

Dinamika Sikap Warga atas Program CSR Bank Sampah Gunung Anyar Surabaya

Yuli Nugraheni^{*)}, Anastasia Yuni Widyaningrum
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Jalan Dinoyo, Surabaya, Indonesia
Email: yulinugraheni@ukwms.ac.id, Phone +62 315678478

How to Cite This Article: Nugraheni, Y.& Widyaningrum, A.Y. (2019). Dinamika Sikap Warga atas Program CSR Bank Sampah Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(1). doi: 10.25139/jsk.3i1.1419

Received: 16-01-2019,
Revision: 25-01-2019,
Acceptance: 03-03-2019,
Published online: 21-03-2019

English Title: *The Dynamics of Citizens' Attitudes towards the Gunung Anyar Surabaya Bank Waste CSR Program*

Abstract *The research was carried out with the aim of looking at citizens' acceptance of the CSR program implemented by PT PLN. The theory used is the theory of community relations, the theory of corporate social responsibility and attitude theory. Recipient and not the recipient of the program. The results showed that the characteristics of the majority of respondents obtained were as follows: female, aged 41-60 years, having a job as a housewife, education last graduating from elementary school and equivalent. The status of the population is the original citizen and recipient of CSR assistance programs. recipients of CSR programs and attitudes of citizens not recipients of CSR programs are positive. However, the figures obtained by the attitude of residents who are not program recipients are lower than the attitudes of recipients of CSR programs.*

Keywords: *corporate social responsibility; recipient residents; non-recipient residents*

Abstrak Penelitian bertujuan untuk melihat penerimaan warga mengenai program CSR yang dilaksanakan oleh PT PLN. Program ini belum dapat menerpa semua warga sehingga peneliti berasumsi akan terdapat perbedaan sikap warga yang menerima dan belum menerima program. Teori yang digunakan adalah teori *community relations*, teori *corporate social responsibility* dan teori sikap. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, populasi adalah warga penerima dan bukan penerima program. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik mayoritas responden yang diperoleh adalah sebagai berikut berjenis kelamin perempuan, berusia 41-60 tahun, mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, pendidikan terakhir lulusan SD dan yang sederajat. Status kependudukannya adalah warga asli dan penerima program bantuan CSR. Sikap warga yang penerima program CSR dan

^{*)} Corresponding Author

sikap warga bukan penerima program CSR adalah positif. Namun angka yang diperoleh sikap warga bukan penerima program lebih rendah dari sikap warga penerima program CSR.

Kata Kunci: corporate sosial responsibility; warga penerima; warga bukan penerima

PENGANTAR

Penelitian ini berusaha menjawab permasalahan penelitian mengenai sikap warga Gunung Anyar Tambak Surabaya yang menjadi target pelaksanaan CSR Bank Sampah. Penelitian ini menjadi berbeda dengan penelitian CSR lainnya karena subyek penelitian yang beragam yaitu warga penerima dan bukan penerima program. Penelitian tentang sikap menjadi penting karena sikap merupakan suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap adalah derajat efek positif atau efek negatif terhadap suatu objek psikologis (Azwar, 2016). Melalui penelitian ini diharapkan akan diketahui apakah program ini diterima atau ditolak oleh warga sebagai bentuk evaluasi. Evaluasi terhadap penerimaan atau penolakan warga akan menjadi masukan bagi bagi PLN untuk mendesain dan menyelenggarakan program CSR berikutnya.

Bank Sampah sejak awah telah beroperasi di kawasan Kelurahan Gunung Anyar Tambak di wilayah Surabaya Selatan. Berdasarkan observasi peneliti Warga di sekitar tambak melihat sampah yang mengganggu dan banyak melilit baling-baling bambu para nelayan, selain itu banyak tanaman mangrove yang mati sehingga daerah tersebut gersang dan panas. Secara mandiri, warga membersihkan sampah dan mulai menanam mangrove agar lingkungan lebih asri dan hijau. PT PLN peduli dengan kondisi tersebut kemudian mulai mengedukasi warga tentang nilai lebih dalam menjual sampah dan sampah yang diolah pun juga bernilai lebih bagi lingkungan. Sampah dikumpulkan dan ditimbang serta dijual untuk ditukar dengan pembayaran listrik. Kawasan mangrove menjadi bersih dan listrik warga tetap terbayar. Pada tahun 2017, dari 48 ribu bank sampah di Indonesia terdapat 6 bank sampah terbaik yang salah satunya yakni bank sampah Bina Mandiri Surabaya (Bintang Mangrove).

