

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era sekarang ini, tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan corporate social responsibility (CSR) telah menjadi landasan keberlangsungan bisnis bagi banyak perusahaan, baik dalam skala global maupun lokal. Banyak perusahaan kini mengintegrasikan kegiatan CSR ke dalam strategi bisnis mereka, dengan harapan bukan hanya meningkatkan reputasi dan citra positif, tetapi juga memotivasi karyawan, serta meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

Namun, perkembangan CSR saat ini menunjukkan bahwa implementasinya tidak boleh semata-mata diukur dari sudut pandang keuntungan perusahaan saja. Pengimplementasian CSR harus melibatkan pertimbangan yang lebih luas, yaitu keberlanjutan kualitas hidup komunitas serta pengelolaan sumber daya yang ada. Konsep CSR, seperti yang digariskan oleh The World Business Council for Sustainable Development, menggambarkan CSR sebagai komitmen dunia usaha dalam memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi serta peningkatan kualitas hidup karyawan, keluarga, masyarakat lokal, dan masyarakat umum.

Dengan mengacu pada konsep CSR tersebut, terlihat bahwa paradigma CSR telah mengalami perubahan. Perusahaan saat ini diharapkan tidak hanya menjaga reputasi, citra perusahaan, atau meningkatkan pangsa pasar semata, melainkan juga harus membangun proses pembangunan yang berkelanjutan tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi mendatang. Oleh karena itu, pendekatan yang semakin mendapat perhatian adalah Sustainable Development Goals (SDG's).

Prinsip yang terkandung dalam Sustainable Development pada dasarnya menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan tidak hanya keuntungan ekonomi, melainkan juga menjaga kerusakan lingkungan, memberikan manfaat kepada masyarakat di sekitarnya, dan menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan. Dengan menggandeng tiga pilar tersebut, atau yang dikenal dengan "Triple Bottom Line,"

perusahaan diharapkan mampu mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Perkembangan prinsip-prinsip yang diwujudkan dalam Sustainable Development Goals (SDG's) sebenarnya merupakan respons yang masuk akal terhadap dampak negatif yang dihasilkan oleh kegiatan usaha sejumlah perusahaan. Kritik yang diberikan oleh para ahli ekonomi menunjukkan bahwa strategi-strategi yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan ini telah memicu gaya hidup konsumtif yang berlebihan serta pola konsumsi yang tidak berkelanjutan, yang pada gilirannya telah menyebabkan degradasi lingkungan dan polusi yang parah.

Beberapa perusahaan besar di Indonesia telah mengaitkan bisnis mereka dengan Sustainable Development Goals (SDGs). Salah satunya, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. PT Japfa Comfeed Indonesia, yang didirikan pada tahun 1975, telah berkembang menjadi salah satu perusahaan agri-food terbesar dan paling terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini stolaf dalam produksi protein hewani berkualitas tinggi dan telah dengan setia melayani kebutuhan pelanggan selama bertahun-tahun. Dengan komitmen terus-menerus terhadap kualitas dan pelayanan, PT Japfa Comfeed Indonesia memiliki reputasi yang tak terbantahkan sebagai pemasok tepercaya dalam industri ini. Visi perusahaan ini melibatkan ambisi untuk menjadi penyedia utama dan tepercaya di bidang produk pangan berprotein terjangkau di Indonesia. Melalui landasan kerja sama dan pengalaman teruji, PT Japfa Comfeed Indonesia berusaha mencapai tujuan ini dengan memberikan manfaat yang maksimal bagi seluruh pihak terkait. Upaya berkelanjutan perusahaan ini untuk memenuhi standar kualitas tinggi dan memberikan solusi pangan yang terjangkau menegaskan peran sentral mereka dalam mendukung keberlanjutan industri agri-food di Indonesia. (Journey, 2021).

