



**Program Studi  
Vokasi Humas 2019**

**Klinik  
Digital**  
VOKASI KOMUNIKASI



# **Pengabdian masyarakat**

## **Sebuah Misi yang Mulia**

**Penulis:**

**Akmal Farhansyah Razak  
Muhammad Raihan Fachranie  
Vigha Afizah Ramadhani**

**Jilid 2**

## **SEBUAH MISI YANG MULIA PENGABDIAN MASYARAKAT**

Akmal Farhansyah Razak

Muhammad Raihan Fachranie

Vigha Afizah Ramadhani

ISBN

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Editor : Kepala Program Studi Vokasi Humas UI

Pengarah : Hubungan Eksternal Vokasi Humas UI

Sekretariat : Ahmad Safwat,S.E.

Desainer/Illustrator: M. Daff Imsani

Diproduksi Oleh : Program Studi Vokasi Humas UI, Jakarta,2020.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun ( seperti cetak,fotokopi,microfilm,CD-ROM,dan rekaman sura) tanpa izin tertulis dari penerbit.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

## PENDAHULUAN

Suatu perguruan tinggi, perusahaan dan pemerintahan yang berdiri disuatu wilayah haruslah memiliki manfaat ataupun suatu aksi yang mereka berikan kepada lingkungan maupun wilayah yang ada disekitarnya.

Anda mungkin beranggapan bahwa kegiatan seperti ini, merupakan tanggung jawab perguruan tinggi saja karena sesuai dengan Tri Dharma perguruan tinggi yang berbunyi “pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, serta pengabdian masyarakat”.

Akan tetapi, kegiatan ini bukan hanya menjadi tanggung jawab perguruan tinggi saja. Melainkan perusahaan dan pemerintah perlu melakukan kegiatan seperti ini untuk membangun reputasi dan kerja sama yang baik disuatu wilayah, kegiatan yang dapat diberikan bisa berbentuk apa saja.

Tapi, tahukah Anda ? Kegiatan yang dibentuk oleh perorangan ataupun organisasi ini dapat membantu kemajuan perkembangan di wilayah tersebut.

Anda mungkin berpikir bahwa kegiatan yang harus dilakukan perorangan ataupun organisasi hanya berupa bantuan finansial yang tidak berkala dan hanya dilaksanakan sekali saja.

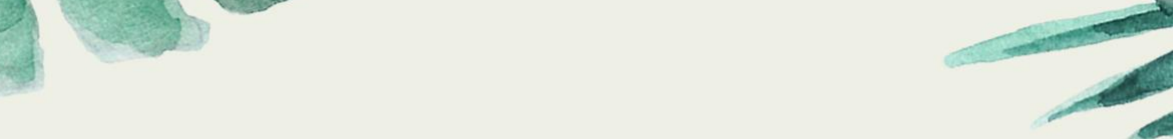
Banyak sekali perguruan tinggi, perusahaan dan pemerintah yang sudah mulai melakukan kegiatan ini untuk wilayah sekitarnya sebagai bentuk membangun kerja sama yang baik antara pihak dalam organisasi dengan pihak luar.

Kegiatan yang dilakukan ini sering sekali disebut dengan “Pengabdian Masyarakat” yang dimana mereka melakukan suatu kegiatan atau gerakan untuk mengabdikan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup suatu wilayah menjadi lebih baik lagi, membantu meningkatkan pendidikan wilayah tersebut, serta mengarahkan penggunaan teknologi.

Sedangkan dalam perusahaan dan pemerintah kegiatan ini disebut dengan “Tanggung Jawab Perusahaan” atau disingkat CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dimana mereka merasa memiliki suatu tanggung jawab yang harus dilakukan untuk wilayah disekitarnya sebagai bentuk representasi citra organisasi mereka dimata masyarakat dan *stakeholder* yang ada diorganisasi tersebut.

Melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, mampu memberikan dampak yang baik untuk reputasi organisasi tersebut.

Di Indonesia sendiri kegiatan pengabdian masyarakat sangatlah dibutuhkan. Mengapa demikian? Karena banyaknya jumlah penduduk yang ada di Indonesia ini menjadikan tidak meratanya pemerataan perekonomian yang menyebabkan banyaknya wilayah yang tergolong miskin.



Hal ini dapat berdampak pula pada tingginya angka putus sekolah yang mengakibatkan ketertinggalan. Diperoleh dari Badan Pusat Statistik, angka kemiskinan penduduk Indonesia pada maret 2019 sebesar 25,14 juta orang, maka dari itu pengabdian masyarakat sangatlah dibutuhkan untuk membantu mempercepat perkembangan masyarakat diwilayah tersebut.

Oleh karena itu, penulis dalam buku ini, akan menjabarkan secara mendalam mengenai pengabdian masyarakat, agar pembaca dapat lebih memahami akan pentingnya pengabdian masyarakat untuk sebuah perguruan tinggi, perusahaan, serta pemerintahan yang mampu meningkatkan citra baik mereka dimata publik dan membantu mempercepat perkembangan kemampuan suatu wilayah.

## **Kata Pengantar**

Pertama-tama, kami ucapkan syukur kepada Allah, atas pertolongannya, kami dapat menyusun buku ini.

Kemudian, kami turut berterima kasih kepada Dr. Devie Rahmawati, S.Sos, M.Hum, atas kesabarannya beliau membimbing kami dalam membuat karya ini.

Dalam buku ini, kami membahas seputar pengabdian masyarakat, seperti definisi, teori, penerapan, dan contoh nyatanya.

Demikian kata pengantar ini. Apabila terdapat kekurangan dalam buku ini, kami memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Depok, 10 Desember 2019

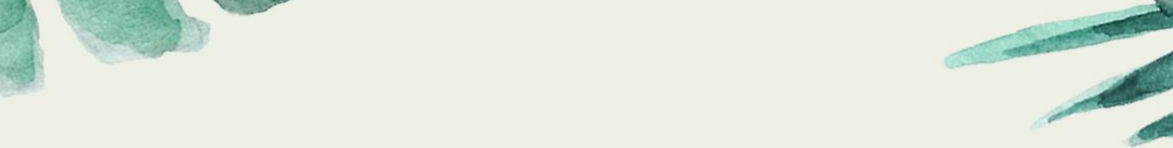
Akmal Farhansyah Razak

Muhammad Raihan Fachranie

Vigha Afizah Ramadhani

# Daftar Isi

<b>Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>4</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>7</b>
1.1 Definisi Pengabdian Masyarakat.....	7
1.2 Teori Pengabdian masyarakat.....	9
1.3 Tujuan Pengabdian Masyarakat.....	10
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
2.1 Ruang Lingkup Pengabdian Masyarakat.....	11
<b>BAB III.....</b>	<b>13</b>
3.1 Bentuk CSR oleh Perusahaan.....	13
3.2 Bentuk CSR oleh Perguruan Tinggi.....	22
3.3 Contoh Penerapan CSR.....	25



<b>BAB IV.....</b>	<b>35</b>
4.1 CSR di Perguruan Tinggi.....	35
<b>BAB V.....</b>	<b>45</b>
5.1 Pemberitaan Media.....	45
5.2 <i>Output</i> & Dokumentasi.....	54
<b>Penutup.....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>Profil Editor &amp; Pengarah.....</b>	<b>72</b>
<b>Profil Penulis.....</b>	<b>73</b>

# BAB I

## 1.1 Definisi Pengabdian Masyarakat

**Menurut American Heritage Dictionary (Grubisich : 2017)**, pengabdian masyarakat adalah pelayanan secara sukarela yang dilakukan oleh perorangan atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan keuntungan kepada publik atau institusinya.

**Menurut Wilson (2000)** dalam karyanya yang untuk Annual Review of Sociology, kesukarelaan diartikan sebagai “segala kegiatan di mana waktu dialokasikan untuk menebar manfaat kepada orang lain, kelompok atau organisasi.

Beralih ke pengertian “kampung” dan “digital”. Sutardjo Kartohadikusumo : 1953 (dalam Bintarto : 1983) menyatakan bahwa kampung adalah suatu kesatuan hokum di mana bertempat tinggal suatau masyarakat yang berkuasa mengadakan pemerintahan sendiri.

Kemudian, **Koentjaraningrat (Indrizal : 2013)** membagi makna dari kampung menjadi dua tipe, yakni komunitas besar (kota, negara bagian, negara) dan komunitas kecil (*band*, desa atau kampung, rukun tetangga, dan semacamnya). Ia mengartikan kampung sebagai komunitas kecil yang bertempat tinggal di suatu tempat secara tetap.