Seiring dengan keberhasilan program CSR ini, jika ditelisik lebih lanjut kondisi di lapangan menyatakan hal lain, karena masih terdapat beberapa warga yang tidak tahu program ini sama sekali. Bahkan tidak mendapatkan dukungan dari sebagian warga masyarakat setempat. Untuk itu penelitian ini penting dilakukan. Beberapa data observasi lapangan mengatakan bahwa program yang telah dilakukan sama sekali tidak membantu lapisan masyarakat sekitar.

“kita gak dapat apa-apa Mas, malahan kita juga nggak pernah diinformasi tentang program tersebut,” ujar Bu Hesty (disamarkan), seorang warga setempat.

Sementara hasil wawancara menunjukkan data yang bertentangan dengan hal tersebut. Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Nilamsari, dkk (2017, 296-310) dengan judul Komunikasi Corporate Social Responsibility Untuk Pemberdayaan Sapi Perah. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survey untuk mengetahui pemanfaatan CSR bagi para peternak sapi perah di daerah Pandeglang Jawa Barat. Penelitian lain yang ditulis oleh Nurjannah (2017, 311-325) berjudul Komunikasi Corporate Social Responsibility pada Official Website Perusahaan BUMN. Pada penelitian ini lebih mengkaji pada pesan CSR yang ditampilkan melalui beragam official website BUMN. Diteliti dengan menggunakan metode analisis isi. Penelitian lain ditulis oleh Sujanto (2017) dengan judul CSR Internal Manajemen Bukalapak Sebagai Bentuk Investasi Sosial dan Peningkatan Kualitas Komunikasi Sosial Internal Perusahaan. Penelitian ini menyorot beragamnya aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan daring Bukalapak. Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian yang ini mengambil program CSR PLN dan dilakukan pada warga di Surabaya.

Warga Gunung Anyar Tambak dalam penelitian ini dapat digolongkan komunitas nasabah bank sampah. Komunitas lebih dekat dengan makna "kumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama" (Iriantara 2007, 22). Hallahan dalam Iriantara (2007) mengatakan bahwa komunitas adalah public eksternal dalam Public Relations (PRs). Komunitas adalah semua *stakeholder* yang dilayani perusahaan. Dalam konteks PR, tanggung jawab sosial korporat dapat dilakukan dengan cara membuat program dan kegiatan *community relations*. Bisa juga dikatakan bahwa *community relations* merupakan bentuk tanggung jawab sosial korporat. *Community Relations* pada dasarnya adalah kegiatan PR. Maka fokusnya terletak pada kegiatan perusahaan, bukan pada proses komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada komunitas. Mengembangkan kemitraan merupakan salah satu praktik *community relations* yang dijalankan berbagai perusahaan. Bagi perusahaan, seperti yang ditegaskan oleh MacNamara dalam buku *community relations*, perusahaan tidak hanya berupaya mendapatkan hasil secara finansial atau mendapatkan keuntungan belaka, namun juga mengembangkan sumber daya manusia yang dimilikinya dan menjalankan kegiatan komunitas untuk menjaga keberlanjutannya

Sementara itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Nor Hadi 2011, 48). CSR mengakui bahwa bisnis harus mempertimbangkan pengaruhnya terhadap masyarakat dan bertanggung jawab atas dampak dari aktivitas yang mereka lakukan kepada para pelanggan, pemasok, karyawan, para

pemegang saham dan komunitas yang lebih luas. CSR juga berarti mengikuti kebijakan yang melihat pada bagaimana suatu perusahaan berdampak terhadap lingkungan. Pada praktiknya, CSR mencakup berbagai kegiatan, seperti mengurangi dampak lingkungan pada produk-produk mereka dan menetapkan prinsip-prinsip pengembangan berkelanjutan diseluruh rantai pasokan (Keith 2014, 96).

Dalam Corporate Social Responsibility mengadung konsep *Triple Bottom Line* yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya "*Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, dan social justice* (Wibisono 2007, 32). Melalui buku tersebut, Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Elkington menjelaskan "3P" dalam definisi sebagai berikut (Wibisono 2007, 33-36), *Profit* (Keuntungan) merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. *People* (Masyarakat), menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan lingkungan masyarakat, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar besarnya kepada masyarakat. *Planet* (Lingkungan), lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita.

