

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan perusahaan – perusahaan Indonesia berkembang begitu cepat. Hal tersebut terbukti dari munculnya banyak perusahaan baru baik dalam bidang teknologi, informasi, ataupun komunikasi. Tentunya dalam sebuah perusahaan memiliki ranah tersendiri dalam menjalankan setiap program yang sesuai dengan bidang perusahaan itu sendiri.

Setiap perusahaan dalam membuat program kerja tidak hanya berfokus untuk mensejahterakan perusahaan saja atau pemilik modal saja, Tetapi juga harus memiliki program yang memperhatikan lingkungan sekitarnya, dalam kata lain sebuah perusahaan yang ada harus mempunyai kepekaan dan juga berkomitmen dalam mengembangkan, memperbaiki ataupun meningkatkan kualitas kehidupan maupun lingkungan sekitar yang beroutput pada kebermanfaatan berupa peningkatan kualitas hidup bagi lingkungan sekitar. Program tersebut biasa disebut dengan (CSR) *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility atau CSR merupakan suatu program atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. Program CSR dilakukan sebagai bentuk rasa terima kasih kepada masyarakat dengan cara memberikan program seperti mengadakan program beasiswa, pembangunan fasilitas umum, pemberdayaan masyarakat ataupun program yang berorientasi menjaga lingkungan. Dengan adanya program CSR yang dibuat oleh sebuah perusahaan selain untuk mensejahterakan masyarakat. Perusahaan juga memiliki tujuan untuk menanamkan opini pada masyarakat bahwa perusahaan tersebut baik, peduli terhadap masyarakat sekitar dan membawa kebermanfaatan bagi lingkungan. CSR tidak hanya

sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan tetapi juga untuk membranding atau mengenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat atau juga untuk membentuk opini publik yang selanjutnya bisa berdampak pada tertariknya investor dalam penanaman saham. Jika sebuah program CSR yang di jalankan oleh perusahaan itu berhasil dan memberikan output yang baik maka dapat memunculkan opini atau tanggapan positif dari masyarakat terhadap perusahaan. Namun jika program CSR ini gagal ataupun malah tidak dilaksanakan maka dapat memunculkan opini atau tanggapan yang buruk terhadap perusahaan tersebut.

Untuk program CSR yang terkait dengan lingkungan, sekarang tidak hanya dilakukan dengan cara penanaman pohon pada lahan kosong atau hutan yang gundul. Namun sekarang ini program CSR yang terkait dengan lingkungan dapat dilakukan dengan cara mengurangi penggunaan kertas yang sulit di daur ulang dengan cara menggantinya dengan yang terkait dengan lingkungan dapat dilakukan dengan cara mengurangi penggunaan kertas yang sulit di daur ulang dengan cara menggantinya dengan pemanfaatan kemajuan teknologi berupa digitalisasi data dari yang konvensional berupa penggunaan kertas beralih menjadi bentuk data atau file elektronik. Beberapa perusahaan sudah mulai mengganti semua pelaporan atau data perusahaan menjadi dalam bentuk file. Dalam mengurangi emisi gas karbondioksida atau karbon saat ini CSR perusahaan tidak melulu berfokus untuk penghijauan saja namun perusahaan juga memiliki program yang berguna untuk mengurangi kadar presentasi jumlah penggunaan karbon lewat program program yang lebih efektif seperti pengurangan penggunaan kendaraan pribadi ketika berpergian khususnya ke kantor yang dilakukan minim satu kali dalam satu bulan, tidak melakukan aktifitas yang menimbulkan polusi seperti merokok dan sejenisnya. Untuk menghindari barang yang tidak ramah lingkungan suatu perusahaan mewajibkan karyawan untuk membawa botol minum dari rumah untuk menghindari sampah botol plastik. CSR juga menyentuh dan memperhatikan konteks kondisi sosial ekonomi yang dialami oleh suatu daerah dapat berupa pembangunan rumah bagi masyarakat di daerah kurang mampu dengan melihat data tingkat kemiskinan lewat digital.

Dalam konteks yang lain perusahaan juga melakukan tindakan dan program untuk menginformasikan atau pemberian edukasi masyarakat lewat kampanye kampanye. Namun saat sekarang ini kampanye program CSR tidak dilakukan secara tatap muka saja, melainkan dilakukan secara digital dengan memanfaatkan teknologi yang sudah maju.