Lalu, **Bintarto (1983)** memandang kampung sebagai suatu hasil perpaduan antara aktivitas masyarakat dengan lingkungannya, yakni suatu wujud atau kenampakan di muka bumi yang ditimbulkan oleh unsur-unsur fisiografi, sosial, ekonomi, politik dan budaya yang saling berinteraksi antar unsur tersebut dan juga dalam hubungannya dengan daerah-daerah lain.

Selanjutnya, dalam Undang-Undang Negara Republik Indonesia No. 22 Tahun 1948, tertera bahwa desa (kampung) adalah bentuk daerah otonom yang paling rendah setelah kota.

Setelah itu, di dalam PP No. 72 Tahun 2005 tentang Pemerintahan Desa, tertulis bahwa "...desa atau diebut dengan nama lain, selanjutnya disebut dengan desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Selanjutnya, Luthfia dalam *Journal of Rural and Development* Volume IV A No. 2 Agustus 2013 menyatakan bahwa kampung mendeskripsikan sebuah wujud masyarakat yang satu atau komunitas warga yang menempati suatu kawasan di mana mereka saling mengenal dengan baik, sebab corak kehidupan mereka relatif sama (homogen) serta memiliki hubungan yang akrab dan langgeng. Kampung di Indonesia secara khusus diasosiasikan dengan suatu masyarakat yang

hidup sederhana, adat, ikatan sosial dan tradisi yang masih kuat, jujur, bersejahtera, serta berpendidikan rendah.

Berdasarkan apa yang ditulis oleh Aji dalam *Islamic Communication Journal* Vol. 1, No. 1, Mei-Oktober 2016, Digital diartikan sebagai sebuah metode yang kompleks dan fleksibel, yang menjadikannya menjadi sesuatu yang utama dalam hidup manusia.

## **1.2 TEORI PENGABDIAN MASYARAKAT**

Mendes (2008:3) dalam Tan (2009) menyatakan bahwa pengabdian masyarakat diartikan sebagai pemanfaatan struktur masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosial dan memberdayakan kelompok masyarakat.

Kemudian, Putnam (2000) dalam Stukas & Dunlap (2002) menyatakan bahwa pengabdian masyarakat memiliki aspek individual dan kolektif, dalam artian, setiap individu dan komunitasnya dapat memperoleh manfaat dari pengabdian masyarakat.

Menurut Palmon, Cathcart, Lembeck dan Peterson dalam jurnal *Student Engagement*, University of Nebraska-Lincoln, pengabdian masyarakat berlangsung saat individu atau organisasi membantu secara sukarela untuk menebar manfaat kepada masyarakat.

### **1.3 TUJUAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Anda mungkin beranggapan bahwa tujuan dari diadakannya pengabdian masyarakat oleh perguruan tinggi hanya dapat menguntungkan bagi perguruan tinggi itu sendiri, tapi sebenarnya pengabdian masyarakat mampu memberikan manfaat yang sangat besar untuk wilayah tempat dilaksanakannya pengabdian masyarakat tersebut. Hal ini perlu dipahami, karena tujuan pengabdian kepada masyarakat oleh perguruan tinggi adalah :

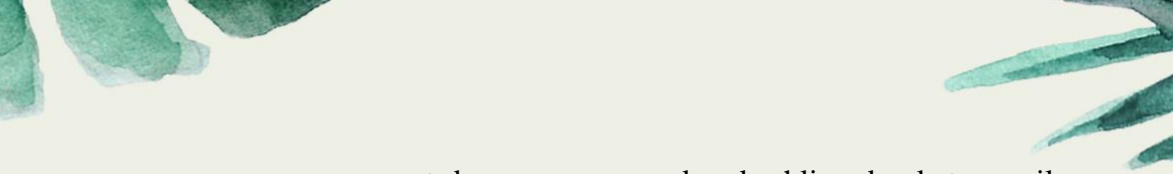
- (a) Mengupayakan percepatan peningkatan kemampuan sumber daya manusia di suatu wilayah sesuai dengan tuntutan pembangunan perekonomian negara.
- (b) Mempercepat upaya pembinaan masyarakat dinamis, yang dimana masyarakat tersebut siap menempuh persaingan dan perubahan demi perbaikan dan kemajuan nilai - nilai sosial yang ada.
- (c) Mempercepat pembinaan institusi dan profesi masyarakat sesuai perkembangannya dalam proses modernisasi.

# BAB II

## 2.1 RUANG LINGKUP PENGABDIAN MASYARAKAT

Dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara umum meliputi ruang lingkup sebagai berikut:

- Pengembangan ilmu pengetahuan teknologi dan seni menjadi produk yang secara langsung dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.
- Penyebarluasan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya menjadi produk yang perlu diketahui dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Usaha ini dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti memberikan penyuluhan, menyediakan percontohan, memperagakan, dan menerbitkan media publikasi.
- Penempatan ilmu pengetahuan dan teknologi secara benar dan tepat sesuai dengan situasi masyarakat dan tuntutan pembangunan.
- Pemberian bantuan kepada masyarakat dalam mengidentifikasi masalah yang dihadapi serta mencari alternatif pemecahannya dengan mempergunakan pendekatan ilmiah.
- Pemberian jasa pelayanan profesional kepada masyarakat dalam berbagai bidang permasalahan yang memerlukan penanganan



secara cermat dengan menggunakan keahlian dan keterampilan yang belum dimiliki oleh masyarakat yang bersangkutan.

# BAB III

## 3.1 BENTUK CSR OLEH PERUSAHAAN

Citra sangatlah penting bagi sebuah perusahaan, citra itu sendiri merupakan cara pandang khalayak terhadap perusahaan.

Citra dikatakan penting karena dapat berpengaruh terhadap nilai benefitnya perusahaan serta meningkat dan baiknya penjualan produk suatu perusahaan, hal ini erat kaitannya dengan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Sedangkan Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas.

Citra terbentuk dari banyak hal, seperti riwayat perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan memikul tanggung jawab sosial dan komitmen mengadakan riset (Jefkins, 2003). Beberapa jenis citra yang dikemukakan oleh Jefkins (2003):

1. Citra bayangan, yaitu citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan terhadap luar.
2. Citra yang berlaku (*current image*), adalah suatu pandangan yang dianut oleh pihak luar dari sebuah perusahaan terhadap perusahaan.

3. Citra yang diharapkan (*wish image*), adalah suatu harapan yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan.

4. Citra perusahaan, adalah citra suatu organisasi yang dilihat secara utuh, bukan hanya sekedar citra atas produk dan pelayanannya.

5. Citra majemuk, yakni jumlah citra yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebanding dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Citra tidak dapat dilihat tetapi dapat dirasakan baik atau buruk, positif atau negatif. Pandangan citra tersebut berasal dari publik internal maupun eksternal perusahaan.

Citra yang baik akan menguntungkan bagi suatu perusahaan, begitu pula sebaliknya. Pentingnya image perusahaan atau organisasi untuk keluar dari pandangan negatif dan lebih membangun citra positif untuk keuntungan perusahaan.

Mackiewicz dalam Oliver (2006) mendefinisikan tentang citra korporasi sebagai pandangan utuh terhadap keseluruhan organisasi, rencana dan tujuannya. Citra korporasi dapat berkembang secara utuh sehingga citra tersebut dapat menarik perhatian banyak orang terhadap kondisi keseluruhan suatu korporasi.

Berbagai citra tentang perusahaan bisa datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.


Sedangkan untuk membangun citra perusahaan, PR melakukan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau Tanggung Jawab Sosial perusahaan.

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Ardianto dan Machfudz, 2011).

Berdasarkan terjemahan dari peneliti, pengertian yang dinyatakan oleh Kotler dan (Ardianto & Machfudz, 2011:303) menjelaskan CSR adalah sebuah bentuk tanggung jawab atau komitmen perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui kegiatan praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.

Kegiatan CSR diwujudkan dalam beberapa pilar CSR perusahaan yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, pendidikan, sosial-budaya, kesehatan dan keamanan, serta kesejahteraan masyarakat.

Bila pada awalnya aktivitas CSR dilandasi oleh kegiatan yang bersifat filantropi, maka saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk membangun dan meningkatkan “citra perusahaan” yang akan turut mempengaruhi kinerja karyawan dan keuangan perusahaan.