PT Japfa Comfeed melibatkan diri dalam tanggung jawab sosial dengan menciptakan program Japfa4Kids yang bersifat jangka panjang. Program ini, yang diselaraskan dengan prinsip-prinsip "triple bottom line" dari SDGs, bertujuan untuk mengubah perilaku kepala sekolah, guru, dan siswa di sekolah-sekolah terdekat dengan lokasi usaha Japfa. Program ini mendukung pola makanan sehat dan bergizi serta menciptakan lingkungan sekolah yang bersih. Hal ini dianggap penting karena

kesehatan dan gizi anak-anak memiliki dampak signifikan pada pengembangan sumber daya manusia dan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam lingkungan pendidikan di mana terdapat anak-anak bangsa.

Penting untuk mendapatkan perhatian terhadap masalah kesehatan dan kekurangan gizi anak-anak karena data WHO (2022) menunjukkan bahwa kekurangan gizi pada anak-anak di Indonesia masih berada di atas ambang batas yang ditetapkan oleh WHO. Meskipun data menunjukkan dimana prevalensi stunting di Indonesia turun dari 24,4% di tahun 2021 menjadi 21,6% di 2023, namun masih jauh dari target pemerintah yaitu 14% (Rokum, 2023). Berbagai faktor sosial dan ekonomi, seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan kualitas lingkungan, merupakan penyebab penting dari masalah ini. Oleh karena itu, melibatkan perusahaan dalam inisiatif seperti Japfa4Kids adalah langkah positif menuju penyelesaian permasalahan ini dan memperlihatkan kontribusi nyata perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

Mengamati situasi tersebut, setiap perusahaan, khususnya perusahaan berskala besar, menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan kesehatan dan juga gizi melalui promosi kesehatan serta pencegahan. Tantangan ini tidak hanya terbatas pada karyawan perusahaan, tetapi juga harus diperluas untuk melibatkan populasi secara lebih luas. Oleh karena itu, perusahaan harus memainkan peran yang lebih aktif dalam meningkatkan kesehatan dan pencegahan, tidak hanya untuk karyawan mereka, tetapi juga untuk komunitas lokal dan masyarakat umum. Sebagai contoh, PT Japfa Comfeed telah mengambil langkah konkret dengan melakukan upaya promosi kesehatan dan gizi, fokusnya adalah pada siswa-siswa di sekolah dasar. Upaya ini mencakup memberikan pemahaman tentang kesehatan, terutama pengetahuan tentang makanan sehat, kepada orang tua siswa, guru, dan murid itu sendiri.

Namun, walaupun perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi terhadap stakeholder di lingkungan perusahaan, keberhasilan dari program CSR yang dijalankan oleh perusahaan tidak akan mencapai hasil maksimal apabila masyarakat tidak memiliki kesadaran untuk memikul tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya, khususnya dalam masalah kesehatan.

Saat ini, terdapat berbagai penelitian dan publikasi yang berhubungan dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Namun, dapat ditemukan bahwa sebagian besar kajian tersebut cenderung lebih berorientasi pada hasil finansial atau keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, serta dampak positif yang dapat diberikan terhadap reputasi perusahaan. Meskipun demikian, terdapat kesenjangan dalam literatur yang lebih mendalam mengenai pengkajian dampak sosial yang dihasilkan oleh program CSR, terutama ketika program-program tersebut difokuskan pada aspek kesehatan dan gizi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang lebih komprehensif mengenai dampak sosial dari inisiatif CSR, khususnya yang berfokus pada aspek kesehatan dan gizi, masih memerlukan perhatian lebih lanjut.

Mengingat seriusnya permasalahan gizi dan kesehatan anak-anak di Indonesia, PT Japfa Comfeed telah memilih untuk fokus pada edukasi tentang nutrisi sehat di sekolah-sekolah melalui program CSR mereka, Japfa4Kids. Namun, pertanyaan yang muncul adalah bagaimana dampak sosial dari program CSR ini, khususnya dalam hal perubahan pola makan anak-anak dan pengelolaan lingkungan sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada eksplorasi dampak sosial yang dihasilkan dari program CSR yang dijalankan oleh PT Japfa Comfeed.

