

## **LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

### **PROSES *COMMUNITY DEVELOPMENT* PT PLN INDONESIA *POWER MRICA POWER GENERATION UNIT (PGU)* SEBAGAI BAGIAN DARI PROGRAM CSR**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun untuk memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md.) dalam Bidang Komunikasi dengan spesifikasi Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:  
Maya Tantri Anggraeni  
20015468

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES *COMMUNITY DEVELOPMENT* PT PLN INDONESIA *POWER*  
MRICA *POWER GENERATION UNIT* (PGU) SEBAGAI BAGIAN DARI  
PROGRAM CSR**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini untuk memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md.)  
dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat



Firdha Irmawanti, S.I.P., M.A.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan di depan tim penguji D3 Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 01 Agustus 2023

Jam : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Presentasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

1. Raden Sumantri Raharjo, M.Si.  
(Penguji I)



2. Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A.  
(Penguji II)



3. Firdha Irmawanti, S.I.P., M.A.  
(Pembimbing dan Penguji III)



Mengetahui  
Ketua STIKOM Yogyakarta


Dra. Sudaru Murti, M.Si.

Mengesahkan  
Kaprosdi D3 Hubungan Masyarakat



Firdha Irmawanti, S.I.P., M.A.

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Maya Tantri Anggraeni  
NIM : 20015468  
Judul Laporan : Proses *Community Development* PT PLN Indonesia Power  
Mrica Power Generation Unit Sebagai Bagian Dari Program CSR

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat ini bersifat orisinal, murni karya saya, dan merupakan deskripsi atas latihan kerja profesional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy paste*) karya milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan kegiatan plagiasi dan pelanggaran etika akademik yang secara sah dan dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian secara luas dipublikasikan oleh STIKOM.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 26 Juli 2023



Maya Tantri Anggraeni

## **MOTTO**

*“It’s fine to fake it until you make it, until you do, until it’s true”.*

(Taylor Swift)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT atas segala limpahan serta ridho-Nya yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk menempuh pendidikan di STIKOM Yogyakarta.
2. Keluarga yang selalu mendo'akan.
3. Ibu Firdha Irmawanti, S.I.P., M.A. yang telah membimbing saya selama penulisan laporan akhir dengan sabar.
4. Pasangan saya
5. Teman-teman *Public Relations* angkatan 2020
6. Maya Tantri Anggraeni yang telah bekerja keras dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini.

## KATA PENGANTAR

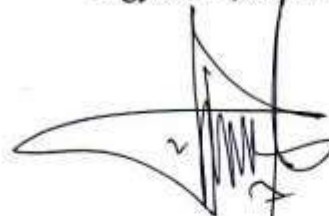
Segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis dapat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada 01 Februari – 31 Maret 2023. Selanjutnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT PLN Indonesia Power Mrica PGU. Kelancaran kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan penulisan ini tentu tidak terlepas dari do'a dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Allah SWT, terimakasih Ya Allah berkat kuasaMu saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Keluarga, terimakasih selalu mendo'akan.
3. Ibu Dra. Sudaru Murti, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
4. Ibu Firdha Irmawanti, S.I.P., M.A. selaku Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta sekaligus sebagai dosen pembimbing. Terimakasih atas motivasi, dukungan, dan bantuan yang diberikan dengan penuh kesabaran dalam membimbing saya sehingga tugas akhir ini dapat saya selesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh dosen dan staff STIKOM Yogyakarta yang sudah membantu selama masa perkuliahan.
6. PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yang telah memberikan saya kesempatan untuk magang dan memperoleh ilmu selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL).

7. Seluruh karyawan, staff, dan mentor PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yang telah membantu, membimbing, dan memberikan berbagai ilmu yang bermanfaat.
8. Pasangan saya, terimakasih untuk segala hal.
9. Reza Nurul Falah, terimakasih untuk dukungannya selama ini.
10. Sahabatku Sukma Karent Nina, terimakasih untuk dukungannya dan menjadi sahabat dari SMA.
11. Teman-teman *Public Relations* angkatan 2020 Sukma, Eka, Fitri, Una, Indra, Alya, Anggi terimakasih untuk segala moment kuliah yang berkesan.
12. Bapak *fotocopy* yang tidak mau disebut namanya, terimakasih telah membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.
13. Seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan PKL ini masih banyak kekurangan baik secara materi maupun teknik penulisan. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Semoga Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan digunakan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 26 Juli 2023



Maya Tantri Anggraeni



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
RINGKASAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....	10
D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan .....	11
E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan .....	12
F. Metode Pengumpulan Data .....	12
<b>BAB II KERANGKA KONSEP</b>	
A. Penegasan Judul .....	16
B. Kerangka Konsep .....	21
1. <i>Public Relations</i> .....	21
a. Definisi <i>Public Relations</i> .....	21
b. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> .....	22
c. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	24
d. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	25
e. Peran <i>Public Relations</i> .....	27
2. <i>Community Development</i> .....	30
a. Definisi <i>Community Development</i> .....	30
b. Ruang Lingkup <i>Community Development</i> .....	32
c. Prinsip <i>Community Development</i> .....	33
d. Tujuan <i>Community Development</i> .....	34
3. Proses <i>Community Development</i> .....	35
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LEMBAGA</b>	
A. Profil PT PLN Indonesia <i>Power Mrica</i> PGU .....	38
B. Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan .....	45
C. Logo dan Makna Logo .....	48

