prinsip menghargai serta mendahulukan kemampuan masyarakat dibandingkan bantuan dari pihak eksternal (Setiadi & Pradana, 2022) dalam buku Pemberdayaan Masyarakat (Afriansyah *et al.*, 2023).

4. Berkelanjutan : Menurut (Wadu *et al.*, 2020) dalam buku Pemberdayaan Masyarakat, Pembangunan berkelanjutan adalah tindakan-tindakan yang secara bijaksana memanfaatkan sumber daya alam dan juga sumber daya manusia dalam pembangunan berkelanjutan dalam lingkungan Masyarakat (Wadu *et al.*, 2020).

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Abussamad, 2021) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati; pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistic. Penelitian kualitatif tidak berupaya mencari bukti-bukti untuk pengujian hipotesis yang diturunkan dari teori. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berangkat ke lapangan untuk mengumpulkan berbagai bukti melalui penelaahan terhadap fenomena, dan berdasarkan hasil penelaahan, kemudian merumuskan teori (Abdussamad, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Pada penelitian ini pendekatan kualitatif digunakan untuk mengembangkan mendalam mengenai sejauh mana CSR berbasiskan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dalam penelitian ini akan memaparkan data dan informasi yang dikumpulkan melalui wawancara serta observasi non partisipan mengenai implementasi CSR PT PLN Indonesia Power UBP Priok.

1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dilaksanakan dalam menemukan dan mendeskripsikan suatu kegiatan yang dilakukan. Menurut Sugiyono dalam R.Anisya et all, deskriptif kualitatif adalah suatu penelitian yang melukiskan, mendeskripsikan, serta memaparkan apa adanya objek yang diteliti berdasarkan situasi dan kondisi Ketika penelitian itu dilakukan (Sugiyono, 2017).

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi fenomenologi yang merupakan salah satu jenis penelitian dimana peneliti melakukan pengumpulan data dengan melalui observasi non partisipan untuk mengetahui fenomena esensial partisipan dalam pengalaman hidupnya (Sugiyono & Lestari, 2013) dalam Buku Metode Penelitian Kualitatif.

Menurut Polkinghorne dalam (Vilien, 2021) studi fenomenologi merupakan sebuah pendekatan untuk memberikan pemahaman mengenai suatu arti dari pengalaman yang dialami individu pada konsep tertentu. Pada pendekatan fenomenologi, peneliti diminta untuk mampu memahami arti dari sebuah peristiwa dan orang-orang yang berada dalam peristiwa atau situasi tertentu. Pada pendekatan ini, fokus penelitian berfokus pada pengalaman-pengalaman subjektif individu dan interpretasi dunia.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi lapangan menggunakan teknik observasi dan wawancara.

6.4.1 Observasi

Observasi menurut Usman dan Purnomo dalam (Hardani et al., 2020) adalah kegiatan untuk mengamati dan mencatat secara sistematis akan fenomena-fenomena yang tampak penting dan

diperlukan untuk penelitian, penggunaan teknik ini sangat mengandalkan pengamatan dan ingatan peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan **observasi non partisipan**, yaitu peneliti mengamati partisipan tanpa menjadi bagian partisipan melainkan hanya melakukan pengamatan untuk memahami secara mendalam bagaimana pemanfaatan produk mitra binaan dalam program CSR ini berjalan di lapangan dengan intervensi dalam penelitian berdasarkan bukti yang didapat saat di lapangan.

Observasi dilakukan peneliti saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT PLN UBP Priok dan ketika peneliti ikut mengunjungi lokasi kelompok Segara Rasa, Kalibaru, Tanjung Priok, Jakarta Utara. Peneliti melakukan pengamatan serta pencatatan akan setiap informasi mengenai implementasi program CSR yang dilakukan di kelompok Segara Rasa. Observasi berikutnya yang akan dilakukan dalam penelitian ini akan dilakukan saat jawa turun lapangan untuk mendapatkan data penelitian yang akan diperkirakan mulai sejak November 2025, setelah ujian seminar proposal berlangsung.

6.4.2 Wawancara

Wawancara atau interview adalah kegiatan bertanya-jawab secara lisan yang dilakukan antara dua orang atau lebih, dengan tujuan mengumpulkan data-data berupa informasi. Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan data subjektif seperti pendapat, sikap, dan perilaku dari narasumber terkait suatu fenomena yang sedang diselidiki (Hansen, 2020). Pada penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara dengan 5 informan guna untuk mendapatkan informasi yang berkaitan langsung dengan penelitian. Dalam penelitian ini akan digunakan tipe wawancara tidak berstruktur, yaitu:

- a. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bersifat lebih santai dan terbuka. Wawancara tipe ini pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan tipe wawancara terstruktur, karena dalam melakukan wawancara dilakukan secara alamiah guna untuk menggali ide serta gagasan informan secara terbuka dan tidak menggunakan pedoman wawancara. Wawancara tidak terstruktur dimulai dengan pertanyaan umum dalam area yang luas pada penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti dan informan bertatap muka secara langsung dalam proses wawancara. Wawancara akan dilakukan kepada:

1. Tiga anggota kelompok Segara Rasa sebagai *key informan* yang menerima bantuan program CSR. Penentuan informan yang dipilih melalui beberapa pertimbangan diantaranya : (1) Anggota kelompok Segara Rasa, (2) yang bersangkutan merupakan warga yang tinggal di wilayah tempat pelaksanaan program CSR, (3) yang bersangkutan ikut serta dan memiliki keterlibatan dalam program CSR, (4) yang bersangkutan memiliki pengetahuan mengenai permasalahan yang diteliti, (5) yang bersangkutan sehat jasmani dan rohani.
2. Dua Staff *Community Development Officer Humas* PT PLN Indonesia Power UBP Priok sebagai informan tambahan. Penentuan informan yang dipilih adalah karena yang bersangkutan memiliki pengetahuan mengenai permasalahan yang ingin diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pihak anggota program Segara Rasa secara sebagai *key informan* secara langsung di RW 06 Kalibaru, Jakarta Utara. Serta peneliti juga melakukan wawancara kepada pihak Staff Humas Development Officer PT PLN Indonesia Power UBP Priok di Gedung administrasi PT PLN Indonesia Power UBP Priok sebagai

informan tambahan. Wawancara tidak berstruktur ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan implementasi program CSR yang ada di kelompok Segara Rasa sebagai perwujudan CSR PT PLN Indonesia Power UBP Priok.