Penelitian terkait CSR juga telah difokuskan pada reaksi konsumen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, menunjukkan bahwa konsumen mengharapkan perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Studi lain telah mengeksplorasi pertanyaan mengenai bagaimana, kapan, dan kepada siapa program CSR tertentu dapat berhasil. Dalam hal ini, Johnson and Johnson juga telah melakukan penelitian penting dengan fokus pada peningkatan kualitas hidup komunitas melalui berbagai program CSR di Amerika dan di seluruh dunia (Brooke & Forester, 2009). Semua penelitian ini menunjukkan pentingnya memahami dampak sosial dari program CSR, terutama ketika program tersebut memengaruhi aspek-aspek kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Pentingnya Corporate Social Responsibility (CSR) bagi masyarakat telah dijelaskan oleh Sheth sebagai fokus pada memenuhi kebutuhan berbagai stakeholder organisasi dan masyarakat secara keseluruhan, di mana masyarakat sendiri merupakan

salah satu stakeholder utama. Dia mengungkapkan bahwa perusahaan akan meraih keunggulan kompetitif jika memperhitungkan dampak lingkungan yang timbul akibat praktik bisnisnya (Brooke & Forester, 2009).

Pertanyaan mengenai hubungan antara CSR dengan pembangunan berkelanjutan (sustainable development) pun telah menjadi fokus perhatian. Konsep pembangunan berkelanjutan yang pertama kali diajukan oleh Komisi Brundtland pada tahun 1987, disebutkan bahwa Pembangunan Berkelanjutan mengambil konsep “pinjaman” alih-alih “warisan”, dimana sebuah pembangunan yang memenuhi kebutuhan di masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi di masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Aditya Prayogi, 2022).

Pengenalan konsep Triple Bottom Line oleh Elkington juga menekankan pentingnya meminimalisir kerusakan lingkungan (planet), memberikan manfaat kepada masyarakat (people), dan memberikan nilai ekonomi (profit) dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Selain itu, keberlanjutan adalah konsep di mana perusahaan tidak hanya memperhatikan kesejahteraan perusahaannya dalam jangka pendek, melainkan juga pembangunan masyarakat secara keseluruhan dalam jangka panjang. Ini berarti perusahaan harus memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan langsung atau tidak langsung, seperti pemegang saham, karyawan, klien, dan komunitas, tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang.

Pentingnya keterlibatan perusahaan dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan serta peningkatan kualitas hidup menjadi jelas melalui komitmen bisnis untuk aktif berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkesinambungan. Perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, melainkan juga pada kolaborasi dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. Tujuan utamanya adalah untuk memperbaiki kualitas hidup mereka. Dengan menunjukkan komitmen ini, bisnis menyatakan bahwa mereka tidak hanya menjadi entitas ekonomi, tetapi juga mitra pembangunan sosial yang bertanggung jawab. Keterlibatan perusahaan dalam inisiatif CSR (Corporate Social Responsibility) bukan hanya tentang kepatuhan terhadap norma-norma etika bisnis, tetapi lebih merupakan bagian integral dari strategi bisnis mereka. Integrasinya CSR



ke dalam strategi bisnis bukan hanya sekadar tanggung jawab, melainkan juga sebagai sarana untuk memberikan kontribusi positif terhadap komunitas dan masyarakat, baik di tingkat lokal maupun global.

Menurut Kotler & Nancy, ada enam kegiatan sosial yang mencerminkan CSR, yaitu: Pertama, Cause Promotion, di mana perusahaan memberikan sumber daya melalui penggalangan dana atau sukarela untuk isu sosial tertentu, meningkatkan kesadaran masyarakat. Kedua, Corporate Social Marketing, di mana perusahaan mendukung kampanye tentang isu sosial tertentu dengan tujuan mengubah perilaku masyarakat terhadap kesehatan, keselamatan, lingkungan, atau kesejahteraan masyarakat. Ketiga, Cause Related Marketing, di mana perusahaan memberikan kontribusi pada isu sosial tertentu dengan memberikan persentase keuntungan dari penjualan. Keempat, Corporate Philanthropy, di mana perusahaan memberikan kontribusi langsung melalui kegiatan amal, seperti donasi atau hibah, kepada masyarakat yang membutuhkan. Kelima, Community Volunteering, di mana perusahaan mendukung dan mendorong karyawan untuk menyisihkan waktu dan energi mereka untuk membantu isu sosial tertentu. Keenam, Socially Responsible Business Practices, di mana perusahaan menjalankan praktik bisnis yang mendukung tujuan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melindungi lingkungan (Carroll et al., 1999).