Menurut Nuryana (2005:42), CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis merek dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Menurut Rahman (2009: 33) menjelaskan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan korporat secara *continue* atau terus-menerus, merupakan salah satu cara untuk mencegah krisis melalui peningkatan reputasi dan citra perusahaan.

Perlu di ingat bahwa CSR bukanlah program yang dilakukan secara periodik, mengikuti atau tanpa rencana. CSR dapat mencegah krisis bila dilakukan secara berkelanjutan dan dalam rangka menciptakan *long-term relationship* dengan komunitas.

Budimanta, Prasetio dan Rudito, dalam Rahman (2009: 77) bentuk program CSR memiliki dua orientasi, yaitu internal dan eksternal. Orientasi internal adalah CSR yang berbentuk tindakan atas program yang diberikan terhadap komunitas.

Orientasi eksternal adalah CSR yang mengarah pada tipe ideal, yang berupa nilai dalam korporat sesauai keadaan sosial terhadap komunitas sekitarnya.

Menurut Hadi (2011:48), CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Kusniadji Suherman (2011:58-59) mengemukakan CSR tanpa inovasi dan kolaborasi dengan *stakeholder* akan menghasilkan program "basa-basi", sedangkan program CSR yang efektif dan terdiferensiasi akan memunculkan sebuah inovasi.

CSR dapat diartikan pula sebagai komitmen dalam menjalankan bisnis dengan memperhatikan aspek sosial, norma-norma dan etika yang berlaku. Bukan saja pada lingkungan sekitar, tetapi juga pada lingkup internal dan eksternal yang lebih luas. Dalam jangka panjang, CSR memiliki kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dari tujuan dan manfaat pelaksanaan CSR, dikemukakan bahwa CSR memberikan kontribusi kepada masyarakat berdasarkan kemampuan internal perusahaan. CSR akan menjadi hal tidak terpisahkan dalam usaha menciptakan kesejahteraan korporat, yang dalam jangka panjang dapat meningkatkan dan memperkuat nilai korporat dimata komunitas.

Kembali membahas mengenai citra, pada umumnya citra merupakan bentuk pendekatan yang didasari oleh pendapat, dalam obyek tersebut atau benda tersebut memiliki makna sosial. Kasali (2003:30)

mendefinisikan bahwa citra sebagai kesan yang timbul karena adanya pemahaman yang akan menjadi suatu kenyataan.

Pemahaman itu sendiri timbul karena adanya informasi. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai terhadap perusahaan.

Sedangkan menurut Ardianto (2011:62) citra merupakan perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga, yang memiliki kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Sehingga, dapat disimpulkan nama citra ini adalah sebuah bentuk pandangan yang menempel pada sebuah kepribadian terbentuk yang memiliki ciri khas.

Menurut Sumirat dan Ardianto pada buku Dasar-Dasar Public Relations (2002:115-116) yang menyatakan bahwa sebuah proses pembentukan citra dalam struktur kognitif sesuai dengan pengertian komunikasi seperti yang dijelaskan oleh John S. Nimpoeno, dalam laporannya tentang penelitian tingkah laku konsumen yang dikutip dari Danasaputra.

Ruslan (2008;71) menyatakan bahwa citra memiliki kaitan yang sangat erat dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi terhadap bentuk pelayanan nama perusahaan dan merek suatu

produk, respon/perilaku barang/jasa dari pihak publik sebagai khalayak sasaran dapat bersifat positif dan negatif.

## **LANDASAN TEORI CSR**

*Corporate Social Responsibility* “CSR means that a corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities, and their environment” (Lawrence, Weber and Post dalam Kartini, 2009).

Definisi CSR tersebut menjelaskan bahwa CSR adalah sebuah korporasi atau perusahaan yang harus bertanggung jawab untuk setiap tindakan perusahaan yang mempengaruhi orang-orang, masyarakat, dan lingkungan mereka.

Menurut Sweeney dan Coughlan (2008) serta Maignan dan Ralston (2002; Wanderley *et al.* 2008), tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *company social responsibility* (CSR) merupakan cara yang sering dilakukan oleh sebuah korporasi untuk menempatkan *brand* mereka di pandangan seluruh pemangku kepentingannya.

Berdasarkan artikel dalam situs Saylor Academy, *Corporate Social Responsibility* dapat diartikan menjadi dua definisi. Pertama, aktivitas perusahaan yang menekankan tanggung jawab untuk memperoleh pendapatan dan tanggung jawab untuk berinteraksi secara etis kepada masyarakat.

Selain itu, CSR juga dapat dimaknai sebagai sebuah pengertian khusus mengenai tanggung jawab untuk meraih keuntungan sembari berperan dalam persoalan yang ada di masyarakat.

Menurut Carrol dalam Solihin (2009) definisi CSR mengandung empat kategori tanggung jawab sosial, yaitu: 1. *Economic responsibilities*, tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. *Legal responsibilities*, setiap pelaku bisnis, masyarakat mengharapkan menaati hukum dan peraturan yang berlaku. 3. *Ethical responsibilities*, menurut Epstein, etika bisnis menunjukkan refleksi moral suatu individu atau organisasi sebagai pelaku bisnis untuk menilai isu yang berkembang di masyarakat.

4. *Discretionary responsibilities*, ekspektasi masyarakat terhadap keberadaan perusahaan yaitu dengan memberikan manfaat melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Kartini (2008) menjelaskan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) adalah sebuah istilah *corporate social responsibilities* bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di seluruh Indonesia.

Dasar hukumnya adalah Peraturan Menteri BUMN No.05 Tahun 2007, bahwa setiap BUMN wajib memiliki unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat.

Menurut Peraturan Menteri No.05/MBU/2007 besaran dana Bina Lingkungan berasal dari penyisihan laba setelah pajak maksimal 2 persen hasil bunga deposito dan atau jasa giro dari dana program Bina Lingkungan.

Dana tersebut disalurkan 70% melalui program Bina Lingkungan BUMN Pembina dan 30% bagi program Bina Lingkungan BUMN Peduli, khusus Bina Lingkungan BUMN Peduli ditetapkan oleh Menteri. PKBL dibagi menjadi dua bagian secara utuh, pada umumnya menyangkut isu-isu sebagai berikut:

- Program Kemitraan mayoritas dengan pemberian dana bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).
- Program Bina Lingkungan Pembina terbagi kedalam beberapa bagian yaitu: bantuan bencana alam, kesehatan masyarakat, pendidikan dan pelatihan masyarakat, keagamaan, pengembangan dan sarana umum serta pelestarian alam.

### **Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Citra Perusahaan**

Melalui CSR, perusahaan memang tidak akan mendapatkan profit atau keuntungan. Harapan dari kegiatan tersebut yaitu berupa keuntungan citra perusahaan (Untung, 2008).

CSR yang berkelanjutan atau *sustainability* akan memberikan *benefit* signifikan terhadap perusahaan. Strategi komunikasi CSR yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan citra, maka perusahaan

harus memilih isu-isu CSR yang menarik dan mampu memperkuat reputasinya.

Isu yang menarik tersebut dapat diperoleh dari komunikasi yang memang didesain secara terencana oleh perusahaan, dan dikemas secara menarik serta sesuai dengan kebutuhan stakeholder.

Salah satu kegiatan CSR yang menarik, misalnya, berawal dari aktivitas *community development* dan dapat dikomunikasikan kepada *stakeholders* (Kusniadji, 2011).

### **3.2 BENTUK CSR OLEH PERGURUAN TINGGI**

Berdasarkan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, program pengabdian kepada masyarakat oleh perguruan tinggi dapat dibedakan menjadi lima bentuk, sebagai berikut:

#### **a. Pendidikan Pada Masyarakat**

Kegiatan pendidikan pada masyarakat dapat berbentuk pendidikan nonformal dalam rangka pendidikan kesinambungan (*contuining education*). Pelaksanaan dapat dilakukan dalam berbagai jenis, baik yang bersertifikat maupun yang tidak. Jenis-jenis program pengabdian pada masyarakat meliputi penataan, loka karya, kursus-kursus, penyuluhan-penyuluhan, kampanye, publikasi-publikasi, proyek-proyek, percontohan, dan demonstrasi seperti pameran.

## b. Pelayanan Pada Masyarakat

Pelayanan pada masyarakat di sini ialah pemberian pelayanan secara profesional oleh perguruan tinggi kepada masyarakat yang memerlukannya.

