

## PENINGKATAN PEMAHAMAN MAHASISWA PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT MELALUI WEBINAR *PUBLIC RELATIONS*

Raja Widya Novchi<sup>1</sup>, Khusnul Hanafi<sup>2</sup>, Jayus<sup>3</sup>, Eka Putra<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia

<sup>2,3,4</sup>Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia

email: rajawidya@umri.ac.id

**Abstrak:** Meningkatnya kasus Covid-19 berdampak pada setiap aspek diantaranya dari segi ekonomi, kesehatan dan sektor lainnya termasuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) organisasi. Masalah yang muncul adalah bagaimana *public relations* atau hubungan masyarakat mampu melaksanakan CSR ditengah pandemi sehingga masyarakat mampu merasakan manfaat positif dari kehadiran organisasi tersebut. Kegiatan PKM berawal dari inisiasi ketua pengabdian yang mengampu mata kuliah Manajemen Isu Krisis dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tujuannya untuk melaksanakan tri darma perguruan tinggi di bidang pengajaran dan pengabdian. Adanya PKM ini mahasiswa tidak hanya mendapatkan teori saja di bangku perkuliahan tetapi juga dapat berinteraksi dengan praktisi PR, meningkatkan pengetahuan tentang PR dan mendapatkan pengalaman langsung mengenai pekerjaan PR di lapangan. Kegiatan PKM dilaksanakan secara daring melalui aplikasi *zoom meeting* pada hari Minggu 19 Desember 2021 dan dihadiri oleh 130 peserta. Metode pelaksanaan berupa ceramah dan diskusi dengan dua orang narasumber dari The National Univesity of Malaysia dan praktisi PR PT.Riau Pulp and Paper. Hasil kegiatan PKM menunjukkan peserta dapat berinteraksi dengan pemateri, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai pekerjaan PR, peserta mengajukan pertanyaan, berdiskusi dan menjawab quis yang diberikan oleh kedua narasumber. Luaran kegiatan pengabdian berupa terbitnya dua artikel berita di media massa online yaitu bingkairiau.com dan riaumag.com

**Kata Kunci:** CSR, Humas, *Public Relations*

**Abstract:** *The increasing cases of Covid-19 have an impact on every aspect including in terms of the economy, health and other sectors including the organization's Corporate Social Responsibility (CSR) program. The problem that arises is how public relations or public relations is able to carry out CSR in the midst of a pandemic so that people are able to feel the positive benefits of the organization's presence. The PKM activity started with the initiation of the head of the service who in charge of Crisis Issue Management and Corporate Social Responsibility (CSR) courses. The goal is to carry out the tri dharma of higher education in the fields of teaching and service. With this PKM, students not only get theory in lectures but can also interact with PR practitioners, increase their knowledge of PR and get direct experience of public relations work in the field. PKM activities were carried out online through the zoom meeting application on Sunday, December 19, 2021, attended by 130 participants. The implementation method is in the form of lectures and discussions with two resource persons from The National University of Malaysia and PR practitioner PT. Riau Pulp and Paper. The results of the PKM activity showed that participants were able to interact with the presenters, gain direct knowledge and experience about PR work, participants asked questions, discussed and answered quizzes given by the two resource persons. The output of service activities is the publication of two news articles in online mass media, namely bingkairiau.com and riaumag.com*

**Keywords:** CSR, *Public Relations*

### Pendahuluan

*Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia dimulai sejak dikeluarkannya Undang-Undang no 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengatur tentang kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan bagi BUMN berupa

penyisihan laba untuk keperluan pembinaan usaha kecil/ koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN (UU No 19, 2003). CSR merupakan isu penting dalam menjamin keberlangsungan dunia usaha saat ini. Dunia usaha tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial di mana perusahaan berada sehingga pelaksanaan CSR menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk mendukung aktivitas bisnisnya (Rusdianto,2013), bukan hanya sekedar pelaksanaan tanggung jawab melainkan menjadi suatu kewajiban bagi dunia usaha (Frynas, 2009). CSR merupakan bentukkepedulian dan hubungan yang terjadi antara organisasi dengan karyawan (*employers*), masyarakat (*community*), pelanggan (*customers*), dan pemasok (*supplier*), pemerintah, investor dan kompetitornya. Bagi organisasi sendiri CSR bukan hanya sekedar tanggung jawab sosial semata melainkan pada citra diri organisasi tersebut. Manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan CSR diantaranya yaitu: 1) terhindar dari citra dan reputasi yang buruk, 2) membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan di mana perusahaan bekerja, 3) merasa dihargai dan dihormati oleh pihak-pihak yang merasakan manfaat CST tersebut 4) Minimnya masalah yang didapat dari lingkungan disekitar organisasi .

Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial (Apriani dkk 2021). Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas CSR menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang (Martim dkk 2017). Konsep CSR mengacu pada kepercayaan umum yang dipegang oleh semakin banyak warga bahwa bisnis modern memiliki tanggung jawab kepada masyarakat yang melampaui kewajiban mereka kepada pemegang saham atau investor di perusahaan (Azheri, 20212). Kewajiban investor, tentu saja, adalah untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham untuk jangka panjang (Larekeng, 2017). Pemangku kepentingan sosial lainnya yang bisnis juga memiliki tanggung jawab terhadapnya biasanya mencakup konsumen, karyawan, masyarakat luas, pemerintah, dan lingkungan alam (Indriya dkk 2020). Konsep CSR berlaku untuk semua ukuran organisasi, tetapi diskusi tentang hal ini cenderung berfokus pada organisasi besar karena mereka cenderung lebih terlihat dan memiliki kekuatan lebih

Berawal dari perkuliahan Manajemen Isu Krisis dan Mata Kuliah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diampu oleh ketua pengabdian Raja Widya Novchi, S.I.Kom.,M.Soc.Sc berinisiasi membuat kegiatan webinar bersama mahasiswa dengan tujuan untuk melaksanakan tri darma perguruan tinggi salah satunya yaitu bidang pengajaran dan

pengabdian. Ketua pengabdi ingin berbagi kepada para peserta terutama di kalangan mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat untuk lebih meningkatkan lagi ilmu tentang *Public Relations* atau hubungan masyarakat. Ketua pengabdi tidak hanya ingin mahasiswa hanya mendapatkan teori saja di bangku perkuliahan akan tetapi pada webinar ini mahasiswa dapat berinteraksi secara virtual dengan praktisi *Public Relations* sehingga mahasiswa mendapatkan pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai bagaimana sesungguhnya praktisi *Public Relations* bekerja di lapangan.

## **Metode**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada saat pandemic covid-19 melanda yaitu pada hari Minggu 19 Desember 2021 pukul 14:00 WIB dan waktu 15:00 waktu Malaysia. Kegiatan dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Sebelum dilakukan kegiatan webinar, tim pengabdian melakukan rapat panitia terkait dengan tema yang dipilih, pemilihan narasumber, aplikasi *meeting online* yang akan digunakan, waktu, target peserta webinar, luaran media massa dan publikasi jurnal pengabdian. Sejalan dengan itu, ketua pegabdian melakukan komunikasi secara luring dengan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi untuk meminta izin dalam melaksanakan pengabdian. Setelah disetujui ketua pengabdi melakukan komunikasi dengan narasumber secara daring dengan mitra pertama Prof Chang Peng Kee DPT, PJM PhD, MBA, BA(Hons), APR, FIPR yang merupakan dosen The National University of Malaysia (UKM) dan pemateri kedua Eny Chairany yang merupakan *Corporate Visit and Media Relations Officer* PT. Riau Andalan Pulp and Paper (PT.RAPP)

Setelah mendapatkan izin dari pihak kampus Universitas Muhammadiyah Riau, setiap panitia yang terlibat dalam kegiatan tersebut mendapat *desk job* masing-masing. Ada yang bertugas membuat *design flyer*, mengurus zoom, mempuat sertifikat, moderator, mengurus pendaftaran peserta dan memantau jalannya webinar dari awal hingga akhir kegiatan. Setiap tahap pemaparan materi diberikan waktu 20 menit untuk setiap pemateri dan di akhir sesi dilakukan sesi tanya jawab, agar terjadi interaksi antara pemateri dengan peserta.

