

**STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT. TJIWI KIMIA Tbk. INDONESIA DALAM PENCEGAHAN MASALAH
HIV & AIDS**

Rakhmad Saiful Ramadhani

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Islam Majapahit)

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility program is said to be strategic only if it is proved in the long run benefit the company and its stakeholders. In the short term there may be a tradeoff between the company with its stakeholders, or between the various stakeholders of the company. Usually, companies have to sacrifice short-term interests for long-term benefit. It has been laonched by Tjiwi Chemistry in its CSR program with Health Care Tjiwi program to prevent HIV and AIDS in Indonesia. The purpose of this study was to determine the CSR Communication Strategies conducted by PT. Tjiwi Kimia, Tjiwi program implementing the Health Care is one of the activities Tjiwi AIDS Care to HIV and AIDS prevention efforts. The data in this study was analyzed qualitatively, ie secondary data in the form of the theory, the definition and substance of the literature, and legislation, as well as primary data obtained from interviews, observations and field studies, and analyzed by theory and opinion of relevant experts, so it could be concluded about corporate social responsibility communications strategies related to the prevention of HIV and AIDS issues. Based on the analysis, I concluded that the PT. Tjiwi Kimia Tbk. Indonesia In carrying out its Corporate Social responsibility (CSR) Health Care Tjiwi which there Tjiwi AIDS Care Program, is inseparable from the use of communication strategies. Communications made in the CSR program of AIDS care has an important role in any connection with the company's internal Tjiwi Kimia, as well as with local stakeholders. If the communication strategy in the CSR program can not be used well or did not go as planned, the pattern of communication in the CSR program will not work effectively. With the use of effective communication strategies and planned to bring the success of CSR programs run by Tjiwi Kimia. Communication strategies used by Tjiwi Kimia, among others: First, Environmental Scanning; Second, Formative Research; Third, Planning. Fourth, Design And Execution Messages; Fifth, Evaluation. Communication strategy is essentially communications planning and management to achieve certain goals. Communication strategy drafted carefully and flexibly to environmental considerations in

internal and external to the company and to combine other factors that may affect the achievement of CSR programs in Tjiwi Chemistry.

Keywords : *Communication Strategy, CSR (Corporate Social Responsibility), HIV & AIDS*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility (CSR)* kini semakin berkembang luas. Dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa Dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dolar AS dari 180 Perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media masa. Meskipun dana ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat, dilihat dari angka kumulatif tersebut, perkembangan CSR di Indonesia cukup menggembirakan. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan. Sebagai perbandingan, di AS porsi sumbangan dana CSR pada tahun 1998 mencapai 21,51 miliar dollar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun Rupiah (Saidi dan Abidin, 2004:64).

Schermerhorn (1993) memberi definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan public eksternal. Secara konseptual, CSR adalah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan

prinsip kesukarelaan dan kemitraan. (Nuryana, 2005).

Munculnya Konsep CSR didorong oleh terjadinya Kecenderungan pada masyarakat industri yang dapat disingkat dengan fenomena DEAF (yang dalam bahasa Inggris berarti Tuli), sebuah akronim dari Dehumanisasi, Equalisasi, Aquariumisasi, dan Feminisasi (Suharto, 2005)

1. Dehumanisasi industri. Efisien dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan tersebut, maupun bagi masyarakat di sekitar perusahaan. "Merger mania" dan perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang Pemutusan Hubungan Kerja dan pengangguran, ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat.
2. Equalisasi hak-hak publik. Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang sering kali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan bukan saja dalam proses produksi, melainkan pula dalam kaitannya dengan kepedulian perusahaan terhadap berbagai dampak sosial yang ditimbulkannya.
3. Aquariumisasi dunia industri. Dunia kerja ini semakin transparan dan terbuka

laksana sebuah akuarium .Perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip, etis,dan, filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan seperti ini di tutup.

4. Feminisasi dunia kerja. Semakin banyaknya wanita yang bekerja semakin menuntut dunia perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi, seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, kesehatan dan keselamatan kerja, melainkan pula terhadap timbulnya biaya-biaya sosial, seperti penelantaran anak, kenakalan remaja akibat berkurangnya kehadiran ibu-ibu dirumah dan tentunya dilingkungan masyarakat. Pelayanan sosial seperti perawatan anak (child care), pendirian fasilitas pendidikan dan kesehatan bagi anak-anak, atau pusat-pusat kegiatan olah raga dan rekreasi bagi remaja bisa merupakan sebuah “kompensasi” sosial terhadap isu ini.

Sebagaimana dinyatakan *Porter dan Kramer (2002)*, pendapat yang menyatakan bahwa tujuan ekonomi dan sosial adalah terpisah dan bertentangan adalah pandangan yang keliru. Oleh karena itu Piramida Tanggungjawab Sosial Perusahaan yang dikemukakan oleh *Archie B. Carrol* harus dipahami sebagai satu kesatuan. Karenanya secara konseptual, CSR merupakan Kepedulian perusahaan yang didasari 3 prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines*, yaitu, 3P :

1. *Profit*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People*, Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti

pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat

3. *Planet*, Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yan berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme) dll.

Jika melihat Peraturan yang melingkupi CSR atau Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) BUMN, pada dasarnya terdapat tiga rujukan CSR; *Pertama*, Peraturan Menteri Negara BUMN No: Per-05/MBU/2007, menerangkan mengenai aturan Program Kemitraan (PK), sebagaimana dalam Pasal 1 ayat 6 membahas mengenai bantuan terhadap peningkatan usaha kecil, dan Program Bina Lingkungan (BL) diatur dalam Pasal 1 ayat 7, dimana ruang lingkup BL diatur dalam Pasal 11 ayat (2) huruf e, meliputi bantuan terhadap korban bencana alam, pendidikan atau pelatihan, peningkatan kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, bantuan sarana ibadah, dan bantuan pelestarian alam.

Kedua, Peraturan yang mengikat PT. Tjiwi Kimia Terbatas (PT), yaitu Undang-undang No.40 Tahun 2007. Dalam pasal 74 ayat 1 diatur mengenai kewajiban Tanggungjawab sosial dan lingkungan bagi PT. Tjiwi Kimia yang menangani bidang atau berkaitan dengan SDA, ayat 2 mengenai perhitungan biaya dan asas kepatutan serta kewajiban, ayat 3 mengenai sanksi, dan ayat 4 mengenai aturan lanjutan.