Video merupakan salah satu media yang masih cukup diminati oleh sebagian besar orang pada zaman modern ini karena itulah selain bisa digunakan sebagai hiburan video juga bisa berfungsi sebagai media promosi yang sangat kuat bagi perusahaan untuk lebih membaaur serta mendekatkan diri pada masyarakat.

Beberapa perusahaan yang menerapkan CSR model tersebut diantaranya adalah PT. Edelman Indonesia. Program CSR PT. Edelman Indonesia berfokus pada program Edelman *Citizenship* diantaranya *Carbon Trust standard*, *Global Woman Executive Network (GWEN)*, *C-Score*, *Pro Bono and Volunteerism*.

B. Perumusan Masalah:

Bagaimana video pendek mengenai CSR PT Edelman akan memberikan dampak kepada klien atau masyarakat setelah menontonnya?

C. Tujuan Pegamatan

Melalui video mengenai CSR PT Edelman, diharapkan akan memeperkuat brand PT Edelman pada masyarakat serta memberikan pengetahuan lebih mengenai perbedaan PT Edelman dengan perusahaan lain pada bidang yang sama.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Sejarah lembaga

1. PT Edelman Indonesia

Edelman adalah konsultan hubungan masyarakat independen global terbesar di dunia dan menyediakan spektrum penuh layanan hubungan masyarakat untuk membantu membangun citra bagi perusahaan dan merek terkemuka dunia. Sejak didirikan pada tahun 1952, perusahaan telah berkembang menjadi benar-benar internasional, beroperasi di 65 kantor di seluruh dunia. Edelman menyediakan spektrum penuh layanan hubungan masyarakat untuk membantu membangun citra perusahaan dan merek terkemuka dunia.

Kantor Jakarta mulai beroperasi pada tahun 1993, dan merupakan perusahaan hubungan masyarakat terbesar di Indonesia, dengan lebih dari 140 karyawan tetap. Perusahaan ini mengkhususkan diri dalam bidang praktik bisnis berikut: Teknologi, PR Konsumen dan Merek, Hubungan Korporat dan Publik / Hubungan Pemerintah, Komunikasi Digital, Keterlibatan Sosial dan Pegawai, Hubungan Keuangan & Investor, dan Layanan Kesehatan. Edelman memiliki daftar klien di perusahaan multinasional dan nasional terkemuka di seluruh sektor di atas.

Alamat dan Informasi Kontak :

- a. Alamat : Menara Sentraya, Jl. Iskandarsyah Raya No.1A, RT.3/RW.1, Melawai, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160
- b. Telepon : +62 21 27883888 / 0217215900

B. Fokus Interest

Menurut Widjaja mengemukakan humas dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk menanamkan pengertian guna memperoleh *good will*, kerjasama, dan kepercayaan yang pada gilirannya mendapat dukungan dari pihak lain (Widjaja, 1991: 55). Humas atau public relations dalam prakteknya memiliki beberapa tujuan, tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina, memelihara sikap yang menyenangkan bagi perusahaan atau organisasi antara satu pihak dengan pihak lain atau bisa juga disebut publik dengan cara melakukan komunikasi yang baik sehingga bisa menimbulkan timbal balik atau feedback yang baik antara kedua belah pihak. Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* mengemukakan bahwa public relations memiliki peran ganda di satu pihak berupa ia menjaga citra baik terhadap lembaga ataupun organisasi yang diwakilinya dan di pihak lain ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti opini publik yang negatif, kontrofersional, bertentangan hingga menghadapi saat yang paling penting dan kritis kepercayaan dan citra (Rosadi Ruslan, 2000 : 59).

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh public relations untuk perusahaan yaitu mengadakan program *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa disebut dengan CSR merupakan salah satu bentuk kepedulian yang dibangun oleh sebuah perusahaan untuk masyarakat agar masyarakat percaya terhadap perusahaan yang bersangkutan. CSR merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations*. Dalam program CSR, seorang public relations dituntut untuk membina hubungan baik dengan masyarakat ataupun publiknya dalam bentuk hubungan internal maupun dalam hubungan eksternal. Aktivitas CSR merupakan aktivitas yang sangat penting bagi perusahaan karena aktivitas CSR tidak hanya berkaitan dengan pengeluaran dan hasil yang diperoleh sebuah perusahaan, melainkan juga terkait dengan hal reputasi. Jika program CSR yang dijalankan sesuai dengan tujuan dan tepat sasaran maka akan menghasilkan

kepercayaan yang timbul dari masyarakat kepada sebuah perusahaan, selain itu citra positif terhadap perusahaan juga akan meningkat (Untung, 2007:7). Perusahaan sudah mulai beralih pada hal digitalisasi termasuk dalam menjalankan programnya seperti CSR. Revolusi Industri merupakan Proses perubahan cara kerja manusia dari penggunaan manual menjadi otomisasi atau digital (Suwardana, 2017). CSR merupakan alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan para *Stakeholder*.