Pelayanan profesional yang dimaksud, bukan penelitian ilmiah tetapi lebih berupa pekerjaan rutin yang penanganannya perlu oleh tenaga profesional. Jenis-jenis program pengabdian pada masyarakat yang termasuk dalam bentuk pelayanan pada masyarakat meliputi konsultasi, bimbingan karier, pelayanan olah raga, pembinaan kesadaran terhadap lingkungan hidup, pembinaan koperasi, pembinaan kewiraswastaan dan sumber daya, pelayanan rintisan dalam bentuk-bentuk keahlian khusus dan sejenisnya.

## c. Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM)

Kuliah kerja mahasiswa merupakan bentuk kegiatan pada masyarakat yang bersifat khusus karena dalam kuliah kerja mahasiswa dharma pendidikan dan penelitian dipadukan ke dalamnya serta melibatkan sejumlah mahasiswa dan staf pengajar yang banyak. Jenis-jenis program pengabdian pada masyarakat yang termasuk dalam bentuk program kuliah kerja mahasiswa meliputi bidang kewiraswastaan (ekonomi), sarana dan prasarana, produksi, pendidikan, sosial budaya, akuntansi dan kependudukan.

## d. Pengembangan Wilayah Secara Terpadu

Pengembangan wilayah secara terpadu merupakan bentuk kegiatan pengabdian pada masyarakat yang menghasilkan konsep atau pola perencanaan pembangunan wilayah secara terpadu dan bersifat komprehensif yang secara langsung menunjang proses pembangunan.

Untuk melaksanakan kegiatan semacam ini fakultas memiliki ahli yang telah memiliki ilmu pengetahuan secara baik, dan dapat menghimpun berbagai ahli untuk bekerja sama secara baik, dan bekerja sama secara interdisipliner dan multidisipliner.

Jenis-jenis program pengembangan wilayah secara terpadu yaitu kerjasama antara fakultas dengan pemerintah daerah dalam rangka perumusan masalah pembangunan, kerjasama antara fakultas dengan pemerintah daerah dalam memecahkan masalah-masalah pembangunan secara komprehensif dalam kegiatan-kegiatan nyata, kerjasama nyata, kerjasama dalam membina masyarakat pedesaan.

#### e. Pengembangan Hasil Penelitian

Karena semua hasil penelitian terjadi dalam bentuk yang siap untuk dilaksanakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat, perlu ada upaya-upaya untuk mengembangkan hasil penelitian tersebut menjadi produk baru yang lebih siap untuk dimanfaatkan oleh masyarakat. Produk hasil pengembangan itu dapat berupa pengetahuan terapan atau teknologi yang siap pakai dan hasilnya dirasakan oleh masyarakat pemakai.

Jenis-jenis program pengabdian pada masyarakat yang berbentuk program pengembangan hasil penelitian meliputi program kaji tindak atau *action research*, program yang dikembangkan dari hasil penelitian sehingga menghasilkan produk baru yang berupa pengetahuan terapan, atau teknologi dan seni siap pakai.

### **3.3 Contoh Penerapan CSR**


#### **1. CSR di Kanada**

Penyelenggaraan tanggung jawab sosial di Kanada dilakukan dengan strategi yang bertajuk "*Doing Business the Canadian Way: A Strategy to Advance Corporate Social Responsibility in Canada's Extractive Sector Abroad*".

Berdasarkan artikel yang dimuat dalam portal resmi Pemerintah Kanada, strategi yang resmi diperkenalkan pada 14 November 2014 silam ini memperlihatkan harapan dari pemerintah setempat bahwa perusahaan-perusahaan di negara yang dipimpin oleh Justin Trudeau ini akan mempromosikan nilai-nilai Kanada dan beroperasi di mancanegara dengan standar etika tertinggi.

Kemudian, program ini juga memaparkan inisiatif pemerintah setempat untuk membantu perusahaan-perusahaan negerinya untuk memperkuat penerapan CSR mereka dan memaksimalkan manfaat investasi mereka, sehingga dapat berbakti kepada penduduk negeri.

Program ini memiliki 7 elemen kunci, yang terdiri dari :



1. Memperkuat dukungan untuk inisiatif CSR di jaringan misi diplomatik negara di kancah internasional, yang bertujuan untuk memastikan tingkat layanan seputar CSR yang tinggi secara konsisten kepada komunitas bisnis Kanada di seluruh dunia, membangun jaringan dan kemitraan lokal dengan komunitas, dan mengokohkan kepemimpinan Kanada, keunggulan, serta pengimplementasian terbaik di sektor ekstraktif;

2. Peningkatan dukungan dan pelatihan tambahan untuk misi Kanada di luar negeri, untuk memastikan Komisariss Perdagangan dan staf memiliki bekal untuk mendeteksi masalah sejak dini dan berkontribusi pada kesepakatan mereka sebelum beranjak ke tahap yang lebih tinggi;

3. Memfokuskan kembali peran Kantor Konselor CSR, termasuk memperkuat mandatnya untuk mempromosikan pedoman CSR yang kuat untuk sektor ekstraktif Kanada dan merekomendasikan perusahaan untuk memasukkan pedoman tersebut ke dalam pendekatan operasi mereka.

Konselor CSR juga akan mengembangkan pekerjaan yang dilakukan pada misi internasional dengan memfokuskan kembali upaya untuk mencegah, mengidentifikasi, dan menyelesaikan perselisihan pada tahap awal;

4. Apabila terdapat perselisihan, penasihat CSR akan mendorong mereka untuk merujuk masalah mereka ke Titik Kontak Nasional (NCP) Kanada, mekanisme penyelesaian sengketa yang kuat dan terbukti, dipandu oleh Pedoman Organisation for Economic Co-

operation and Development (OECD) untuk perusahaan multinasional mengenai tanggung jawab perilaku bisnis, dan aktif di 46 negara;

5. Perusahaan diharapkan untuk menyesuaikan dengan pedoman CSR dan akan diakui oleh Kantor Penasihat CSR sebagai pemenuhan syarat untuk peningkatan diplomasi ekonomi Pemerintah Kanada.

Bagi perusahaan yang tidak mengaplikasikan praktik terbaik CSR dan menolak untuk ikut serta dalam Kantor Penasihat CSR atau proses penyelesaian sengketa NCP, dukungan pemerintah di pasar luar negeri akan ditarik;

6. Pencantuman tolok ukur pedoman CSR yang dirilis sejak 2009, yaitu *The United Nations' Guiding Principles on Business and Human Rights*; dan *The OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas*;

7. Fleksibilitas untuk membangun kesadaran akan cakupan yang lebih luas dari panduan CSR khusus sektor ekstraktif, termasuk yang dikembangkan di Kanada, misalnya, *The Mining Association of Canada's Towards Sustainable Mining*, dan *The Prospectors and Developers Association of Canada's e3 Plus*.

## 2. CSR di India

Kemudian, negara yang telah menjalankan program tanggung jawab sosial adalah India. Negara yang dahulunya berada dalam wilayah imperium Persia ini merupakan negara yang pertama kali mengadakan program CSR, mengikuti amandemen Companies Act 2013 pada bulan April 2014, berdasarkan artikel yang dimuat dalam laman India-Briefing.com.

Masih dari sumber yang sama, Companies Act 2013 itu sendiri mengharuskan perusahaan dengan kekayaan bersih INR 500 crore (US \$ 70 juta) atau lebih, atau omzet tahunan INR 1.000 crore (US \$ 140 juta) atau lebih, atau laba bersih INR 5 crore (US \$ 699.125) atau lebih, untuk menghabiskan 2 persen dari laba bersih rata-rata mereka selama tiga tahun untuk CSR.

Dalam Companies Act Amandemen 2019, aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan juga mengalami amandemen, yakni apabila sebuah perusahaan tidak mampu untuk menghabiskan dana CSR-nya dalam tahun tertentu, badan usaha tersebut dapat memanfaatkannya untuk tahun fiskal berikutnya, selain dana yang dialokasikan pada tahun tersebut.

Amandemen CSR yang diperkenalkan berdasarkan Undang-Undang sekarang mewajibkan perusahaan untuk menyetor dana CSR yang tidak terpakai ke dalam dana yang ditentukan berdasarkan Jadwal VII dari Undang-undang tersebut pada akhir tahun fiskal.

Jumlah ini harus digunakan dalam waktu tiga tahun sejak tanggal transfer.

Undang-undang yang baru mengatur hukuman moneter serta hukuman penjara jika tidak patuh. Hukumannya berkisar dari INR 50,000 (US \$ 700) hingga INR 25 lakh (US \$ 35.000) sedangkan petugas wanprestasi perusahaan dapat dikenakan hukuman penjara hingga tiga tahun, atau denda hingga INR 5 lakh (US \$ 7.023), atau kedua.