Ketiga, Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyebutkan bahwa "*Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan*". Namun UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Mukti Fajar dalam studinya tentang Penerapan ketentuan CSR pada perusahaan Multinasional, swasta nasional, dan BUMN menyimpulkan bahwa : CSR adalah aktifitas korporasi yang dapat diwajibkan oleh hukum. Pertama, paradigma tujuan korporasi telah mengalami pergeseran. Pada gelombang kedua korporasi hanya bertujuan mencari keuntungan demi kepentingan pemegang saham, namun pada gelombang ketiga dan keempat korporasi harus memperdulikan persoalan social, karyawan dan keluarganya, rekanan, konsumen dan lingkungan hidup.

Hal ini juga sudah menjadi kesadaran global tentang *triple bottom lines* yaitu, *pertama* bahwa tujuan korporasi adalah untuk mencari keuntungan (*profit*), memperhatikan sosial dan kemasyarakatan (*people*) dan keberlanjutan lingkungan hidup (*planet*).

Kedua, bahwa CSR sebagai kewajiban moral dan etika sangat mungkin untuk digeser menjadi kewajiban hukum. Sebab hukum yang baik adalah sesuai dengan nilai-nilai moral. Jadi, apabila hukum tidak mencerminkan nilai moral akan mengakibatkan suatu aturan hukum akan kehilangan substansinya untuk menciptakan keadilan.

Ketiga, secara khusus di Indonesia, pengaturan CSR dalam Undang-undang sangat sesuai dengan nilai-nilai Pancasila yang tercantum dalam sila ke-2 tentang Kemanusiaan yang adil dan beradab serta sila ke-5 tentang Keadilan sosial bagi

seluruh rakyat Indonesia. CSR juga sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33 yang didasari oleh pokok-pokok pikiran yang terkandung dalam alenia ke IV Pembukaan UUD 1945, yang intinya pemerintah harus memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan menciptakan keadilan sosial.

Keempat, Pemerintah dapat memberikan kewajiban CSR sesuai dengan kondisi korporasi dan lingkungan yang dihadapi. Namun yang lebih penting kewajiban bagi korporasi untuk melaporkan kegiatan CSR kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan *reflexive law theory* yang mewajibkan setiap korporasi untuk membuat *social reporting*. Jadi selain pemerintah masyarakat yang akan member sanksi ataupun penghargaan. (Fajar : 2010:371)

Perusahaan yang menerapkan program CSR biasanya merujuk pada standar pembangunan yang merujuk dalam konsep *Millenium Development Goals* (disingkat MDGs/Tujuan Pembangunan Milenium (TPM). Tujuan Pembangunan Milenium merupakan paradigma pembangunan global yang disepakati secara internasional oleh 189 negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Milenium PBB bulan September 2000 silam. Majelis Umum PBB kemudian melegalkannya ke dalam Resolusi Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 55/2 tanggal 18 September 2000 Tentang Deklarasi Milenium Perserikatan Bangsa-Bangsa (A/RES/55/2. *United Nations Millennium Declaration*).

Lahirnya Deklarasi Milenium merupakan buah perjuangan panjang negara-negara berkembang dan sebagian negara maju. Deklarasi ini menghimpun komitmen para pemimpin dunia, yang belum pernah terjadi sebelumnya, untuk menangani isu perdamaian, keamanan, pembangunan, hak

asasi, dan kebebasan fundamental dalam satu paket. Negara-negara anggota PBB kemudian mengadopsi MDGs. Setiap tujuan memiliki satu atau beberapa target berikut indikatornya.

MDGs menempatkan pembangunan manusia sebagai fokus utama pembangunan serta memiliki tenggat waktu dan kemajuan yang terukur. MDGs didasarkan atas konsensus dan kemitraan global, sambil menekankan tanggung jawab negara berkembang untuk melaksanakan pekerjaan rumah mereka, sedangkan negara maju berkewajiban mendukung upaya tersebut.

Secara ringkas, arah pembangunan yang disepakati secara global meliputi: (1) menghapuskan kemiskinan dan kelaparan berat; (2) mewujudkan pendidikan dasar untuk semua orang; (3) mempromosikan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan; (4) menurunkan kematian anak; (5) meningkatkan kesehatan maternal; (6) melawan penyebaran HIV/AIDS, dan penyakit kronis lainnya (malaria dan tuberkulosa); (7) menjamin keberlangsungan lingkungan; dan (8) mengembangkan kemitraan global untuk pembangunan.

Tujuan keenam dalam MDGs adalah menangani berbagai penyakit menular paling berbahaya. Pada urutan teratas adalah Human Immunodeficiency Virus (HIV), yaitu virus penyebab Acquired Immuno Deficiency Syndrome (AIDS) terutama karena penyakit ini dapat membawa dampak yang menghancurkan, bukan hanya terhadap kesehatan masyarakat namun juga terhadap negara secara keseluruhan.

Indonesia beruntung bahwa HIV belum mencapai kondisi seperti yang terjadi di Afrika dan beberapa negara Asia Tenggara. Jumlah penduduk Indonesia yang hidup dengan virus HIV diperkirakan antara 172.000 dan 219.000, sebagian besar adalah laki-laki. Jumlah itu merupakan 0,1% dari jumlah penduduk.

Di Indonesia, penularan HIV masih terkonsentrasi pada kelompok para pengguna Narkotika, Psikotropika dan Zat Aditif Lainnya (Napza) yang biasanya dilakukan suntik (penasun) dan pekerja seks, namun di beberapa wilayah sudah terlihat kecenderungan bahwa epidemi HIV akan menyebar ke populasi umum, yaitu penyebaran dari pengguna napza suntik ke pasangan seksnya.

Di Indonesia terdapat sekitar setengah juta penasun dan sekitar setengah dari mereka diperkirakan telah tertular. Kelompok utama berisiko tinggi lainnya adalah pekerja seks, padahal terdapat sekitar 200.000 PSK perempuan di Indonesia. Di Jakarta, misalnya, sekitar 6% dari para pekerja tersebut diperkirakan telah tertular. Hal ini berarti para pengguna jasa PSK pun termasuk ke dalam kelompok risiko tinggi. Laki-laki yang berhubungan seks secara tidak aman dengan laki-laki juga berisiko tinggi.