Perusahaan PT. Edelman Indonesia memiliki CSR yang disebut dengan *Citizenship*. *Citizenship* merupakan program CSR khusus yang dimiliki dan ditanamkan oleh diseluruh perusahaan kantor Edelman yang ada di dunia. Program *citizenship* meliputi empat program yaitu *carbon trust standart*, *global women executive network*, *c-score*, *pro bono and volunterism*. Pemunculan ide pembuatan program carbon trust standart dan c-score dilatar belakangi karena adanya fenomena pemanasan global atau global warming dan tingkat karbon di bumi. Menurut Nanny Kusminingrum dalam penelitiannya yang berjudul “Potensi Tanaman dalam Menyerap CO₂ dan CO Untuk Mengurangi Pemanasan Global” menjelaskan bahwa pemanasan global adalah adanya proses peningkatan suhu rata-rata atmosfer, laut dan daratan bumi. Segala sumber energi di bumi berasal dari matahari. Ketika energi tersebut mengenai permukaan bumi, berubah dari cahaya menjadi panas yang menghangatkan bumi. Permukaan bumi akan menyerap sebagian panas dan memantulkan kembali sisanya. Namun sebagian dari panas tetap terperangkap di bumi akibat menumpuknya jumlah gas rumah kaca antara lain : uap air, karbondioksida dan metana yang mengakibatkan suhu rata rata di bumi menjadi meningkat. PT. Edelman melihat kondisi tersebut lewat program *carbon trust standart dan c-score* melakukan prinsip kerja paperless sebanyak 80% atau dengan kata lain semua laporan perusahaan dilakukan secara digital. Untuk mengurangi emisi karbon, perusahaan mewajibkan karyawan menggunakan kendaraan umum ketika pergi ke kantor guna emisi karbon setidaknya sebanyak 7% dalam satu bulan. Dalam konteks sosial Edelman membuat program CSR yang meliputi *global*

women executive network yang dilatar belakangi ingin mengangkat potensi yang dimiliki perempuan. Menurut Hubeis (2010) pemberdayaan perempuan adalah upaya memperbaiki status dan peran perempuan dalam pembangunan bangsa, sama halnya dengan kualitas peran dan kemandirian organisasi perempuan (Dalam Saugi dan Sumarno, 2015). Dalam hal ini Edelman memiliki pandangan bahwa perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk tumbuh, bekerja, ataupun berkembang layaknya laki laki. Hal diwujudkan dengan Edelman sangat terbuka jika seorang perempuan ingin bergabung dengan perusahaan dan perempuan bisa leluasa bekerja seperti laki laki dalam hal konteks memimpin perusahaan sekalipun. Selanjutnya Edelman memiliki program probono dan volunterism. Menurut legalvision

“Pro bono work is the provision of complimentary service by a company or employee of that company for the public good. Pro bono work mainly comprise of more generalized assistance to a particular cause rather than organization”

“Pro bono merupakan pekerjaan penyedia layanan gratis oleh perusahaan atau karyawan perusahaan untuk masyarakat. Pekerjaan utama dari pro bono merupakan bantuan yang berorientasi pada masyarakat umum daripada organisasi itu sendiri”

Lewat program Probono and volunterism, Edelman ingin berbagi pengalaman atau sharing, atau bahkan memberikan bantuan secara gratis. Hal tersebut dilakukan karena masyarakat masih minimnya tentang pengetahuan tertentu.

C. Fungsi Video

Melalui video singkat tentang Laporan Program CSR PT Edelman yang membahas secara singkat apa itu yang dimaksud dengan CSR serta dasar hukum yang melandasi CSR, masyarakat diharapkan akan lebih mengenal dan memahami bahwa keberadaan CRS selain memiliki peranan penting juga memberikan manfaat bagi masyarakat.

Setelah menegenal apa itu CSR, masyarakat akan dijelaskan lebih mendalam tentang penerapan dari program CSR yang dilaksanakan oleh PT Edelman yang berfungsi sebagai daya tarik utama dalam manfaat meningkatkan citra perusahaan serta menguatkan brand PT Edelman di hati masyarakat.