Masyarakat sebagai kelompok sasaran dapat dilihat melalui sikapnya terhadap program. Menurut Azwar (2015, 5), sikap merupakan bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sedangkan menurut Berkowitz (1972) dalam Azwar (2015, 5) sikap juga merupakan dukungan dan keberbikahan pada objek tersebut.

Komponen sikap terdiri dari (Wawan dan Dewi 2010, 31-32): a) **Komponen kognitif**, merupakan apa yang dipercayai individu yang

merupakan kepercayaan yang dimiliki individu mengenai sesuatu yang berkaitan dengan issue atau masalah. b) **komponen afektif**, merupakan aspek emosional yang seringkali merupakan aspek yang berpengaruh dalam mengubah sikap seseorang. c) **aspek konatif**, adalah kecenderungan berperilaku tertentu atau bereaksi/bertindak terhadap sesuatu. Heri Purwanto (Wawan dan Dewi 2010, 34), sikap dapat berupa derajat sifat positif dengan mendekati, menyenangkan dan mengharapkan objek tertentu, sedangkan sikap negative dengan tindakan menjauhi, menghindari, membenci, dan tidak menyukai obyek tertentu. Maka menarik bagaimana sikap masyarakat mengenai program CSR yang diselenggarakan oleh korporasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Melalui metode survei dengan kelebihan mampu menjangkau banyak responden sehingga bisa digunakan untuk menarik kesimpulan secara umum. kepada warga Gunung Anyar (sebagai populasi) yang menerima dan tidak menerima program CSR bank sampah. Teknik penarikan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis univariat.

DISKUSI

Gunung Anyar Tambak merupakan lokasi dari program CSR bina lingkungan yang terletak di Surabaya bagian Timur, tepatnya berada di Gununganyar tambak gg. 3 kawasan Mangrove., Gn. Anyar Tambak, Gn. Anyar, Kota SBY, Jawa Timur dan dikembangkan oleh PT. PLN (Persero). Warga desa Gunung Anyar Tambak inilah yang menjadi segmentasi dari program CSR bina lingkungan milik PT. PLN (Persero). Warga Gunung Anyar Tambak ini memiliki keunikan dan karakteristik yang menarik. Hal ini ditunjukkan melalui berbagai faktor, diantaranya adalah faktor pendidikan dan pengaruh dari warga lainnya. Pada faktor pendidikan kebanyakan warga disana adalah warga asli yang telah hidup bertahun-tahun di desa Gunung Anyar Tambak yang menyandang lulusan SD (Sekolah Dasar). Kemudian karakteristik warga Gunung Anyar Tambak ini terbilang unik karena pengambilan keputusan (saat pengisian kuisioner) harus mendapatkan dukungan dari teman atau tetangga yang berada di wilayah tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah warga kelurahan Gunung Anyar Tambak RT 1 hingga RT 6, karena merupakan kawasan yang menjadi segmentasi program dengan jumlah sample 100 responden. Identitas responden terdiri dari 29% laki-laki dan 71% perempuan. Usia responden 20-40 tahun 36% dan 41-60 tahun 64%. Pekerjaan mayoritas ibu rumah tangga 51% dan 49% lainnya tersebar sebagai pegawai swasta 6%, petani 3%, pedagang 24% dan buruh 2%.

Sedangkan pendidikan terakhir mayoritas adalah SD sejumlah 78% dan sisanya SMP 13% dan Sarjana 3%. Status kependudukan adalah 95% adalah warga asli yang berarti lahir dan besar di wilayah tersebut sedangkan 5% adalah pindahan dari daerah lain. Sedangkan status penerima program seperti daam Tabel 1.

Tabel 1. Identitas Responden Berdasarkan Status Keikutsertaan Program

Status keikutsertaan	Frekuensi	Persentase
Penerima Program	62	62%
Bukan Penerima Program	38	38%
TOTAL	100	100%

Sumber: Olahan Data Peneliti

Pada tabel 1 mayoritas responden adalah penerima program bantuan CSR. Berdasarkan hasil observasi di lapangan didapatkan data bahwa hampir semua warga mengetahui mengenai pelaksanaan program CSR, namun ada sebagian warga yang sebatas mengetahui tetapi tidak menjadi bagian dari penerima bantuan program CSR. Dalam penelitian ini nanti akan dibahas lebih lanjut mengenai perbedaan sikap warga yang menerima program dan sikap warga yang belum menerima program CSR Bank Sampah.