Selain itu, para ibu hamil yang terinfeksi HIV juga dapat menularkannya ke anak yang baru mereka lahirkan, melalui pemberian air susu ibu (ASI) kepada bayinya. Walaupun di kebanyakan wilayah Indonesia HIV belum menyebar ke populasi umum, namun tanpa penanganan yang tepat ia dapat menyebar dengan sangat cepat. Memang dalam beberapa hal Indonesia sangat rentan.

Target MDGs untuk HIV dan AIDS adalah menghentikan laju penyebaran serta membalikkan kecenderungannya pada tahun 2015. Untuk itu diperlukan satu upaya besar-besaran dan terkoordinasi dengan baik di tingkat nasional. Masalah utamanya saat ini adalah rendahnya kesadaran tentang isu-isu HIV dan AIDS serta terbatasnya layanan untuk menjalankan tes dan pengobatan. Selain itu, kurangnya pengalaman untuk menanganinya dan anggapan bahwa HIV hanyalah masalah kelompok risiko tinggi

ataupun mereka yang sudah tertular, disamping stigma kuat yang menganggap bahwa HIV hanya akan menular pada orang-orang tidak bermoral.

Besarnya persoalan HIV & AIDS ini tidak bisa hanya diserahkan pada pemerintah saja, melainkan harus didukung oleh segenap elemen dan kelompok masyarakat, misalnya LSM, Perguruan Tinggi, Ormas, termasuk tidak menutup kemungkinan adalah perusahaan yang mestinya juga memiliki tanggung jawab sosial dalam wujud program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Terkait dengan pentingnya peran perusahaan dalam penanganan masalah HIV/AIDS, maka penulis telah mengungkap peran perusahaan melalui program CSR dalam menanggulangi masalah HIV & AIDS di Indonesia.

PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk adalah salah satu perusahaan besar yang ada di Indonesia. Semenjak tahun 2003 PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk telah memiliki program CSR dengan tema “Tjiwi Peduli Kesehatan”, termasuk juga berupaya turut serta dalam penanganan HIV & AIDS kepada para karyawan, keluarga, dan masyarakat sekitarnya, dengan tujuan mengubah perilaku masyarakat dalam mencegah penularan virus HIV & AIDS.

Program tersebut telah dijalankan mulai tahun 2004 dan ternyata banyak mendapat penghargaan dari pemerintah, baik dalam skala lokal maupun nasional, diantaranya adalah ; Gubernur Jatim Award 2005, Silver Award 2006, MDGS Award 2009, Platinum Award 2010, Platinum Award 2011, Gubernur Award 2011, Tokoh Pemerduli HIV & AIDS 2011, Nominator MDGS awards 2012. Sehubungan dengan hal tersebut, Penulis tertarik untuk meneliti Strategi Komunikasi program CSR yang dijalankan oleh Tjiwi Kimia dalam penanganan HIV & AIDS.

METODE PENELITIAN

Penelitian “Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Dalam Penanggulangan Masalah HIV & AIDS DI PT. PABRIK KERTAS TJIWI KIMIA Tbk. INDONESIA” menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan secara terperinci bagaimana strategi komunikasi program CSR oleh PT. Tjiwi Kimia dalam penanggulangan masalah HIV & AIDS.

Sasaran penelitian ini adalah karyawan di bagian General Affairs PT. Tjiwi Kimia yang melaksanakan program CSR untuk Penanggulangan HIV & AIDS. Informan awal adalah *General Affairs* Tjiwi kimia, sementara informan kunci adalah Direktur Umum PT Tjiwi Kimia, sedangkan unit (satuan) analisis data penelitian ini adalah karyawan yang ikut terlibat dalam program CSR untuk Penanggulangan HIV & AIDS di Tjiwi Kimia.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan akan dilakukan Studi Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Work Research*) dengan Observasi dan Wawancara (*interview*). Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan model Miles dan Huberman yang berlangsung melalui 3 tahap, yaitu :Reduksi Data, Penyajian Data dan *Conclusion Drawing/Verification*.

HASIL PENELITIAN

PT. Tjiwi Kimia telah menjalankan aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di berbagai bidang selaras dengan *Millennium Development Goals* (MDGs), antara lain, program dan fasilitas kesehatan, bantuan pembangunan prasarana tempat ibadah dan sarana pendidikan serta pemberian beasiswa kepada siswa yang tidak mampu, termasuk karyawan yang berprestasi.

Secara umum, CSR Tjiwi Kimia memiliki unsur yang lengkap. Di bidang sosial, perseroan aktif menggalakkan kampanye anti narkoba dan HIV/AIDS, kampanye keluarga berencana, donor darah rutin, bakti sosial operasi katarak dan bibir sumbing, serta bantuan uang untuk petugas keamanan sekitar pabrik.

Program penanggulangan HIV/AIDS, dilaksanakan oleh PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk dengan tema “Tjiwi Peduli AIDS”. Dalam program tersebut ada beberapa tahap kegiatan, yaitu:

1. Membuat target yang harus dicapai dan membangun team work yang akan melaksanakan program tersebut.
2. Melakukan perencanaan serta budgeting, perencanaan diantaranya dengan melakukan pengamatan lingkungan baik itu internal maupun eksternal. Di lingkungan internal dengan melihat berbagai aspek yang menjadi potensi untuk dikembangkan serta mampu mendukung program yang direncanakan. Di lingkungan eksternal dengan berupaya mengamati berbagai aspek yang mampu dikerjasamakan untuk mendukung program tersebut. Setelah perencanaan baru melakukan budgeting terhadap program yang sudah ditetapkan.
3. Membangun komitmen diantara team, komitmen tersebut akan dibawa dari level karyawan sampai manajemen puncak secara berkelanjutan.
4. Membangun Komunikasi Eksternal dengan pemerintah maupun LSM, Komunitas Peduli AIDS, maupun perusahaan lain yang memiliki visi serta misi yang sama dalam memerangi AIDS untuk membangun jaringan perlawanan mandiri terhadap HIV & AIDS.