D. Program CSR Edelman

Citizenship merupakan mandat tanggung jawab yang dimiliki dan ditanamkan pada perusahaan edelman. Tidak hanya edelman indonesia saja tetapi juga seluruh kantor edelman yang ada di dunia. Lewat program citizenship. Edelmen ingin menunjukkan operasional dan dampak adanya perusahaan secara global. Edelman memiliki tujuan untuk menyelaraskan semua kebijakan, program, dan operasional dengan tujuan memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas tindakan di setiap langkah lewat menunjukkan dan melakukan hal baik kepada masyarakat atau lingkungan. Hal tersebut direalisasikan dengan melakukan aktivitas citizenship yang meliputi :

1. Carbon Trust Standard

Dalam menyuarakan *Eco Green* edelman melakukan kegiatan *Carbon Trust Standart* yaitu bagaimana memanajemen energi lingkungan untuk mengurangi emisi karbon dan meningkatkan efisiensi sumber daya melalui penyediaan bantuan spesialis, dukungan dan saran. Edelman dalam prinsip kerjanya melakukan paperless sebanyak 80% yaitu minimnya penggunaan kertas dalam aktivitas kerjanya. Semuanya laporan dilakukan secara digital. Guna untuk mengurangi sampah kertas yang notabene kertas dibuat dari batang pohon. Selain itu bisa menghemat biaya kas perusahaan untuk tidak membeli kertas. Selanjutnya dalam mengurangi sampah botol atau plastik. Karyawan diwajibkan untuk membawa tumblr yaitu wadah isi air untuk mengurangi air kemasan dari botol.

2. *Global Women Executive Network*

Lewat program ini edelman bermaksud untuk memperdayakan wanita. Maksudnya edelman memiliki misi inisiatif untuk memelihara lingkungan dengan cara semua perempuan latar belakang dapat menikmati kesempatan yang sama untuk tumbuh dan berkembang, memimpin dan sukses dalam dan di luar edelman. Edelman memberikan peluang besar bagi wanita yang ingin bekerja di edelman. Perempuan bisa leluasa bekerja seperti laki laki dalam hal konteks memimpin perusahaan sekalipun. Tidak ada peraturan yang memikat. Perempuan yang menikah ataupun belum semua dpt bergabung. Edelman juga memberikan leluasa atau toleransi tinggi bagi perempuan yang hamil bisa melakukan pekerjaan hanya setengah hari. Dan untuk karyawan perempuan yang memiliki anak bayi atau kecil boleh mengajak anaknya ke perusahaan. Bahkan perusahaan menyediakan ruangan menyusui dan playground untuk anak.

3. *C-Score*

Dalam mewujudkan ecogreen. Perusahaan mengharuskan karyawan untuk membantu mengurangi tingkat presentasi karbon di bumi setidaknya 7% tiap bulan. Hal itu dilakukan dengan cara misalnya tidak membawa kendaraan pribadi ketika berangkat dan pulang ke kantor tetapi digantikan dengan menggunakan kendaraan umum seperti busway ataupun angkot. Tidak merokok. Atau pun mengurangi aktivitas yang dpt menyebabkan asap.

4. *Pro Bono and Volunteerism*

Karyawan diharuskan melakukan pekerjaan professional secara sukarela dan tanpa adanya pembayaran. Misalnya mengundang beberapa orang untuk diberikan pelatihan penulisan, pengetahuan tentang pengelolaan

media relations namun secara gratis ataupun sukarela. Melakukan pengecatan pada fasilitas umum yang tidak layak. Seperti masjid ataupun mushola. Pembangunan rumah secara gratis untuk masyarakat mauk banten dan masyarakat desa srunggo di Bantul Yogyakarta yang bekerjasama dengan *Habitat for Humanity* Indonesia. Mengadakan event dengan cara merekrut panitia dari masyarakat.

E. Isi Video

Sesuai judul dari video yang bertuliskan “Laporan CSR PT Edelman Indonesia Sebagai Perusahaan Public Relations” konten yang tersaji dalam video tersebut akan lebih menekankan kepada program CSR apa saja yang dimiliki serta dijalankan oleh PT Edelman serta penjelasan singkat mengenai pengertian dari program tersebut.

Di awal video juga tersaji mengenai apa itu yang dimaksud dengan CSR untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang masih awam mengenai pengertian CSR.