Perbandingan Sikap Warga Penerima Program dan Bukan Penerima Program CSR Bank Sampah

Pada sub-bahasan berikut ini, akan ditampilkan Tabel mengenai perbandingan penerima dan bukan penerima mengenai pengetahuan akan program CSR yang dilaksanakan oleh PLN Jatim di Wilayah Gunung Anyar Tambak. Pada paparan di Tabel 2 ini, peneliti menyajikan data mengenai aspek pengetahuan warga penerima dan bukan penerima program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove.

Tabel 2. Perbandingan *mean* pada indikator pengetahuan

No	Pernyataan	<i>Mean</i>	
		Penerima	Bukan Penerima
1	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove	3,77 (tinggi)	3,03 (tinggi)
2	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah	3,71 (tinggi)	3,00 (tinggi)
3	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove didanai penuh oleh PT PLN (Persero) dari sebagian keuntungan perusahaan	3,77 (tinggi)	3,03 (tinggi)
4	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove tidak melibatkan sponsor dari pihak lain dalam pelaksanaannya	3,79 (tinggi)	3,03 (tinggi)
5	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk mendidik warga dalam mengelola sampah	3,76 (tinggi)	3,08 (tinggi)
6	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk membuat warga bisa mengelola sampah sehingga sampah olahan itu mempunyai nilai lebih	3,87 (tinggi)	3,50 (tinggi)
7	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove mengajarkan warga untuk lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan	3,85 (tinggi)	3,89 (tinggi)
8	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dan sehat	3,94 (tinggi)	3,92 (tinggi)
9	Pengetahuan mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk membangun kawasan Mangrove menjadi tempat wisata	3,85 (tinggi)	3,97 (tinggi)
	Total <i>mean</i>	3,81	3,38

Dari tabel 2 tersebut menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.81 dan 3.38 yang berarti pengetahuan warga adalah tinggi. Artinya warga mengetahui pelaksanaan program CSR meskipun bukan penerima program meskipun reratanya lebih rendah dari penerima program.

Hal yang paling diketahui warga adalah mengenai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dan sehat. Pengetahuan ini mempunyai nilai rata-rata sebesar 3.94. Hasil perolehan yang tinggi ini dikarenakan adanya kegiatan sosialisasi yang dilakukan PT. PLN bersama dengan pengurus bank sampah kepada warga kelurahan Gunung Anyar Tambak dan sekitarnya untuk bisa bersama mendukung dan berpartisipasi dalam program Bank Sampah Bintang Mangrove yang mempunyai tujuan utama untuk menjaga lingkungan mangrove supaya tetap bersih dan sehat.

Hal yang paling tidak diketahui warga adalah program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah dengan nilai rata – rata sebanyak 3.71. Hal ini belum banyak diketahui warga bahwa dengan mengumpulkan sampah warga bisa menukarkannya dengan besaran bayaran listrik yang digunakan di rumah tangga masing-masing.

Hal yang paling diketahui warga bukan penerima program adalah mengetahui bahwa program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk membangun kawasan Mangrove menjadi tempat wisata. Pengetahuan ini mempunyai nilai mean sebanyak 3.97. Peningkatan pariwisata yang nantinya akan bisa memperbaiki kondisi ekonomi warga.

Hal yang paling tidak diketahui warga bukan penerima program adalah mengetahui program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah dengan nilai mean sebesar 3.00. Kondisi ini juga terjadi pada warga penerima program artinya baik yang menerima maupun belum menerima program sebagian warga tidak mengetahui bahwa program mengumpulkan sampah akan bisa menggantikan nilai sampahnya dengan pembayaran listrik artinya program bayar listrik dengan sampah belum diketahui oleh warga. Dalam pernyataan salah satu warga yang mengetahui program CSR ini, yakni Salbiyah dalam wawancara pada 15 Maret 2018 disampaikan: “Iya nanti dikumpulkan, *digelangsing* (memasukan barang dalam kantong plastic-red), dijadikan satu sampah penuh baru disetorkan”