Tjiwi berupaya mensosialisasikan program tersebut kepada siapa saja, karena sudah menjadi opini umum bahwa banyak perusahaan yang tidak peduli terhadap

berbagai persoalan yang terjadi di sekitar masyarakat. Terutama anggapan bahwa pengusaha yang tidak peduli, terhadap kondisi sosial masyarakat, bahkan terhadap karyawannya sendiri. Selain itu, banyak perusahaan yang menganggap bahwa manajemen dan karyawan tidak mungkin tertular HIV/AIDS karena memiliki moral baik dan agamis. Pendapat yang keliru tersebut yang ingin diluruskan oleh PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk.

Program peduli AIDS melalui CSR memiliki aspek potensial yang cukup besar untuk dikembangkan serta memiliki manfaat yang besar pula baik bagi perusahaan, karyawan, maupun masyarakat. Beberapa aspek potensial tersebut dapat dijabarkan sebagai Nilai Kepentingan bagi Tjiwi Kimia yang terdiri dari; *Pertama* adalah aspek legal, bahwa pemerintah melalui Kementrian Tenaga kerja telah membuat kebijakan dengan mengeluarkan Kepmenaker No.68/2004 Tentang Penanggulangan HIV & AIDS ditempat kerja, serta Peraturan Daerah Jawa Timur No.5/2004, dan Surat Keputusan Gubernur Jatim No.54/2004 Tentang Penanggulangan HIV & AIDS di wilayah Jawa Timur.

Kedua, adalah aspek image, secara budaya di internal karyawan dampak citra dari program HIV & AIDS ini dapat memberikan manfaat yang besar dari karyawan karena dengan adanya program ini karyawan dapat mengetahui dengan benar tentang apa itu HIV & AIDS serta bagaimana pencegahannya. Dari sisi lain program yang dikembangkan ternyata diakui dan mendapat apresiasi dari regional, nasional dan internasional dengan memberikan penghargaan kepada Tjiwi Kimia sehingga citra perusahaan menjadi terangkat sehingga berdampak pada peningkatan kinerja serta keuntungan financial bagi perusahaan karena loyalitas

pelanggan pun secara otomatis akan meningkat pula.

Tjiwi Kimia juga berperan bukan saja dalam membangun kesadaran akan bahaya HIV/ AIDS, tapi juga menciptakan kebijakan dan lingkungan kerja yang menjamin hak serta kualitas hidup ODHA (orang dengan HIV AIDS) dan OHIDA (orang yang hidup dengan ODHA) di lingkungan perusahaan. Yang menjadi pertimbangan utama bagi Tjiwi Kimia dalam melaksanakan program CSR Tjiwi Peduli AIDS adalah Aspek Aset yaitu Produktivitas Sumber Daya Manusia utamanya adalah tenaga kerja, karena bagi Tjiwi Kimia HIV/AIDS akan berpengaruh terhadap produktivitas SDM yaitu :

1. Mengalami penurunan kondisi tubuh secara nyata dan bertahap
2. Berdampak langsung pada kekuatan, fisik, emosi, motivasi , psikis/moral
3. Berakibat turunnya kemampuan kerja dan kehadiran kerja

Dalam melaksanakan program CSR yang berkelanjutan maka Tjiwi Kimia menyusun strategi yang diberi nama “Roadway To Sustainable Run” yang terdiri dari, *Pertama* :

- Perencanaan yang didalamnya terdapat ; Pencerahan, Penggalangan Komitmen, Pembentukan Task Force Team, Pembekalan Anggota Team, Perencanaan Program Tahunan
- Pelaksanaan yang didalamnya terdiri atas; Sosialisasi Pengenalan Tahap I (Promosi), Sosialisasi Pembekalan Tahap II (Edukasi), Extend Program (Pelatihan Intensif & Kerjasama)
- Check atau Pemeriksaan yang merupakan evaluasi (Penyebaran Questionare + Salt Method)
- Aksi dengan melakukan Review Tahunan

Strategi *Kedua*, membentuk “MASTER” Sistem yang terdiri atas

- Man yang dapat menjadi motivator dalam team
- Acknowledge yang merupakan kebijakan dalam pelaksanaan program
- Spirit , kemauan sebagai komitmen untuk menjalankan program
- Training HIV/AIDS kepada SDM yang ada pada team
- Education, dengan menyusun materi KIE sebagai Inovasi Program
- Review, Evaluasi dari setiap pelaksanaan program sebagai landasan Tindak Lanjut kegiatan berikutnya

Strategi *Ketiga*, dengan membentuk “CORPS” Team yang terdiri dari :

- Cross section, Kecil tetapi maksi
- Orientation, Sosial dan target
- Responsible, Dedikasi & tanggungjawab
- Proactive, Sistimatis & mandiri
- Sense, Saling pengertian

Teknik Pelaksanaan program dimulai dengan pelaksanaan edukasi dan promosi secara internal maupun eksternal secara massif, berkelanjutan dan terus menerus dengan Sasaran : Cara Menghindari HIV & AIDS, Deteksi Dini melalui program Voluntary Cousing Test (Vct), Perawatan, Stigma & Diskriminasi. Adapun bentuk programnya adalah ;

- Penyuluhan & Edukasi
- Perlakuan khusus Ke sektor Pekerja, Pelajar dan kaum wanita
- Paket program penyuluhan dan pembentukan *peer educator*
- Penyediaan KIE (paket media Komunikasi Informasi dan Edukasi, seperti leaflet, poster, sticker, kalender, materi informasi, dll)
- Pemantauan dan pengukuran hasil pelaksanaan kegiatan

Program CSR mendasar dalam Peduli AIDS adalah dengan menyusun Modul Pembelajaran. Untuk mencapai hal

itu, Tjiwi Kimia belajar sampai ke Thailand karena Negara Thailand telah berhasil menurunkan angka penyebaran virus HIV dari tahun ke tahun.

Modul pembelajaran HIV/AIDS disusun dengan materi yang terdiri atas; Panduan Kurikulum HIV & AIDS, Perubahan Paradigma Perilaku, Informasi Dasar seputar HIV & AIDS, Tes dan Pengobatan HIV & AIDS, Stigma dan Diskriminasi terhadap ODHA (Orang Dengan HIV & AIDS), Mitos dan Fakta tentang HIV & AIDS, serta Implementasi Berkelanjutan. Modul tersebut kemudian disosialisasikan baik kepada pelajar yang terdiri dari siswa SLTP, SLTA, maupun mahasiswa di Perguruan tinggi, juga kepada masyarakat, baik itu di internal karyawan Tjiwi Kimia maupun masyarakat pada umumnya.