Namun, pemerintah sedang meninjau aturan-aturan ini setelah industri keberatan dengan ketentuan yang ketat, terutama sehubungan dengan hukuman penjara untuk pelanggaran CSR, dan belum mengoperasionalkannya.

### **Tren Tanggung Jawab Sosial di India**

Banyak perusahaan terdaftar di India menghabiskan INR 10,000 crore (US\$1.4 miliar) pada beragam program, seperti pendidikan (38 persen), kelaparan, kemiskinan dan kesehatan (25 persen), pengembangan desa (11 persen) dan penyelamatan lingkungan (12 persen).

Beberapa Perusahaan India yang telah Menjalankan CSR :

### 1. Tata Group

Tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan oleh Tata Group antara lain pemberdayaan wanita, peningkatan pendapatan, pengembangan masyarakat pedesaan, beasiswa, dana abadi pendidikan, pelayanan di bidang kesehatan, program agrikultur, perlindungan lingkungan, beasiswa olahraga dan pengembangan infrastruktur.

### 2. Ultratech Cement

Perusahaan ini telah menjalankan program CSR berupa penciptaan keberlanjutan dan kemandirian. Produsen semen terbesar di Negara Anak Benua ini memfokuskan kegiatan tanggung jawab sosialnya pada program kesehatan dan kesejahteraan keluarga, infrastruktur, lingkungan, kesejahteraan sosial serta mata pencaharian berkelanjutan.

Contoh dari pelaksanaannya antara lain kamp medis, program imunisasi, sanitasi, pendidikan, perkebunan, konservasi air, pelatihan industri dan pertanian organik.

### 3. Mahindra & Mahindra

Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh korporasi ini berupa beasiswa dan hibah, pelatihan kerja, kesehatan untuk daerah terpencil, konservasi air, bantuan bencana serta pelatihan industri.

### 4. ITC Group

Program CSR dari perusahaan ini adalah e-Choupal, yang bertujuan untuk menghubungkan petani pedesaan melalui internet untuk pengadaan produk pertanian, menjangkau 40.000 desa dan lebih dari empat juta petani.

Program sosial dan hutan pertanian ini telah memudahkan para petani dalam mengubah lahan kritis menjadi perkebunan kayu *pulp*. Selain itu, program pemberdayaan sosial melalui usaha mikro atau pinjaman ini telah menciptakan mata pencaharian berkelanjutan bagi lebih dari 40.000 perempuan desa.

### 3. CSR di Jepang

Pelaksanaan CSR di Jepang telah dijalankan oleh beberapa perusahaan, yang terdiri dari :

#### a. Sumitomo Mitsui Financial Group

Sumitomo Mitsui Financial Group (SMFG) menjalankan beberapa program CSR di tahun 2016, antara lain :

- Meningkatkan literasi keuangan di setiap kelompok umur dan mengembangkan sumber daya manusia dan industri.
- Menyediakan pendidikan keuangan dan ekonomi
- Menyediakan beasiswa untuk siswa internasional melalui yayasan domestik dan luar negeri milik perusahaan
- Menjadi lembaga keuangan andalan orang lanjut usia, penyandang disabilitas, serta pengidap demensia

- Membantu pembangunan kembali daerah yang terkena gempa bumi
- Mendukung Olimpiade dan Paralimpik 2020, sebagai bank mitra
- Bekerja sama dengan organisasi yang peduli terhadap isu sosial di Jepang dan negara lain, dengan memanfaatkan dana sumbangan dari karyawan
- Mengadakan pelatihan kerja di Indonesia
- Mengadakan pelatihan guru di Myanmar

#### b. Polyplastics

Dalam menjalankan CSR, perusahaan ini memiliki visi berkontribusi membangun masa depan masyarakat yang sejahtera dengan inovasi dan mengembangkan orang-orang berbakat dan bertanggung jawab.

Polyplastics memiliki pendekatan CSR dari dua sudut pandang, yakni berkontribusi kepada masyarakat melalui aktivitas bisnis, dan menawarkan peluang untuk meningkatkan masyarakat menggunakan sumber daya perusahaan

Cotah CSR yang telah dilakukan antar lain :

- Mengurangi limbah dengan menjual tas produk bekas
- Mengurangi emisi karbon dioksida dan unit dasar energy konsumsi dalam logistic

- Mendonasikan pakaian dan sepatu ke area bencana
- Donor darah
- Menyumbang untuk pusat penyelamatan hewan
- Mendonasikan uang dan barang untuk lembaga nirlaba
- Menyumbangkan generator darurat ke kawasan bencana

#### 4. CSR di Siprus

Di Siprus, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dilaksanakan oleh Vassiliko Cement Company. Aktivitas CSR yang telah diterapkan oleh perusahaan ini antara lain :

- Pengelolaan sumber daya manusia
- Pelatihan dan pengembangan
- Pemberian bonus dan penghargaan kepada karyawan
- Mengadakan kegiatan olahraga, hari perempuan, dan sebagainya
- Melatih dan menawarkan posisi pekerjaan kepada masyarakat sekitar
- Membantu dan memberikan pelatihan ke sekolah setempat
- Bekerja sama dengan banyak perguruan tinggi dalam pendidikan praktik

- Pengembangan kegiatan dengan lembaga swadaya masyarakat setempat

## Bab IV

### 4.1 CSR di Perguruan Tinggi

Saring Sebelum Sharing adalah salah satu kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Program Studi Hubungan Masyarakat.

Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh persebaran hoaks, ujaran kebencian, dan infomasi negatif lainnya melalui beragam saluran, seperti media sosial, yang menyebabkan publik terpenguh oleh ajaran radikalisme dan terorisme.

Latar belakang di atas merupakan hasil dari survei nasional “Efektifitas Kearifan Lokal dalam Menangkal Radikalisme di Era Milenial yang dilaksanakan oleh Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) pada 2018 lalu.

Kala hasil penelitian ini dirilis, radikalisme di masyarakat berpeluang menjadi kuat.

Berdasarkan presentasi *“Kegiatan Pengabdian Masyarakat Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”*, program ini merupakan salah satu bagian dari pengabdian masyarakat Klinik Digital Vokasi Humas Universitas Indonesia.

Awalnya, perhelatan Saring Sebelum Sharing akan berlangsung pada medio September 2019. Namun, realisasinya dimajukan pada bulan Mei dan berakhir November 2019.

Program ini akan diadakan di beberapa daerah, yaitu Palu, Yogyakarta, Riau, Medan dan Aceh.

Saring Sebelum Sharing memiliki 5 tujuan, yakni :

1. Memberikan pemahaman kepada berbagai elemen masyarakat, khususnya aparaturnya penegak hukum, awak media massa pers, dan generasi muda mengenai pentingnya peran media dalam upaya pencegahan terorisme;
2. Memberikan pemahaman kepada berbagai elemen masyarakat, khususnya aparaturnya penegak hukum, awak media massa pers, dan generasi muda mengenai dampak negatif internet sebagai salah satu sarana penyebarluasan paham radikalisme dan terorisme;
3. Memberikan gambaran secara jelas kepada berbagai elemen masyarakat, khususnya aparaturnya penegak hukum, awak media massa pers, dan generasi muda, mengenai terorisme di Indonesia, meliputi ancaman, kerawanan hingga perkembangannya, sebagai bagian dari kewaspadaan bersama dalam upaya pencegahan;
4. Mendorong berita media massa pers dalam meningkatkan efektifitasnya sebagai salah satu sarana pencegahan terorisme, sekaligus menekan fungsi sebaliknya;

5. Mendorong berbagai elemen masyarakat, khususnya aparaturn penegak hukum, awak media massa pers, dan generasi muda, untuk lebih bijaksana dalam menggunakan internet, sehingga mampu menimbulkan daya cegah dan tangkal terhadap penyebarluasan paham radikalisme dan terorisme.

Aktivitas ini dihelat secara perdana pada tanggal 16 Mei 2019, bertempat di Swiss Belhotel, Palu, Sulawesi Tenggara, bekerja sama dengan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme dan Forum Koordinasi Pencegahan Terorisme Sulteng.