Berdasarkan gambaran tersebut, salah satu kegiatan CSR, yaitu Corporate Social Marketing, relevan dengan program CSR Japfa4Kids. Program ini pada dasarnya bertujuan mengubah perilaku para pemangku kepentingan di lingkungan sekolah, termasuk kepala sekolah, siswa, dan orang tua, dengan memberikan pemahaman akan pentingnya makanan sehat sekaligus menjaga lingkungan yang sehat. Dengan demikian, program ini mencakup aspek-aspek yang ditekankan oleh konsep CSR, terutama dalam konteks pendidikan, kesehatan, dan lingkungan.

Di sisi lain, pelaku pemberdayaan masyarakat, dalam hal ini individu atau kelompok yang menjadi penanggung jawab dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat harus memahami komunikasi dan strategi komunikasi (Saleh & Sihite, 2020). Mengingat peran strategy komunikasi sangat diharapkan dalam keberhasilan program

CSR Japfa4Kids, PT. Japfa Comfeed Indonesia menggunakan strategy pendekatan Komunikasi Partisipatif yang dilakukan dengan stakeholder eksternal. Stakeholder eksternal bagi Japfa Comfeed adalah individu atau kelompok di sekitar lokasi Unit Japfa salah satunya diCirebon. Stakeholder ini juga merupakan komunitas sasaran dari program yang dikelola oleh PT. Japfa Comfeed Indonesia yaitu komunitas sekolah, masyarakat sekitar sekolah, unit pemerintahan daerah terkait, termasuk Unit Japfa Cirebon itu sendiri. Program CSR Japfa4kids ini menyasar pada peningkatan perilaku hidup bersih dan sehat di sekolah dasar yang berada di ring unit Japfa Cirebon yaitu SDN Kemakmuran Cirebon yang kemudian menjadi Sekolah binaan Japfa.



Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul yaitu, “Pendekatan Komunikasi Partisipatif PT. Japfa Comfeed Indonesia dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR JAPFA4Kids”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menetapkan fokus penelitian, yaitu Bagaimana Pendekatan Komunikasi Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR JAPFA4Kids PT. Japfa Comfeed Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian adalah agar penulis mengetahui Pendekatan Komunikasi Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR JAPFA4Kids PT. Japfa Comfeed Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan penulis, maka nantinya hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian diharapkan menjadi implementasi ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi yang membahas mengenai Pendekatan Komunikasi Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui pelaksanaan program CSR suatu perusahaan serta ilmu Public Relation lainnya yang telah dipelajari selama mengenyam pendidikan selama kuliah.

### **2. Manfaat Praktis**



Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami Pendekatan Komunikasi Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui pelaksanaan program CSR.

Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang pendekatan komunikasi partisipatif suatu perusahaan dalam menjalankan program CSR.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Universitas Nasional, terutama dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, sebagai sumber referensi dalam penelitian mengenai Strategi Public Relation dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility, sehingga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di masa mendatang.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam mempermudah dan memperjelas penelitian skripsi ini maka dari itu penulis membuat sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai strategi, tujuan penelitian, kegunaan penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan. “Pendekatan Komunikasi Partisipatif PT. Japfa Comfeed Indonesia dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR JAPFA4Kids”

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menerangkan uraian garis besar kajian pustaka. Berisi 3 uraian penelitian terdahulu, pengertian dari kajian kepustakaan (studi pustaka, kerangka teori atau teori pendukung lainnya), dan kerangka pemikiran mengenai penelitian yang dilakukan penulis.

### **BAB III :METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang didalamnya berisi uraian pendekatan penelitian, penentuan informan, subyek, obyek dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik keabsahan data.

#### **BAB IV :PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mendalam temuan penelitian yang telah dilakukan penulis dari hasil wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran bagi penulis, dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian penulis yang telah di paparkan dari pendahuluan sampai dengan akhir dimana diartikan jawaban dari pokok masalah