Untuk mendukung kegiatan tersebut Tjiwi Kimia memiliki dua modal dasar yaitu, Internal Spirit: Kemauan, Dukungan, Rencana, Tindakan (KDRT) dan Eksternal Spirit : Komunikasi, Dekat, Relasi, TeamWork. Kemauan dari kita untuk peduli terhadap persoalan HIV & AIDS adalah modal yang harus ada terlebih dahulu, kemudian kita berupaya mencari dukungan dari semua pihak, dari mulai Owner, Top Manajemen, Manajemen Menengah sampai Karyawan, baru sebuah rencana tindakan kita susun untuk program peduli HIV & AIDS.

Dari sisi eksternal dilakukan dengan strategi komunikasi, sebab komunikasi yang baik terhadap semua pihak akan mendukung rencana program, karena dengan komunikasi yang efektif, manajemen akan dekat dengan siapa saja dan itu memudahkannya dalam membangun relasi yang akan menjadi team work yang solid.

Sejarah terbentuknya program penanggulangan HIV/AIDS dapat disitilahkan sebagai Trilogi Tjiwi Kimia Peduli HIV/AIDS. Program tersebut

berjalan dari 0 bulan yang merupakan masa Pengenalan, sampai 21 Bulan yang disebut dengan periode Jendela, merupakan Inisiasi awal dan perubahan paradigma dengan penyebaran informasi (pasif & satu media). Kemudian menginjak 1 tahun sampai tahun ke 3, maka program ini berjalan positif, dimana Tjiwi melalui program CSR mampu berperan sebagai motivator yaitu masa sosialisasi menyeluruh dengan berbagai media dan pelatihan intensif (terbentuk team aktif). Kemudian menginjak tahun ke 5 tahun sebagai istilah "AIDS" (Aktif Internal Dan Sosial) yang menjadi program tetap sebagai program *Corporate Sosial Responsibility*.

Jaringan yang dibuat Tjiwi Kimia dalam mendukung program pencegahan HIV & AIDS adalah bekerjasama dengan berbagai organisasi non-pemerintah dalam negeri maupun luar negeri termasuk GRANAT (Gerakan Nasional Anti Narkotika), ASA (Aksi Stop AIDS), FHI (Family Health International), Global Fund, dan IBCA (Indonesian Business Coalition on AIDS), The Constellation For AIDS Competence, serta ILO (International Labor Organisation), dan KPA (Komisi Penanggulangan AIDS) tingkat Jawa Timur maupun Surabaya, Sidoarjo dan Mojokerto, serta Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur, Dinas Tenaga Kerja Propinsi Jawa Timur, UPPI RSUD Dr. Sutomo Surabaya, serta lembaga swasta nasional APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia), dan RS Citra Medika. RS Citra Medika Inisiasi Awal dalam pentingnya suatu bentuk kerjasama adalah sharing bersama tentang; Pengetahuan, Informasi, Material (KIE), Pendampingan (VCT).

Dalam membangun jaringan komunikasi dan kordinasi yang sedemikian kompleks tersebut PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk membutuhkan motor penggerak yaitu "TOKOH" yang merupakan Key

Person. Selaku Change Agent, Tokoh yang dimaksud berasal dari Manajemen yang punya kewenangan dan bisa mempengaruhi semua pihak, khususnya ke Pimpinan Perusahaan sehingga mampu mensinergikan antara dimensi External kedalam sebuah Team, maupun ke level Manajemen. Pentingnya” TOKOH” tersebut adalah:

- Trust, meyakinkan Manajemen (jalannya program & keuntungan bagi perusahaan)
- On the track, pengendali program
- Key change, pengatur kebijakan & pengambil keputusan
- Objective, penentu sasaran & tujuan demi kepentingan & kebutuhan organisasi
- Human relation, pengatur koordinasi & net-working (pemerintah, LSM, sekolah, dll)

Tjiwi Kimia yang telah menetapkan Sumber Daya Manusia atau karyawan merupakan faktor utama dalam sasaran pelaksanaan program CSR untuk penanggulangan HIV & AIDS, yaitu dengan menetapkan kebijakan HIV & AIDS di tempat kerja dengan menentukan sikap dan praktek-praktek perusahaan dalam kaitannya dengan HIV dan AIDS. Bagi PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk, mengembangkan sebuah kebijakan tempat kerja mengenai HIV dan AIDS adalah langkah pertama dalam melindungi bisnis atau perusahaan terhadap risiko yang timbul dari ancaman tersebut.

Langkah kedua yang dilakukan oleh Tjiwi Kimia dalam pelaksanaan Program CSR Peduli HIV & AIDS adalah dengan menerapkan strategi komunikasi yang dibangun baik secara internal maupun eksternal. Secara internal Tjiwi membangun basis komunikasi dengan melibatkan setiap unsur yang ada di dalam perusahaan yaitu dengan menjalin sinergi kegiatan dengan Serikat Pekerja Tjiwi Kimia, Koperasi

Karyawan, RS. Citra Media, HRD, Top Manajemen semuanya disatukan dalam satu Visi untuk memerangi HIV & AIDS di tempat kerja.

Secara eksternal Tjiwi juga berhasil membangun jaringan koalisi dengan pemerintah nasional, provinsi, kabupaten maupun kota dimana Tjiwi berada, stakeholder setempat, LSM peduli AIDS, serta ikut memelopori terbentuknya IBCA, yaitu Indonesia Bussines Coalition On AIDS. Koalisi Bisnis Indonesia mengenai AIDS (IBCA) adalah koalisi nirlaba bisnis yang berlokasi di Indonesia, yang bekerjasama untuk melakukan praktek terbaik dalam rangka membantu menghilangkan penyebaran penyakit HIV.