Tabel 3 Perbandingan *Mean* Tingkat Kesukaan Warga Penerima Program CSR

No.	Pernyataan	<i>Mean</i>	
		Penerima	Bukan Penerima
1	Kesukaan adanya program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove	3,77 (tinggi)	3,03 (tinggi)
2	Kesukaan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah	3,76 (tinggi)	3,00 (tinggi)
3	Kesukaan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove didanai penuh oleh PT PLN (Persero) dari sebagian keuntungan perusahaan	3,84 (tinggi)	3,00 (tinggi)
4	Kesukaan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove tidak melibatkan sponsor dari pihak lain dalam pelaksanaannya	3,82 (tinggi)	3,00 (tinggi)
5	Kesukaan bahwa program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk mendidik warga dalam mengelola sampah	3,82 (tinggi)	3,05 (tinggi)
6	Kesukaan bahwa program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove mengajarkan warga untuk lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan	3,87 (tinggi)	3,79 (tinggi)
7	Kesukaan bahwa program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk membuat warga bisa mengelola sampah sehingga sampah olahan itu mempunyai nilai lebih	3,76 (tinggi)	3,61 (tinggi)
8	Kesukaan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dan sehat	3,87 (tinggi)	3,82 (tinggi)
9	Kesukaan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk membangun kawasan Mangrove menjadi tempat wisata	3,74 (tinggi)	3,79 (tinggi)
	Total <i>Mean</i>	3.81	3.32

Tabel 3 memperlihatkan perbandingan kesukaan warga penerima program CSR. Terlihat bahwa warga penerima dan bukan penerima program sama-sama menyukai pelaksanaan CSR meski dengan nilai mean yang berbeda. Penerima program mempunyai nilai rata-rata 3.81 sedangkan bukan penerima program nilai rata-rata adalah 3.32.

Hal yang paling disukai warga penerima program adalah program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove mengajarkan warga untuk lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan. Selain itu warga penerima program juga menyukai program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dan sehat dengan nilai rata-rata 3.87. Hal ini diperkuat dengan wawancara warga (Imah, 15 Maret 2018) "Iya lingkungannya jadi bersih, sebelum ada bank sampah kotor lingkungannya, gersang".

Hal yang paling tidak disukai warga penerima program adalah program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah dan juga berkaitan dengan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bertujuan untuk membuat warga bisa mengelola sampah sehingga sampah olahan itu mempunyai nilai lebih. Dua hal ini mempunyai nilai rata-rata sebesar 3.76. Hal ini lebih dikarenakan karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan sehingga warga menjadi kurang tahu dan kurang setuju tentang membayar listrik dengan menggunakan sampah.

Tabel 3 memperlihatkan data tentang kesukaan warga bukan penerima program CSR. Warga bukan penerima program mempunyai kesukaan dengan nilai rata-rata sebesar 3.34. Namun angka ini lebih rendah dari kesukaan warga penerima program.

Hal yang paling disukai warga bukan penerima program adalah program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dan sehat. Nilai rata-ratanya sebesar 3.82. Wawancara dengan warga menyatakan "Dulu kumuh, kering, sampah berantakan, terus sejak ada bank sampah jadi bersih " (Imah, 15 Maret 2018)

Sedangkan hal yang paling tidak disukai warga bukan penerima program adalah program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah. Selain itu juga pada program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove didanai penuh oleh PT PLN (Persero) dari sebagian keuntungan perusahaan. Juga pada program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove tidak melibatkan sponsor dari pihak lain dalam pelaksanaannya. Nilai rata-ratanya adalah 3.00. Hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi pada warga tentang pelaksanaan program. Warga hanya tahu bahwa Bank Sampah itu mengurangi biaya bulanan listrik namun tidak mengetahui jika PLN sebagai penanggungjawab program dan pelaksana program. Besaran hasil penjualan sampah rata-rata Rp 20.000,- juga dianggap tidak signifikan bagi warga dalam mengurangi beban pembiayaan listrik.