## **Hasil dan Pembahasan**

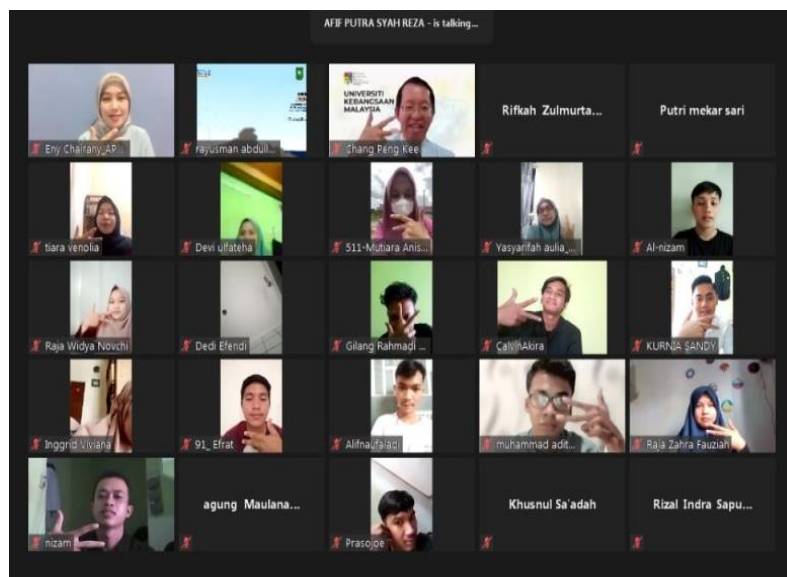
Pemateri Prof Chang menyebutkan bahwa dalam perkembangannya di era yang serba Digital saat ini maka upaya untuk menyalurkan CSR guna membangun citra positif perusahaan dilakukan tidak lagi secara konvensional, melainkan memanfaatkan teknologi Digital serta pemanfaatan media sosial. Kondisi ini menjadikan kemudahan dan keterkaitan langsung dari masyarakat dan pihak perusahaan yang peduli terhadap pemberdayaan masyarakat. Kondisi ini memang telah menjadikan setiap perusahaan semakin adaptif untuk menyesuaikan diri

dengan perkembangan teknologi sesuai kebutuhan penggunaannya guna mendukung kinerja perusahaan.

Para peserta terlihat antusias dan aktif mengikuti sosialisasi. Beberapa di antara mereka menyatakan pendapat dan bertanya. Pada sesi akhir pemateri dari PT.RAPP mengatakan bahwa dasar perusahaan menjalankan bisnis adalah menghasilkan keuntungan maksimum. Oleh sebab itu, kegiatan CSR sudah seharusnya dimaknai sebagai kegiatan investasi yang menghasilkan timbal balik. Tentunya bukan semata-mata timbal balik keuangan, namun timbal balik sosial.



Gambar 1. Flyer kegiatan Webinar



Gambar 2. Foto bersama tim pengabdian, pemateri dan peserta

Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan bahwa mahasiswa dapat berinteraksi secara virtual dengan praktisi *public relations*, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai program CSR di lapangan. Selain itu, peserta sangat antusias mengikuti webinar ini ditunjukkan dengan adanya peserta yang memberikan pertanyaan kepada narasumber, berdiskusi dan menjawab quiz yang diberikan oleh kedua narasumber. Luaran kegiatan pengabdian berupa terbitnya dua artikel berita di media massa yang dapat diakses pada laman : <http://bingkairiau.com/news/detail/5649/csr-di-tengah-pandemi-seminar-online-prodi-hubungan-masyarakat-umri> dan pada laman web: <https://riaumag.com/csr-di-tengah-pandemi-seminar-online-prodi-hubungan-masyarakat-umri/>

## **Kesimpulan**

CSR merupakan bentuk kepedulian dan hubungan yang terjadi antara organisasi dengan karyawan (*employers*), masyarakat (*community*), pelanggan (*customers*), dan pemasok (*supplier*), pemerintah, investor dan kompetitornya. Bagi organisasi sendiri CSR bukan hanya sekedar tanggung jawab sosial semata melainkan pada citra diri organisasi tersebut. Manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan CSR diantaranya yaitu: 1) terhindar dari citra dan reputasi yang buruk, 2) membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan di mana perusahaan bekerja, 3) merasa dihargai dan dihormati oleh pihak-pihak yang merasakan manfaat CSR tersebut 4) Minimnya masalah yang didapat dari lingkungan disekitar organisasi.

## **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih kepada para tim pengabdian yang terlibat dari awal PKM hingga artikel ini terselesaikan dengan baik. Universitas Muhammadiyah Riau selaku pemberi izin hingga terlaksananya PKM ini, The National University of Malaysia dan PT.RAPP yang bersedia menjadi narasumber. Terakhir untuk seluruh peserta yang sudah berpartisipasi mensukseskan kegiatan PKM ini.

## **Referensi**

- Apriani, R., Selvi, E., & Putra, P.S. (2021). Sosialisasi Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM di Karawang. *AL-KHDMAT: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1):16-21
- Azheri, Busyra, (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntari menjadi Mandatory*. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Frynas, JG. (2009). *Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press

- Indriya, A., Aresteria, Maya, S, R. (2020). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Desa Gemawang Kecamatan Jambu. *Edupreneur: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Kewirausahaan*, 3(1), 20-25.
- Larekeng, R.S. (2017). Implementasi Program Corporate Social Responsibility melalui Program BRI Peduli, *Jurnal Online Kinesik*, 4(2):42.
- Martim., Salindig, B.M., Akim, I. (2017). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1):111-132.
- Rusdianto, U.(2013). *CSR Communications: A Framework for PR Pracitioners*. Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Undang no 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang program kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil dan program bina lingkungan