IBCA bukanlah suatu badan amal atau pelayanan kesehatan masyarakat. Namun, IBCA merupakan cara untuk melaksanakan praktek anti-AIDS terbaik, sangat efektif di wilayah kerja Indonesia. IBCA diluncurkan pada bulan Desember 2007 dengan kelompok perusahaan Indonesia dan multinasional yang memutuskan untuk membentuk koalisi untuk memerangi penyakit HIV atau AIDS. Para anggota pendiri bertindak sebagai model peran bagi perusahaan di dalam sektor swasta Indonesia untuk meningkatkan wilayah kerja HIV-Smart, dan mewakili sebagian besar perusahaan serta industri terpenting di negeri ini. Para anggota pendiri IBCA adalah: Sintesa Group, PT. Gajah Tunggal Tbk, Sinar Mas (PT. Tjiwi Kimia), Chevron IndoAsia, PT. Freeport Indonesia, BP dan PT. Unilever Indonesia.

Tujuan dibentuknya IBCA adalah mengurangi dampak negatif HIV dan AIDS terhadap keuntungan bisnis dan pertumbuhan ekonomi dengan membangun jaringan informasi kualitas tinggi serta praktik-praktik terbaik, menghilangkan stigma dan diskriminasi karena HIV, dan membangun kemitraan yang berkelanjutan

antara pihak swasta dan pemangku kepentingan lain di Indonesia. Adapun visi dari IBCA adalah :

- Membantu karyawan membuat kebijakan-kebijakan tempat kerja yang tidak diskriminatif serta memberikan program-program pelatihan tempat kerja yang terjangkau sejalan dengan praktik-praktik internasional terbaik.
- Mengembangkan suatu model bisnis berkelanjutan untuk kegiatan bisnis internasional dan domestik di Indonesia. Termasuk didalamnya pembentukan suatu dewan, tim manajemen dan infrastruktur kantor yang efektif. Juga termasuk didalamnya membangun model keanggotaan yang membiayai IBCA dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan-perusahaan anggotanya.
- Mengkoordinasikan langkah tanggap pihak swasta terhadap HIV di Indonesia serta memusatkan perhatian pada program bisnis HIV & AIDS secara nasional. IBCA akan memberikan pelayanan bisnis yang tepat dan terarah untuk materi pelatihan HIV di tempat kerja, program pengembangan dan pelaksanaan kebijakan. IBCA juga akan menjadi pihak penghubung utama antara pemerintah dan perusahaan dalam bidang penanganan HIV & AIDS ditempat kerja; mengorganisir program pelatihan, acara kegiatan dan presentasi ditingkat lokal dan regional.
- Meningkatkan kesadaran atas HIV & AIDS sebagai masalah tempat kerja dalam agenda tanggung jawab sosial (CSR) secara lebih luas lagi.
- Mempublikasikan praktik-praktik terbaik internasional maupun domestic

Sejak didirikan pada tahun 1997, IBCA telah berupaya untuk memberikan contoh positif untuk secara efektif mengikutsertakan dunia usaha menghadapi

masalah-masalah utama bidang kesehatan dan pembangunan.

IBCA juga berperan aktif dalam 2008 AIDS Walk & Bike, diselenggarakan oleh Departemen Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia, bersama dengan KPAN, pada 30 November. Lebih dari 12.000 orang, sebagian besar anggota IBCA dan karyawannya, berjalan bersama di sepanjang Jl. Jend. Sudirman menyebarkan kesadaran terhadap AIDS. Ketua IBCA, Ibu Shinta Kamdani, memberikan sambutan dalam acara tersebut, menghimbau masyarakat untuk melakukan tindakan dalam lingkungan kerja mereka.

PEMBAHASAN

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Tjiwi Kimia antara lain:

1. Environmental Scanning

Dalam melaksanakan program CSR Tjiwi Peduli AIDS, PT. Tjiwi Kimia terlebih dahulu melakukan environmental scanning (ES) untuk mengetahui perubahan-perubahan yang mungkin mempengaruhi bisnis mereka di masa mendatang melalui pencarian data sekunder. Perubahan bisa mendatangkan problem yang dapat merugikan perusahaan atau peluang yang menguntungkan perusahaan.

2. Penelitian Formatif;

Menurut analisa yang dilakukan Tjiwi Kimia, di ketahui lebih dari 90% orang yang menderita HIV di dunia adalah orang dewasa pada usia sangat produktif, pekerja, majikan, manajer dalam berbagai sektor. Sebanyak 36 juta dari 39 juta orang yang menderita HIV berkecimpung dalam salah satu bentuk kegiatan produktif, dan paling sedikit 26 juta pekerja terkena virusnya. Karena itu HIV dan AIDS mempunyai dampak yang amat besar di dunia kerja. Penyakit ini mampu mengikis hak-hak ketenagakerjaan, mengurangi pemasokan tenaga kerja dan keterampilan

yang tersedia, meningkatkan biaya-biaya ketenagakerjaan, mengurangi produktifitas dan secara menyeluruh mengancam landasan-landasan perekonomian di mana mereka beroperasi.

Banyak situasi tempat kerja dan pola-pola kerja sebenarnya meningkatkan risiko para pekerja yang terjangkit HIV. Oleh sebab itu adalah wajar jika ada tindakan di tempat kerja karena tempat kerja langsung berhubungan dengan epidemi tersebut. Tempat kerja adalah tempat di mana para pekerja berkumpul, di mana bisa berbagi pesan-pesan informasi, dan kebijakan-kebijakan, peraturan-peraturan dan pelatihan dapat disesuaikan agar juga mencakup HIV dan AIDS.

Sebagaimana juga lazim di bagian-bagian lain di dunia, 3 M - *'Men-Mobility and Money'* (Pria, Mobilitas dan Uang) adalah unsur-unsur utama untuk potensi skala epidemi HIV dan AIDS yang besar di Indonesia. Pria yang pergi untuk perjalanan dinas atau bekerja jauh dari rumah, seperti pertambangan, minyak dan gas bumi, industri transportasi truk dan kapal, kerap melakukan hal-hal berisiko tinggi yang membahayakan baik dirinya sendiri, isteri-isteri mereka serta anak-anak mereka yang belum lahir.