Alat-alat komunikasi yang akan digunakan dalam proses wawancara dengan para informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Buku catatan dan alat tulis, digunakan untuk mencatat segala informasi serta sumber data yang didapat melalui wawancara.
- b. Kamera, digunakan untuk mendokumentasikan proses wawancara.
- c. Perekam, digunakan untuk merekam suara selama proses wawancara berlangsung.

1.6.5 Sumber Data

Penelitian ini mengambil sumber data melalui dua data, yaitu sumber data primer dan data sekunder sebagai panduan dalam melakukan penelitian di lapangan.

1. **Sumber data primer** adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer bisa didapatkan melalui hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan beberapa narasumber atau informan yang kompeten. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kompeten yaitu *Officer Humas* PLN UBP Priok, dan anggota kelompok Segara Rasa, RW 06 Kalibaru selaku penerima bantuan.
2. **Sumber data sekunder** adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder ini bisa didapatkan melalui dokumen-dokumen yang melingkupi kasus (Abdussamad, 2021). Dalam hal ini data sekunder yang digunakan adalah artikel dari website resmi dan dokumen perusahaan PT PLN

Indonesia Power UBP Priok. Jenis data yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah input, proses, dan hasil dalam program mitra binaan Segara Rasa RW 06 Kelurahan Kalibaru yang diperoleh melalui wawancara tim humas CSR PLN Indonesia Power UBP Priok dan anggota kelompok Segara Rasa, jurnal, laporan dan lain sebagainya.

1.6.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data merupakan sebuah proses mencari dan menyusun dengan sistematis data yang diperoleh dari observasi dan wawancara, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah yang penting dan membuat kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yakni berdasarkan data yang diperoleh dikembangkan menjadi hipotesis. Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Namun, analisis tersebut difokuskan Ketika berada di lapangan (Sugiyono, 2017).

Sebelum peneliti memasuki lapangan, peneliti melakukan analisis terhadap data sekunder yang digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun, fokus ini bersifat sementara dan dapat berubah ketika di lapangan. Analisis data selama di lapangan model Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas analisis dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga data tersebut jenuh. Aktivitas dalam analisis data tersebut adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (Sugiyono, 2017). Setelah melakukan penelitian, peneliti mengumpulkan data dan melakukan antisipasi sebelum reduksi data. Antisipasi data yang dimaksud adalah memutuskan kerangka konseptual, pertanyaan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang akan dipilih.

Data yang diperoleh di lapangan akan sangat banyak, oleh karena itu diperlukan analisis melalui reduksi data. Reduksi data adalah merangkum, memfokuskan, dan memilah hal-hal pokok yang juga penting

untuk dicari tema serta polanya. Langkah yang dilakukan oleh peneliti setelah reduksi data adalah dengan penyajian data. Penyajian data dapat dalam bentuk uraian singkat, bagan, flowchart dan sebagainya yang bertujuan untuk mengorganisir data sehingga tersusun dalam pola hubungan yang mudah untuk dipahami. Langkah terakhir yang dilakukan adalah dengan verifikasi. Kesimpulan yang dirumuskan di awal masalah bersifat sementara, dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat dan juga dapat menjadi kredibel apabila ditemukan bukti yang valid. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah penemuan baru yang sebelumnya tidak pernah ada (Sugiyono, 2017).

1.6.7 Keabsahan Data

Penelitian ini melakukan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber, agar data-data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Triangulasi data adalah penggabungan data dari berbagai metode pengumpulan data yang telah ada. Melalui triangulasi, peneliti mengumpulkan data juga sekaligus menguji keabsahan data, yaitu dengan mengecek keabsahan data dari berbagai macam metode pengumpulan data. Tujuan dari triangulasi ini lebih kepada meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan (Abdussamad, 2021).

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dimana teknik ini akan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Menurut Patton dalam (Tawfiqurrohman, 2023) hal ini dapat dicapai dengan cara: (1) peneliti membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (2) peneliti membandingkan apa yang dikatakan saat di depan publik dan saat pribadi, (3) peneliti membandingkan apa yang dikatakan mengenai situasi penelitian dengan yang dikatakan sepanjang waktu, (4) peneliti membandingkan pendapat dari berbagai macam perspektif, (5) peneliti membandingkan hasil wawancara dengan dokumen.

Secara spesifik, peneliti menggunakan Paradigma Konstruktivisme karena paradigma ini cocok dengan penelitian yang sedang dilakukan dalam memandang realita sosial yang bersifat objektif dan konseptual. Paradigma Konstruktivisme juga dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana PT PLN IP UBP Priok memberikan pemberdayaan masyarakat kepada mitra binannya, dan dibentuk melalui pengalaman individu. Paradigma Konstruktivisme pada penelitian ini digunakan untuk melihat makna dibalik program pemberdayaan masyarakat yang diterima oleh warga RW 06 Kalibaru.