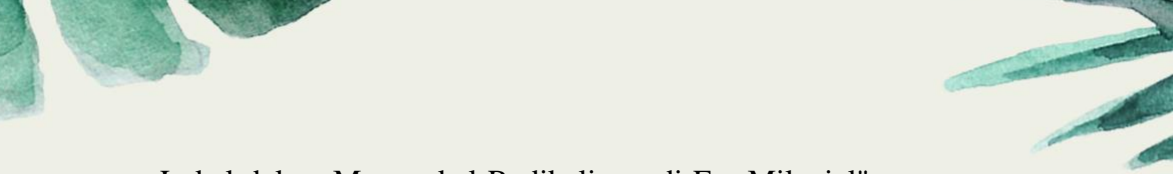


Penyelenggaraan Saring Sebelum Sharing di Swiss Belhotel, Palu, Sulawesi Tenggara. Sumber : <http://vokasi.ui.ac.id/web/pengabdian-masyarakat-pengmas-vokasi-humas-ui-saring-sebelum-sharing-pencegahan-terorisme-berbasis-akurasi-informasi/>



Dr. Devie Rahmawati, S.Sos, M.Hum menjadi pembicara di Saring Sebelum Sharing. Sumber : <https://edukasi.kompas.com/read/2019/05/17/15052681/vokasi-ui-saring-sebelum-sharing-untuk-cegah-radikalisme?page=all>

Topik yang dibahas dalam edisi perdana ini adalah radikalisme. Terkait topik ini, Devie Rahmawati berkata bahwa beredarnya hoaks, ujaran kebencian, dan informasi negatif lain yang terjadi terus-menerus melalui berbagai media, mengakibatkan publik rentan terpengaruh oleh ajaran terorisme, berdasarkan hasil temuan dari survei nasional “Efektifitas Kearifan



Lokal dalam Menangkal Radikalisme di Era Milenial"  
BNPT medio 2018.



Peserta Saring Sebelum Sharing. Sumber :  
<https://www.suaramerdeka.com/storage/images/2019/05/21/pengmas-ui1-5ce320ae89500.jpg>

Kemudian, beliau juga menyampaikan fakta hasil studi global di tahun 2013, yang menunjukkan bahwa internet memberikan beberapa dampak dalam penyebaran paham radikalisme, antara lain ;

Memberikan kesempatan lebih luas karena internet dapat diakses 24 jam dalam sehari, 7 hari dalam satu pekan, sehingga menjadi sumber kunci informasi dan propaganda beragami keyakinan.

Internet telah menjadi *echo chamber* dari keyakinan yang telah ada dan terus diperkuat dengan orang-orang yang sama, dengan pemikiran yang serupa.

Akselerasi penyebaran, di mana saat ini efektivitas dan efisiensi propaganda dapat dilakukan tanpa harus bertemu fisik.

Mereka menjadi radikal dengan sendirinya, karena beragam informasi yang tidak dimengerti namun kemudian diiyakan (*self-radicalization*).



Dr. Devie Rahmawati, S.Sos, M.Hum menjadi pembicara di Saring Sebelum Sharing. Sumber : <https://images.detik.com/visual/2019/05/16/220734f8-00e4-48eb-b243-32c7f5408d71.jpeg?w=612&q=90>

Lalu, Setyo Pranowo selaku perwakilan dari Badan Nasional Penanggulangan Terorisme menyatakan bahwa kini target yang disasar oleh para pelaku terror adalah kalangan berusia 16 hingga 25 tahun. Bahkan, ia mengambil contoh seorang pemuda di Bekasi yang notabene merupakan atlet berprestasi, turut termakan oleh ajaran radikalisme. Selanjutnya, beliau mengatakan, selain media sosial, paham radikalisme juga dapat menyebar melalui permainan dalam jaringan atau yang dikenal dengan istilah *game online*.

Ia menuturkan, fitur obrolan langsung atau *live chatting* yang merupakan tempat para pemainnya saling berinteraksi, menjadi medium penyebar paham radikal untuk memengaruhi para pemain tersebut.

Saring Sebelum Sharing edisi perdana ini sendiri bertujuan untuk melatih para peserta untuk dapat memiliki kepercayaan diri dan teknik-teknik komunikasi, agar mampu mengimbangi pemahaman radikalisme yang tersebar secara terus.

Setelah itu, Saring Sebelum Sharing berlanjut ke gelaran kedua, yang berlangsung di Hall 4 Baroroh Barried Universitas 'Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta, 23 Mei 2019.

Saring Sebelum Saring kali ini merupakan tema dari acara Diskusi Ilmiah Bersama Komunikasi (DIBKOM) yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora (Feishum) Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.



Penyelenggaraan Saring Sebelum Sharing di UNISA Yogyakarta.



Sumber :

[https://blue.kumparan.com/image/upload/fl\\_progressive,fl\\_lossy,fill,q\\_auto:best,w\\_640/v1558670959/astmzywflgfqim3d5dyk.jpg](https://blue.kumparan.com/image/upload/fl_progressive,fl_lossy,fill,q_auto:best,w_640/v1558670959/astmzywflgfqim3d5dyk.jpg)

Pada perhelatan kali ini, pembicara yang hadir adalah Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia, Devie Rahmawati, Dosen Prodi Humas Vokasi UI, Dosen Vokasi Humas UI sekaligus penyiar (TVRI), Reska Herlambang serta praktisi kesehatan, Lim Suriady.

Dalam edisi kali ini, Devie Rahmawati berkata bahwa publik memiliki kecenderungan untuk menyebarkan suatu berita yang dinilai emosional. Hal ini bertujuan agar mereka dapat berbagi apa yang dirasakannya saat membaca berita tersebut.

Kemudian, Amelita Lusia menyatakan bahwa dalam satu hari, satu orang menghabiskan waktu selama 8 jam untuk



berselancar internet, dan 3 jam di antaranya untuk mengakses media sosial.

Padahal, ia berpendapat bahwa media sosial merupakan salah satu tempat yang sering mengandung kabar bohong. Atas hal ini, ia pun mengimbau kepada pemerintah agar memperhatikan masalah ini.

Mengenai durasi berinternet, durasi selama 3 jam tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang kami lakukan pada bulan September silam. Dalam data yang kami dapatkan, sebanyak 681 dari 1372 responden mengalokasikan waktu mereka selama 1 hingga 3 jam untuk menggunakan internet.

Selain itu, pendapat bahwa di dalam media sosial sering ditemui hoaks dapat dibuktikan dengan riset kami pula.

Sebanyak 854 orang dari total responden mengaku sering mendapatkan hoaks di media sosial.

# BAB V

## 5.1 Pemberitaan di Media

Pelaksanaan Saring Sebelum Sharing turut diwartakan oleh beberapa media yang bermitra dengan panitia pelaksana, yakni Detik.com, Kompas.com, Sindonews.com, Suaramerdeka.com, Kumparan.com, Gatra.com, Poskotanews.com

### 1. Detik.com



Sumber :

<https://foto.detik.com/readfoto/2019/05/16/150023/4552089/464/1/pengmas-vokasi-ui- lewat-saring- sebelum-sharing>

## 2. Kompas.com



Sumber :

[https://edukasi.kompas.com/read/2019/05/17/15052681/vokasi-  
ui-saring-sebelum-sharing-untuk-cegah-radikalisme?page=all](https://edukasi.kompas.com/read/2019/05/17/15052681/vokasi-<br/>ui-saring-sebelum-sharing-untuk-cegah-radikalisme?page=all)

### 3. Sindonews.com

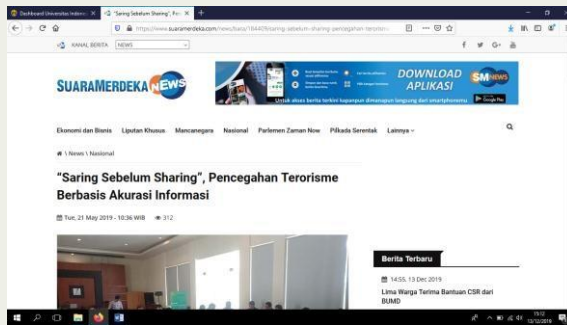


Sumber :

<https://daerah.sindonews.com/read/1405398>

[/174/pengajar-voksi-humas-ui-berikan-pelatihan-anti-hoaks-di-sulteng-1558197039](https://daerah.sindonews.com/read/1405398/174/pengajar-voksi-humas-ui-berikan-pelatihan-anti-hoaks-di-sulteng-1558197039)

#### 4. Suaramerdeka.com



Sumber :

<https://www.suaramerdeka.com/news/baca/184409/saring-sebelum-sharing-pencegahan-terorisme-berbasis-akurasi-informasi>