Diperkirakan ada tujuh juta pria yang melakukan hubungan sex komersial secara teratur dan kurang dari 10% diantara mereka menggunakan kondom secara teratur. Kebanyakan para pria tersebut adalah karyawan-karyawan perusahaan. Tempat kerja adalah salah satu saluran yang tersedia guna mengadakan diskusi-diskusi langsung tentang risiko HIV dan AIDS dan cara bagaimana menghindari infeksi. Pencegahan harganya murah (jika dasarnya adalah hitungan per karyawan) dan dapat mencegah konsekuensi-konsekuensi finansial dan sosial yang serius. Konsekuensi-konsekuensi HIV untuk usaha/bisnis anda cukup banyak

dan beragam. Dapat mencakup, tetapi tidak terbatas pada, meningkatkan biaya kesehatan/medis, meningkatkan kerugian rekrutmen dan pelatihan, produktifitas berkurang demikian pula moral para pekerja.

Informasi yang penting tersebut diatas dikumpulkan terus menerus terkait dengan: kondisi sosial, kesehatan, lingkungan, politik, regulasi, teknologi dan ekonomi. Selain "Mendengarkan" Pemangku Kepentingan sebab salah satu hal terpenting dalam ES adalah mendengarkan apa yang relevan terhadap pemangku kepentingan. Untuk itu Tjiwi Kimia berusaha menjalin kerjasama dengan pemerintah dan berkordinasi secara intens dengan KPA untuk mensinergikan program mana yang bisa dilaksanakan secara bersama-sama.

Pemerintah Tjiwi Kimia telah berhasil menjalin kerjasama dengan Komisi Penanggulangan AIDS Nasional (KPAN) yang dilakukan sampai KPA Provinsi Jawa Timur, dan KPA Kabupaten Mojokerto dan Sidoarjo. Penerapan Strategi Komunikasi Tjiwi Kimia juga sejalan dan selaras dengan kebijakan Strategi Komunikasi Penanggulangan HIV dan AIDS di Indonesia yang telah ditetapkan oleh KPAN.

Di dalam Strategi Nasional Penanggulangan HIV dan AIDS serta rencana kegiatan 2010 – 2015 disinggung perlunya KPAN untuk mengembangkan rencana nasional mengenai komunikasi strategi yang akan menjadi pedoman dalam mengembangkan dan melaksanakan program komunikasi HIV dan AIDS di seluruh pelosok negeri. Komunikasi memiliki peran mendasar yang harus dijalankan untuk mencapai tujuan dari Strategi Nasional.

Komunikasi strategis terdiri dari tiga komponen penting: pertama, Advokasi, kedua mobilisasi social, dan ketiga komunikasi perubahan perilaku (*behavior*

change communication : BCC) Advokasi ditujukan khususnya untuk para pembuat kebijakan dan pengambil keputusan serta organisasi dan lembaga yang relevan, agar mereka mengubah sikap dan cara pandang mereka, untuk mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan baru yang dapat mempengaruhi upaya pencegahan, perawatan, dukungan dan pengobatan HIV dan AIDS.

Komunikasi perubahan perilaku meliputi pendekatan-pendekatan yang terarah dan terancang baik untuk mengubah perilaku pihak-pihak yang paling terkena dampak dan kelompok yang paling rawan. Tjiwi Kimia menganalisa mana saja informasi yang relevan dan penting untuk bisnis mereka. Dari keterangan Koordinator Program CSR di Tjiwi Kimia diketahui bahwa pengelolaan program CSR yang berkelanjutan terhadap persoalan HIV & AIDS ternyata berpotensi menguntungkan diantaranya, aspek legalitas, aspek company image, budaya internal perusahaan, costumer audit, peningkatan market internasional, dan peningkatan laba perusahaan

Strategi komunikasi CSR yang dilakukan oleh Tjiwi Kimia adalah mulai pengumpulan dan analisis mengenai informasi secara sistematis mengenai suatu kondisi atau isu yang telah diidentifikasi dalam ES. Tujuan dalam penelitian formatif adalah untuk menjawab pertanyaan berbagai isu yang terkait di masyarakat. Menurut Tjiwi Kimia masalah HIV dan AIDS merupakan isu yang besar dan berskala global yang dapat berpengaruh terhadap perekonomian dunia. Epidemik AIDS berpotensi mengikis pertumbuhan berkelanjutan pasar-pasar di semua negara di kawasan ini karena berdampak pada mereka yang merupakan mayoritas angkatan tenaga kerja regional (dewasa berusia antara 15-49). Karena itu Bisnis/Usaha/ Perusahaan

sewajarnya menanggapi tidak saja karena alasan-alasan kepedulian manusiawi, tetapi karena alasan-alasan ekonomi berdasar. Kurun waktu singkat ketika epidemi HIV di Afrika Selatan berdampak pada hampir sepertiga penduduknya patut menjadi peringatan bagi para usahawan/pebisnis di kawasan Asia-Pasifik agar mereka mempertimbangkan epidemi ini secara serius dan menanggapinya dengan langkah-langkah yang tepat dan memadai. Dari gambaran tersebut maka akan sangat penting untuk membangun program yang mampu mengatasi masalah HIV dan AIDS.

3. Perencanaan

Perencanaan membantu eksekusi strategi dengan cara memetakan apa saja yang perlu dipersiapkan untuk mencapai tujuan. Untuk itu Tjiwi Kimia berusaha mendefinisikan tujuan yang jelas dari program CSR Peduli AIDS. Dengan menetapkan strategi mulai dari membentuk Team work yang solid, menentukan bagaimana tujuan hendak dicapai, Identifikasi sumberdaya yang dibutuhkan, Pihak yang bertanggung jawab.

Dalam melaksanakan program CSR yang berkelanjutan, Tjiwi Kimia menyusun strategi yang diberi nama “Roadway To Sustainable Run” yang terdiri dari, *Pertama* : Perencanaan yang didalamnya terdapat ; Pencerahan, Penggalangan Komitmen, Pembentukan Task Force Team, Pembekalan Anggota Team, Perencanaan Program Tahunan, Pelaksanaan yang didalamnya terdiri atas; Sosialisasi Pengenalan Tahap I (Promosi), Sosialisasi Pembekalan Tahap II (Edukasi), Extend Program (Pelatihan Intensif & Kerjasama), Check atau Pemeriksaan yang merupakan evaluasi (Penyebaran Questionare + Salt Method), Aksi dengan melakukan Review Tahunan.

Kedua, Membentuk “MASTER” Sistem yang terdiri atas; Man yang dapat

menjadi motivator dalam team, Acknowledge yang merupakan kebijakan dalam pelaksanaan program, Spirit, kemauan sebagai komitmen untuk menjalankan program, Training HIV/AIDS kepada SDM yang ada pada team, Education, dengan menyusun materi KIE sebagai Inovasi Program, Review, Evaluasi dari setiap pelaksanaan program sebagai landasan Tindak Lanjut kegiatan berikutnya.