Tabel 4 Kecenderungan Tindakan Warga Penerima Program Mengenai Program CSR

No	Pernyataan	Mean	
		Penerima	Bukan Penerima
1	Saya mengikuti program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove	3,66 (tinggi)	3,13 (tinggi)
2	Saya akan berpartisipasi dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah	3,68 (tinggi)	3,08 (tinggi)
3	Saya akan berpartisipasi dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang didanai oleh PT PLN (Persero) dari sebagian keuntungan perusahaan	3,60 (tinggi)	3,08 (tinggi)
4	Saya akan ikut serta dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang bertujuan untuk mengedukasi warga mengenai nilai lebih dalam mengolah sampah	3,74 (tinggi)	3,24 (tinggi)
5	Saya akan ikut serta dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang mengajarkan warga Gunung Anyar Tambak untuk lebih peduli terhadap kebersihan dan kesehatan	3,74 (tinggi)	3,82 (tinggi)
6	Saya akan ikut serta dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang mengajarkan warga Gunung Anyar Tambak untuk aktif berpartisipasi dalam menanggulangi sampah	3,76 (tinggi)	3,71 (tinggi)
7	Saya akan ikut serta mengembangkan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang bertujuan untuk membangun kawasan Mangrove menjadi tempat wisata	3,73 (tinggi)	3,84 (tinggi)
8	Saya akan ikut serta mengembangkan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih	3,77 (tinggi)	3,84 (tinggi)
Total mean		3.30	3.08

Tabel 4 memperlihatkan kecenderungan tindakan warga penerima program CSR Tabel ini mempunyai mempunyai nilai rata-rata 3.30 yang berarti mereka melakukan atau terlibat dalam kegiatan CSR ini. Partisipasi yang paling melibatkan keikutsertaan mereka adalah pada kegiatan ikut serta mengembangkan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dengan nilai

rata-rata sebesar 3.77. “Lingkungannya jadi bersih, sebelum ada bank sampah lingkungannya kotor” (Imah. Warga Gunung Anyar Tambak, 15 Maret 2018)

Sedangkan hasil terendah pada partisipasi kegiatan adalah berpartisipasi dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang didanai oleh PT PLN (Persero) dari sebagian keuntungan perusahaan dengan nilai rata-rata sebesar 3.60. hal ini disebabkan sebagai warga tidak terlalu mempedulikan apakah program CSR ini didanai oleh lembaga tertentu seperti PLN dan sejenisnya.

Pada tabel 4 menyatakan mengenai kecenderungan tindakan warga bukan penerima program yang partisipasainya mencapai nilai rata-rata 3.08. Angka ini lebih rendah dari partisipasi warga penerima program.

Partisipasi tertinggi warga bukan penerima program pada kegiatan ikut serta mengembangkan program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang merupakan program yang menciptakan lingkungan Gunung Anyar Tambak menjadi lebih bersih dengan nilai rata-rata sebesar 3.84. Hal ini sama dengan warga penerima program yang menyatakan hal yang sama.

Sedangkan keikutsertaan terendah pada kegiatan partisipasi dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang bermanfaat bagi warga dalam membayar listrik menggunakan sampah dan kegiatan partisipasi dalam program CSR Bank Sampah Bintang Mangrove yang didanai oleh PT PLN (Persero) dari sebagian keuntungan perusahaan. Nilai rata-ratanya sebesar 3.08.

Tabel 5 Perbandingan Total Mean Pada penerima dan bukan penerima di masing-masing indikator

Indikator	Mean	
	Penerima	Bukan Penerima
Kognitif	3,81 (Positif)	3,38 (Positif)
Afektif	3,81 (Positif)	3,34 (Positif)
Konatif	3,30 (Positif)	3,08 (Positif)
Total Mean	3.64	3.27

Tabel 5 menunjukkan bahwa sikap warga penerima program CSR. Sikap warga adalah positif dengan nilai rata-rata sebesar 3.64. Indikator sikap kognitif dan sikap afektif mempunyai nilai rata-rata 3.81, sedangkan indikator konatif sikap mempunyai nilai rata-rata sebesar 3.30. Artinya secara pengetahuan warga penerima program mengetahui program CSR ini dan menyukai program ini namun secara kecenderungan perilaku belum semuanya bersedia mengikuti program.

Tabel 5 memperlihatkan sikap warga bukan penerima program CSR. Berikut adalah sikap warga bukan penerima program yang menunjukkan sikap positif dengan nilai rata-rata sebesar 3.27. Angka ini lebih rendah dari sikap warga penerima program CSR. Dari tabel 5 terlihat data bahwa secara pengetahuan warga mengetahui program CSR ini, namun secara afeksi warga tidak semuanya menyukai program ini dan angka paling rendah pada konasi dimana warga tidak semuanya mempunyai kecenderungan perilaku untuk mengikuti program ini.