#### 5. Kumparan.com



Sumber :

<https://kumparan.com/tugujogja/pentingnya-saring-sebelum-sharing-untuk-cegah-penyebaran-hoaks-1r8j9aobYdJ>

## 6. Gatra.com



Sumber :

<https://www.gatra.com/detail/news/419720/politik/ui-ingatan-waspada-maraknya-hoaks-saat-liburan>

## 7. Poskotanews.com



Sumber :

<https://poskotanews.com/2019/12/11/peneli-ti-vokasi-ui-kolaborasi-dengan-mahasiswa-australia-soal-penanggulangan-informasi-hoaks/>



## Diskusi Ilmiah Prodi Komunikasi UNISA

### Gandeng Vokasi UI

08 Mei 2019 11:02



Sumber : Presentasi “Kegiatan Pengabdian Masyarakat  
Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme  
Berkas Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan  
Terorisme Bagi Masyarakat ”



## Pentingnya Saring Sebelum Sharing untuk Cegah Penyebaran Hoaks

Sumber : Presentasi “Kegiatan Pengabdian Masyarakat Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”



Sumber : Presentasi “Kegiatan Pengabdian Masyarakat  
 Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme  
 Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan  
 Terorisme Bagi Masyarakat”

## 5.2 Output & Dokumentasi



Presesntasi hasil penelitian Saring Sebelum Sharing di Universitas Halu Oleo, Palu, Sulawesi Tengah. Sumber : Presentasi "*Kegiatan Pengabdian Masyarakat*

*Vokasi Hubungan Masyarakat "Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat"*



Prosiding hasil penelitian Saring Sebelum Sharing di Seminar Nasional Universitas Halu Oleo, Palu, Sulawesi Tengah. Sumber : Presentasi “*Kegiatan Pengabdian Masyarakat Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”*”

**TANTANGAN SOSIAL PENYEBARAN HOAX OLEH DIGITAL IMMIGRANT  
STUDI KUALITATIF IMPLEMENTASI DIGITAL CITIZENSHIP AND  
ONLINE SAFETY DI LIMA KOTA**

**Devie Rahmawati<sup>1</sup>, Deni Danial Kesa<sup>2</sup>, Pijar Suciati<sup>3</sup>, Amelita Lusia<sup>4</sup>**  
<sup>1,2,3,4</sup>Program Vokasi Universitas Indonesia  
E-mail: [devie@vokasi.ui.ac.id](mailto:devie@vokasi.ui.ac.id)

**ABSTRAK**

Data menunjukkan bahwa sekitar 150 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet, dimana sebanyak 56% adalah pengguna media sosial. Hampir separuh dari pengguna tersebut menerima hoax satu atau lebih dari satu kali per hari. Upaya untuk menangkal serangan hoax diantaranya menggunakan pendekatan digital citizenship and online safety (Romano, 2019) yaitu konsep 5R (Rights, Respect, Responsibility, Reasoning and Resilience). Dalam studi ini ditemukan bahwa para aparatur lokal di daerah belum memiliki pengetahuan yang cukup untuk menerapkan konsep 5R. Kondisi ini yang menjadi salah satu tantangan upaya mengendalikan penyebaran informasi hoax di lima kota yaitu Depok, Palu, Yogyakarta, Riau, Aceh.

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan metode FGD di lima kota terhadap 50 orang aparatur kelurahan dan desa, selama periode Mei hingga October 2019 melalui kegiatan 'Saring sebelum Sharing'. Lemahnya pengetahuan dan ketrampilan para aparatur daerah, yang sebagian besar adalah generasi yang lahir Sebelum era tahun 1980 atau yang dikenal dengan sebutan digital immigrant, tentang konsep dan penerapan 5R, menjadikan posisi mereka tidak berdaya dalam menangkal serbuan misinformasi, disinformasi dan malinformasi yang beredar di saluran komunikasi media sosial yaitu Facebook dan Whats App. Program sosialisasi dan pendampingan literasi media dan digital dalam jangka pendek serta penerapan kurikulum digital dalam jangka panjang, menjadi harapan dari seluruh narasumber dalam upaya menangkal serangan hoax yang berbahaya kekekatan integrasi sosial masyarakat.

**Kata kunci:** Digital immigrant, digital competence, online safety, 5R, social media

**1. INTRODUCTION**

**1.1 Background**

As technology in all folk of life has increased, globally people have become concerned that society are not being taught the skills needed to keep up with the tsunami of information. There is an increasingly large gap between the skills individuals have and the communication skills (digital literacy and digital competence) needed to manage the flow of information. It started from the mismatch of skills between generations. In the perspective of digital consuming, Prensky characterised two types of generation what he called digital immigrants and digital natives (Chaves, et al, (2016); Susa, (2014); Salomon, (2014); Johnson, (2018).

The digital immigrants would be those individuals who didn't born in the internet and google generation (born before 80's) (Susa, (2014)). These immigrants, are those that are seeing the presence of evolutionary technology and engage with it later in their lives, having to match and adapt to the use and capabilities of the new technology (Salomon, (2014)). In a global knowledgebased economy, there is huge demand to prepare a digital competence for the community and society in large as well. The government and education institution have a stake in determining how this preparation should take.

Therefore, making a tight collaboration between education institution, government, labor market and NGO, is essential to better digital competence outcomes. The lack of a such collaboration widens the gap and leads to a shortage of digital competence, that affect a nation's growth and security. The low availability of digital competence individuals cause the lost of money, time and peoples' lives due to prejudices, labelling that leads to violence conflicts. Due to the last local (2017) and presidential elections (2019), they were a proliferation of fake news, hate speech and slander in Indonesia. The political events, had been push not only the candidates, but also the voters to echo the campaign. The grassroots, use many medium to influencing political point of view, sometimes with irresponsible manner by spreading fake news and slanderous contents against certain political figures and their supporters.

Most people link digital competence with generation (Itonita, et al (2014)). Given the distinct differences

Prosiding hasil penelitian Saring Sebelum Sharing di Seminar Nasional Universitas Halu Oleo, Palu, Sulawesi Tengah. Sumber : Presentasi "Kegiatan Pengabdian Masyarakat Vokasi Hubungan Masyarakat "Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat"



Presentasi hasil penelitian Saring Sebelum Sharing di diskusi berskala internasional yang diselenggarakan oleh Queensland University of Technology (QUT) di Tangerang. Dihadiri oleh para mahasiswa Sarjana dan Pascasarjana dari Australia. Sumber : Presentasi “Kegiatan Pengabdian Masyarakat  
*Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”*”



Presentasi hasil penelitian Saring Sebelum Sharing di diskusi berskala nasional yang diselenggarakan oleh Badan Siber dan Sandi Negara di Jakarta. Sumber : Presentasi *“Kegiatan Pengabdian Masyarakat Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”*



Penyampaian materi oleh Dr. Devie Rahmawati, S.Sos, M.Hum. Sumber : Presentasi "*Kegiatan Pengabdian Masyarakat*

*Vokasi Hubungan Masyarakat "Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat"*



Penyelenggaraan Saring Sebelum Sharing di Yogyakarta. . Sumber : Presentasi “Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”



Penyelenggaraan Saring Sebelum Sharing di Yogyakarta. . Sumber : Presentasi “*Kegiatan Pengabdian Masyarakat*”

*Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”*



Penyampaian materi oleh Dr. Devie Rahmawati, S.Sos, M.Hum dalam penyelenggaraan Saring Sebelum Sharing di Bangkinang, Riau. Sumber : Presentasi “Kegiatan Pengabdian Masyarakat Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi Masyarakat”

## Penutup

Pengabdian masyarakat adalah aktivitas yang amat bermanfaat, baik untuk yang melakukannya maupun sasarannya. Kegiatan yang dikenal dengan nama lain *corporate social responsibility* ini dapat dilakukan oleh intitusi pemerintah, perguruan tinggi, serta perusahaan.

Pengabdian Msayarakat dapat dilakukan di pelbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, kesejahteraan, ketenagakerjaan, kewirausahaan, lingkungan dan sebagainya. Beberapa praktik CSR yang telah kami kemukakan dapat menjadi contoh bagi institusi Anda agar terinspirasi dan termotivasi untuk menjalankan program tanggung jawab sosial.

Demikian penutup dari kami. Semoga Anda dapat menjadi pengabdi masyarakat yang mampu memberikan kebaikan bagi lingkungan, bangsa dan negara.