Ketiga, dengan membentuk “CORPS” Team yang terdiri dari, Cross section, Kecil tetapi maksi, Orientation, Sosial dan target, Responsible, Dedikasi & tanggungjawab, Proactive, Sistimatis & mandiri, Sense, Saling pengertian.

4. Desain dan Eksekusi Pesan

Pesan yang dibuat dalam program CSR Tjiwi Kimia sesuai dengan tujuan memberi tahu (perubahan pengetahuan) atau membujuk (perubahan sikap dan perilaku). Isi pesan yang disampaikan harus cocok (fit) dan sesuai dengan (resonate with) kelompok sasaran. Pelaksanaan program dimulai dengan pelaksanaan edukasi dan promosi internal maupun eksternal secara massif, berkelanjutan dan terus menerus dengan Sasaran : Cara Menghindari HIV & AIDS, Deteksi Dini melalui program Voluntary Counseling Test (Vct), Perawatan, Stigma & Diskriminasi. Adapun bentuk programnya adalah ; Penyuluhan & Edukasi ; Perlakuan khusus Ke sektor Pekerja, Pelajar dan kaum wanita, Paket program penyuluhan dan pembentukan peer educator, Penyediaan KIE (paket media Komunikasi Informasi dan Edukasi, seperti leaflet, poster, sticker, kalender, materi informasi, dll); Pemantauan dan pengukuran hasil pelaksanaan kegiatan Pesan mendasar dalam Peduli AIDS adalah dengan menyusun Modul Pembelajaran. dengan materi yang terdiri atas; Panduan Kurikulum HIV & AIDS, Perubahan Paradigma Perilaku, Informasi Dasar seputar HIV & AIDS, Tes dan Pengobatan HIV &

AIDS, Stigma dan Diskriminasi terhadap ODHA (Orang Dengan HIV & AIDS), Mitos dan Fakta tentang HIV & AIDS, serta Implementasi Berkelanjutan. Modul tersebut kita buat dan sosialisasikan baik kepada pelajar yang terdiri dari siswa SLTP, SLTA, maupun mahasiswa di Perguruan tinggi, juga kepada masyarakat, baik itu di internal karyawan Tjiwi Kimia maupun masyarakat pada umumnya.

5. Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan oleh Tjiwi Kimia adalah dengan mengukur keberhasilan yang dijalankan. Salah satu tolak ukur keberhasilan dari perusahaan adalah feedback yang berasal dari pemerintah, stakeholder, maupun para pelanggan. Berdasarkan laporan tahunan yang dibuat oleh Tjiwi kimia diketahui bahwa Komunikasi CSR yang sukses akan mendatangkan kepercayaan manajemen, meningkatkan jumlah sumberdaya yang bias dipergunakan, dan sebaliknya. Komunikasi CSR yang sukses akan mendatangkan dukungan dari pemangku kepentingan internal dan eksternal dan bias mendatangkan sumberdaya tambahan di luar perusahaan. banyak penghargaan yang telah diraih oleh Tjiwi Kimia baik dari dalam maupun luar negeri juga merupakan keberhasilan program CSR yang dilaksanakan oleh Tjiwi Kimia

PENUTUP

PT. Tjiwi Kimia Tbk. Indonesia Dalam melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) Tjiwi Peduli Kesehatan yang didalamnya terdapat Program Tjiwi Peduli AIDS, tidak terlepas dari penggunaan strategi komunikasi. Komunikasi yang dilakukan dalam program CSR peduli AIDS memiliki peran yang penting dalam setiap hubungannya dengan internal perusahaan Tjiwi Kimia, maupun dengan stakeholder setempat.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi dalam program CSR Tjiwi peduli AIDS melakukan proses strategi dengan cara mengenali kondisi lingkungan eksternal, penelitian formatif, perencanaan program, desain dan eksekusi pesan, dan evaluasi program. Jadi strategi komunikasi merupakan faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan program Corporate social responsibility di PT. Tjiwi Kimia dalam melaksanakan program pencegahan HIV dan AIDS, karena dengan penerapan strategi komunikasi yang tepat maka keberhasilan program CSR dapat dilaksanakan.

Berkaitan dengan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah :

1. Dengan melakukan usaha dalam bentuk peningkatan mutu program CSR yang dilakukan oleh Tjiwi Kimia sesuai dengan komitmen yang dimiliki oleh Tjiwi Kimia yang menerapkan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik dan Bertanggung Jawab serta berkelanjutan.
2. Meningkatkan mutu kerjasama dengan berbagai pihak baik itu dalam skala regional, nasional, dan internasional dalam mendukung program CSR dalam mengatasi masalah HIV dan AIDS yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees,(2007). Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Cutlip, M Scoot, cs, (2000), *Effective Public Relation 8th Edition*, Prentice. New Jersey: Prentice Hall Internasional.

Cutlip, M Scoot, cs, (2006), *Effective Public Relation 9th Edition*.Prentice.Jakarta: Bumi Aksara

Courtland L.Bovee,John V. Thill, (2007), *Komunikasi bisnisedisi kedelapan,jilidI*, Jakarta: Indeks

Cangara, Hafied,(2005), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Djoko Purwanto, (2006), *Komunikasi Bisnis*, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta: Erlangga

Devito, Joseph A.(1997), *Komunikasi Antarmanusia* .Jakarta : Proffesionals Books.

Djamadin, Bahari (2004), *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta : BPK Gunung Mulia.

Effendy, Onong Uchjana, (2003), *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti

Kriyantono, Rachmat, (2006), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Surabaya: Kencana Prenada Media Group.

Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Karya, Miles, Matew B. dan A. Michel Huberman, (1992), *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press

Onong Uchjana Effendy, (2005), *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya

Suharto, Edi, Ph.D, 2007, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. Bandung : Refika Aditama.

Wahyudi, Isa & Busyra Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility : Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang : Inspire

UUD 1945 (kompilasi sampai dengan amandemen keempat).

Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata (KUH Perdata).

Kitab Undang-Undang hukum Dagang (KUHD).