Tabulasi Silang Antara Identitas Responden dengan Sikap Warga Penerima Program

Tabel 6. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Sikap Warga Penerima Program

Sikap Warga Penerima Jenis Kelamin	Positif	Negatif	TOTAL
Laki-laki	16 25.8%	0 0%	16
Perempuan	46 74.2%	0 0%	46
TOTAL	62 100%	0 0%	62 100%

Tabel 6 memperlihatkan sikap warga penerima program berdasarkan jenis kelaminnya. Responden perempuan lebih bersikap positif dibanding responden laki-laki yaitu sebesar 74.2%. Hal ini dikarenakan perempuan lebih banyak menjadi peserta program CSR dan mengikuti program ini sehingga lebih positif dalam menyikapi program.

Tabel 7. Tabulasi Silang Antara Usia dengan Sikap Warga Penerima Program

Sikap Warga Penerima Usia	Positif	Negatif	TOTAL
20-40 Tahun	23 27.1%	0 0%	23
41-60 tahun	39 62.9%	0 0%	39
TOTAL	62 100%	0 0%	62

Tabel 7 memperlihatkan sikap warga penerima program berdasarkan usia. Terlihat mayoritas responden dengan usia 41-60 tahun lebih bersikap positif dibanding responden dengan usia 20-40 tahun. Dengan demikian rentang usia tua lebih bersikap positif dibanding kaum muda.

Tabel 8. Tabulasi Silang Antara Pekerjaan dengan Sikap Warga Penerima Program

Sikap Warga Penerima Pekerjaan	Positif	Negatif	TOTAL
Pegawai Swasta	3 4.8%	0 0%	3 4.8%
Petani	1 1.6%	0 0%	1 1.6%
Pedagang	14 22.6%	0 0%	14 22.6%
Buruh	1 1.6%	0 0%	1 1.6%
Ibu Rumah Tangga	32 51.6%	0 0%	32 51.6%
Lainnya	11 17.7%	0 0%	11 17.7%
TOTAL	62 100%	0 0%	62 100%

Tabel 8 memperlihatkan sikap warga penerima program berdasarkan latar belakang pekerjaannya. Terlihat warga penerima

program dengan profesi ibu rumah tangga mempunyai sikap positif dominan dibandingkan profesi yang lainnya.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik mayoritas responden yang diperoleh adalah sebagai berikut berjenis kelamin perempuan, berusia 41-60 tahun, mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, pendidikan terakhir lulusan SD dan yang sederajat, status kependudukannya adalah warga asli dan penerima program bantuan CSR. Sikap warga penerima program CSR dan sikap warga bukan penerima program CSR adalah positif artinya secara kinerja *Public Relations* program CSR ini berhasil karena menghasilkan sikap positif. Namun angka yang diperoleh sikap warga bukan penerima program lebih rendah dari sikap warga penerima program CSR. Sikap warga penerima program mempunyai nilai tertinggi pada kognisi dan afeksi dengan nilai yang sama kemudian konatif. Sedangkan sikap warga bukan penerima program mempunyai nilai tertinggi kognisi kemudian afeksi dan terendah adalah konatif.

Penulis menyarankan dilakukan penelitian sejenis dengan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus atau reception analisis dengan subjek yang sama maka akan diperoleh jawaban yang mendalam sehingga akan dapat digunakan untuk memperkaya hasil penelitian.

REFERENSI

- Ardianto, E. (2016). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, M & Wawan, A. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Muha Medika.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Iriantara, Y. (2007). *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Edisi ke-2. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Keith, B. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh. Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Nilamsari, dkk. Komunikasi Corporate Social Responsibility Untuk Pemberdayaan Peternak Sapi Perah. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2): 296-310.
- Nurjannah, Suwatno, & Damayanti, W. Komunikasi Corporate Social Responsibility Pada Official Website Perusahaan Badan Usaha Milik Negara, *Jurnal ASPIKOM*, 3(2): 311-325.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sujanto & Yudistira, R. CSR Internal Manajemen Bukalapak Sebagai Bentuk Investasi Sosial dan Peningkatan Kualitas Komunikasi Sosial Internal Perusahaan. *Jurnal Komunikatif*, 6(2).
- Wibisono, Y. (2007) *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Gresik : Fascho Publishing.