## Daftar Pustaka

- Grubisich, Kelsi. (2017). *The Relationship Between Participation in Community Service and Students Academic Success*. March 24, 2017. Eastern Illinois University, The Graduate School. <https://thekeep.eiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3621&context=theses>
- Stukas, Arthur A., Snyder, Mark., & E. Gil Clary. (2014, March). Volunteerism. *Volunteerism and community involvement: Antecedents, experiences, and consequences for the person and the situation*. 3. November 18, 2019. [https://www.researchgate.net/publication/261562578\\_Volunteerism\\_and\\_community\\_involvement\\_Antecedents\\_experiences\\_and\\_consequences\\_for\\_the\\_person\\_and\\_the\\_situation](https://www.researchgate.net/publication/261562578_Volunteerism_and_community_involvement_Antecedents_experiences_and_consequences_for_the_person_and_the_situation)
- Tan, Allison. (2009, October). Community Development Theory and Practice: *Bridging The Divide between 'Micro' and 'Macro' Levels of Social Work*. November 25, 2019. <https://www.nacsw.org/Publications/Proceedings2009/TanACommunity.pdf>
- Luthfia, Agusniar Rizka. (2013,Agustus). Journal of Rural and Development – Volume IV No. 2 Agustus 2013. *Menilik Urgensi Desa di Era Otonomi Daerah*, 136-137. December 4, 2019. <https://jurnal.uns.ac.id/rural-and-development/article/view/1858>

Aji, Rustam. (2016). Islamic Communication Journal Vol. 1 No. 1, Mei-Oktober 2016. *Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)*, 44. December 4, 2019.

<http://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/view/1245>

1989, Undang Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 1989 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

1990, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 30 Tahun 1990 Tentang Pendidikan Tinggi.

Ditbinlitabmas, 1996, Pedoman Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi, Ditjen Dikti, Jakarta.

Harijono, 1996, Action Research sebagai refleksi kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara ilmiah, LPM Universitas Brawijaya, Malang.

Sukardi dan Harijono, 1995, Diversifikasi industri pengolahan minyak kelapa tradisional dengan pengembangan proses pengolahan kelapa parut kering, Usulan Penelitian Program Vucer, Universitas Brawijaya, Malang.

Slamet, M. (Ed.), 1986, Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi, Edisi ke3, Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Sucipto, Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata, Pelatihan Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Dosen PTN dan PTS seJawa Timur 1921 Nopember 1996, LPM Universitas Brawijaya, Malang.

Sutrisno, C.Imam, 1996, Hakikat dan Prinsip Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi, Pelatihan Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Dosen PTN dan PTS seJawa Timur 1921 Nopember 1996, LPM Universitas Brawijaya, Malang.


1996, Metode Pengabdian dan Teknik Penyusunan Proposal Penerapan IPTEKS dan Program Vucer, Pelatihan Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Dosen PTN dan PTS se Jawa Timur 1921 Nopember 1996, LPM Universitas Brawijaya, Malang.

1996, Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi, Penataran Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat di Lingkungan Universitas Airlangga, LPM UNAIR, Surabaya.

Fachranie, Muhammad Raihan. (2019). *Data Hasil Survey Literasi Digital* [Microsoft PowerPoint].

Samoilenko, Sergei., Shiraev, Eric., Keohanne, Jennifer., & Martijn Icks. (2018). University of Amsterdam Digital Academic Repository. *Character assassination (general)*, 441. Desember 9, 2019.

[https://pure.uva.nl/ws/files/32496761/Character\\_assassination.pdf](https://pure.uva.nl/ws/files/32496761/Character_assassination.pdf)



Stukas, Arthur A., Dunlap, Michelle R. (2002, September). Community Involvement: Theoretical Approaches and Educational Initiatives. *Journal of Social Issues*, 3. December 10, 2019.

[https://www.academia.edu/876510/Community\\_involvement\\_Theoretical\\_approaches\\_and\\_educational\\_initiatives](https://www.academia.edu/876510/Community_involvement_Theoretical_approaches_and_educational_initiatives)

(2018). Vokasi UI: Saring sebelum "Sharing" untuk Cegah Radikalisme. Desember 13, 2019. Kompas.com

<https://edukasi.kompas.com/read/2019/05/17/15052681/vokasi-ui-saring-sebelum-sharing-untuk-cegah-radikalisme?page=all>

(2018). Pengabdian Masyarakat (Pengmas) Vokasi Humas UI “Saring Sebelum Sharing”. Pencegahan Terorisme Berbasis Akurasi Informasi. Desember 13, 2019.

Vokasi.ui.ac.id, <http://vokasi.ui.ac.id/web/pengabdian-masyarakat-pengmas-vokasi-humas-ui-saring-sebelum-sharing-pencegahan-terorisme-berbasis-akurasi-informasi/>

(2019). Pentingnya Saring Sebelum Sharing untuk Cegah Penyebaran Hoaks. Desember 13, 2019. Kumparan.com,

<https://kumparan.com/tugujogja/pentingnya-saring-sebelum-sharing-untuk-cegah-penyebaran-hoaks-1r8j9aobYdJ>

(2019). Maraknya Penyebaran Hoax, Komunikasi UNISA dan Vokasi UI Gelar Diskusi “Saring sebelum Sharing”.

Desember 13, 2019. UMM.ac.id, <http://www.umm.ac.id/id/muhammadiyah/16794.html>

(2019). Peneliti Vokasi UI Kolaborasi dengan Mahasiswa Australia Soal Penanggulangan Informasi Hoaks.

Desember 13, 2019. Poskotanews.com,

<https://poskotanews.com/2019/12/11/peneliti-vokasi-ui-kolaborasi-dengan-mahasiswa>

[australia-soal-penanggulangan-informasi-hoaks/](#)

Lindgreen, Adam., Swaen, Valérie. (2010, January). Corporate Social Responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 2. December 19, 2019. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x>

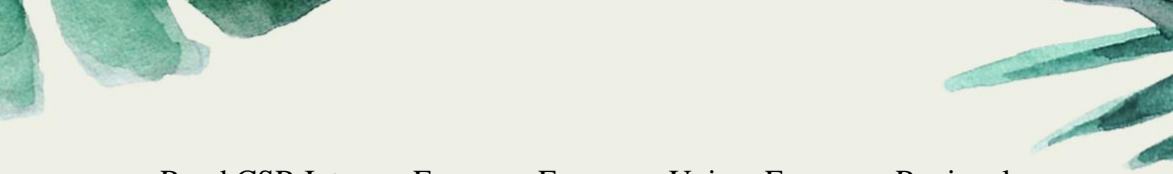
13.2 *Three Theories of Corporate Social Responsibility*. (n.d.). December 20, 2019. [https://saylordotorg.github.io/text\\_the-business-ethics-workshop/s17-02-three-theories-of-corporate-so.html](https://saylordotorg.github.io/text_the-business-ethics-workshop/s17-02-three-theories-of-corporate-so.html)

Dezan Shira & Associates. (2019). *Corporate Social Responsibility in India*. December 20, 2019. <https://www.india-briefing.com/news/corporate-social-responsibility-india-5511.html/>

(2019). “Kegiatan Pengabdian Masyarakat  
Vokasi Hubungan Masyarakat “Pencegahan Terorisme Berbasis  
Akurasi Informasi Melalui Workshop Pencegahan Terorisme Bagi  
Masyarakat” [Microsoft PowerPoint]. Program Studi Hubungan  
Masyarakat, Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia.

Sumitomo Mitsui Financial Group (2016, August). *CSR Report 2016*.  
January 4, 2020. [https://www.smfg.co.jp/english/responsibility/common/pdf/SMFG\\_csr16e\\_all.pdf](https://www.smfg.co.jp/english/responsibility/common/pdf/SMFG_csr16e_all.pdf)

Polyplastics (2019). *CSR Report 2019*. January 4, 20



Road CSR Interreg Europe – European Union, European Regional Development Fund (2017, December). *Consolidated Report on CSR Best Practices identified by ROAD-CSR project*. January 4, 2020.

[https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/tx\\_tevprojects/library/file\\_1523521510.pdf](https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1523521510.pdf)

## **Profil Penulis**



**Akmal Farhansyah Razak**



**Muhammad Raihan Fachranie**



**Vigha Afizah Ramadhani**

## Profil Editor & Pengarah



**Editor : Kepala Program Studi Vokasi Humas**

<http://staff.ui.ac.id/devie.r>



**Pengarah : Ngurah Rangga Wisesa**

<http://vokasi.ui.ac.id/web/rangga-wisesa/>