F. Cara Pembuatan Video

Pada video Laporan CSR PT Edelman Indonesia Sebagai Perusahaan Public Relations aplikasi yang digunakan adalah Powtoon.

Powtoon merupakan aplikasi video maker yang bisa diakses secara online oleh siapa saja dengan syarat cukup hanya dengan melakukan registrasi pembuatan akun di powtoon.

Proses pembuatan video di powtoon cukup mudah, karena selain menyediakan berbagai template dan tema untuk berbagai jenis video, pemilik akun juga bisa membuat template video original mereka sendiri.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Humas atau *Public Relations* dalam prakteknya memiliki beberapa tujuan, tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina, memelihara sikap yang menyenangkan bagi perusahaan atau organisasi antara satu pihak dengan pihak lain atau bisa juga disebut publik dengan cara melakukan komunikasi yang baik sehingga bisa menimbulkan timbal balik atau feedback yang baik antara kedua belah pihak.

Public Relations dalam praktiknya memiliki peran ganda di satu pihak berupa ia menjaga citra baik terhadap lembaga ataupun organisasi yang diwakilinya dan di pihak lain ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti opini publik yang negatif, kontrofersional, bertentangan hingga menghadapi saat yang paling penting dan kritis kepercayaan dan citra (Rosadi Ruslan, 2000 : 59).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu program perusahaan yang berguna dalam menyalurkan kinerja perusahaan yang didedikasikan untuk lingkungan dan masyarakat terutama sekitar territorial perusahaan yang bertujuan memperoleh citra baik dari masyarakat dan memberikan dampak positif bagi sekitar. Setiap perusahaan memiliki program khusus tentang CSR dalam menciptakan citra positif di era industry 4.0 sesuai dengan bidang atau jenis perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) di era revolusi industri 4.0 digunakan untuk membangun strategi baru untuk mengikuti proses digitalisasi perusahaan. CSR tidak hanya digunakan untuk sebagai tanggung jawab perusahaan tetapi juga digunakan sebagai perilaku perusahaan dalam proses digitalisasi.

PT Edelman Indonesia memiliki Program CSR yang disebut *Citizenship* yang meliputi *Carbon Trust Standard* yaitu dengan cara melakukan *paperless* sebanyak 80%.

Edelman meminimalisir pengguna kertas dalam aktivitas kerjanya dimana semua pelaporan dilakukan secara digital. Lalu penggunaan tumblr sebagai ganti wadah isi air guna untuk mengurangi sampah botol atau plastic guna untuk mengurangi emisi karbon., *Global Woman Executive Network* diwujudkan dalam bentuk Edelman memberikan kesempatan besar bagi wanita yang ingin bekerja di perusahaan Edelman. Perempuan dapat bekerja seperti laki laki dalam konteks memimpin perusahaan sekalipun. Hal tersebut dilatar belakangi dari perempuan atau wanita saat ini memiliki pemikiran yang maju terbukti dari banyaknya perempuan dengan pendidikan yang tinggi., *C-Score*. Lewar program C-Score, Edelman berupaya mengurangi kadar presentasi karbon dengan cara mengharuskan karyawan tidak membawa kendaraan pribadi ketika berangkat dan pulang dari kantor tetapi digantikan dengan menggunakan kendaraan umum setidaknya 7% tiap bulan dan hasilnya akan dicek menggunakan aplikasi yang telah disediakan oleh perusahaan., *Pro Bono and Volunterism*, diwujudkan dalam bentuk karyawan Edelman diharuskan melakukan pekerjaan professional secara sukarela tanpa adanya pembayaran seperti pembangunan rumah bagi masyarakat di daerah kurang mampu dengan melihat data tingkat kemiskinan lewat digital.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu program perusahaan yang berguna dalam menyalurkan kinerja perusahaan yang didedikasikan untuk lingkungan dan masyarakat terutama sekitar territorial perusahaan yang bertujuan memperoleh citra baik dari masyarakat dan memberikan dampak positif bagi sekitar.

Media video bisa menjadi sarana yang sangat efektif dalam mempromosikan atau mengangkat citra dari suatu perusahaan seperti PT Edelman Indonesia dengan semua program CSR nya yang dituangkan ke dalam video bisa menjadi media edukasi sekaligus promosi tentang bagaimana PT Edelman Indonesia turut aktif berperan dalam kegiatan masyarakat serta peduli terhadap lingkungan hidup.