D. Visi PT PLN Indonesia <i>Power</i> .....	50
E. Misi PT PLN Indonesia <i>Power</i> .....	50
F. Nilai-nilai PT PLN Indonesia <i>Power</i> .....	51
G. Kompetensi Inti PT PLN Indonesia <i>Power</i> .....	52
H. <i>Tagline</i> PT PLN Indonesia <i>Power</i> .....	52
I. <i>Core Value</i> .....	53
<b>BAB IV KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	55
1. Aktivitas Kehumasan PT PLN Indonesia <i>Power</i> Mrica PGU .....	55
2. Laporan Kegiatan Harian .....	58
3. Deskripsi Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	66
B. Pembahasan .....	80
1. <i>Engagement</i> .....	81
2. <i>Assesment</i> .....	83
3. <i>Planning and Programming</i> .....	87
4. <i>Action Plan Formulating</i> .....	91
5. <i>Implementation</i> .....	92
6. <i>Evaluation</i> .....	108
7. <i>Termination</i> .....	111
C. Analisis Penulis .....	114
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	119
B. Saran .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	123
LAMPIRAN .....	127

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses <i>Community Development</i> .....	19
Gambar 3.1 Wilayah yang dikelola PT PLN Indonesia <i>Power Mrica</i> PGU ....	45
Gambar 3.2 Struktur organisasi PT PLN Indonesia <i>Power Mrica</i> PGU .....	46
Gambar 3.3 Logo PT Indonesia <i>Power</i> .....	48
Gambar 3.4 <i>Core Value</i> BUMN .....	54
Gambar 4.1 MC Kegiatan penulis saat menjadi MC .....	68
Gambar 4.2 Dokumentasi yang diolah oleh penulis .....	69
Gambar 4.3 Contoh konten <i>Instagram</i> yang dibuat oleh penulis.....	71
Gambar 4.4 Contoh konten berita internal yang dibuat oleh penulis.....	71
Gambar 4.5 Pemberian bantuan jamban program <i>Community Assistance</i> .....	94
Gambar 4.6 Partisipasi Banjarnegara UKM <i>Expo 2023</i> program <i>Community Relations</i> .....	100
Gambar 4.7 Kopi Sengkuyung (Senggani) Desa Pegundungan.....	103
Gambar 4.8 Kunjungan pegiat kopi dari Amerika .....	104
Gambar 4.9 Program Pengembangan Kampung Kopi Konservasi Desa Pegundungan .....	106
Gambar 4.10 <i>Road Map</i> program unggulan perusahaan.....	108
Gambar 4.11 Bagan pelaksanaan <i>Community Development</i> di PT PLN Indonesia <i>Power Mrica</i> PGU .....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar PLTA/PLTM yang dikelola PT PLN Indonesia <i>Power Mrica</i> PGU .....	44
Tabel 4.1 Kegiatan harian Praktik Kerja Lapangan .....	59
Tabel 4.2 Hasil <i>Forum Group Discussion</i> .....	90
Tabel 4.3 Kriteria perusahaan dan program yang dijalankan .....	91
Tabel 4.4 <i>Point</i> pembobotan evaluasi .....	108

## RINGKASAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini membahas tentang Bagaimana Proses *Community Development* di PT PLN Indonesia Power Mrica PGU sebagai bagian dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui aktivitas kehumasan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU melalui proses *Community Development*. Proses *Community Development* PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dilaksanakan melalui beberapa tahapan, diantaranya (1) *engagement*, (2) *assesment*, (3) *planning and programming*, (4) *action plan formulating*, (5) *implementation*, (6) *evaluation*, dan (7) *termination*.

*Community Development* dilaksanakan oleh praktisi *public relations* PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yaitu *Officier Community Development* yang bertujuan untuk memandirikan dan menyejahterakan masyarakat sekitar perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan. *Community Development* dijalankan oleh perusahaan sebagai komitmennya dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bukan hanya untuk perusahaan itu sendiri melainkan untuk masyarakat serta komunitas yang berada di daerah sekitar perusahaan. *Community Development* PT PLN Indonesia Power Mrica PGU menjalankan tiga pilar kegiatan yaitu *Community Assistance* dan *Community Relations* yang merupakan kegiatan insidental perusahaan serta kegiatan *Community Empowerment* yang merupakan kegiatan terprogram perusahaan. Dari kegiatan *Community Empowerment* akan menghasilkan program unggulan perusahaan yang nantinya akan dibuatkan *road map* oleh perusahaan supaya dalam pelaksanaan program dapat dilakukan secara jelas dan terperinci, serta tujuan dari program tersebut dapat tercapai dengan baik. Partisipasi masyarakat disini tentu sangat penting terlebih untuk mengetahui apa saja permasalahan dan kebutuhan masyarakat yang akan perusahaan bina. Sehingga perusahaan akan mencari solusi dalam menangani permasalahan mereka dengan melakukan pendampingan kepada komunitas atau masyarakat terkait.

Kata kunci: *Community Development*, proses *Community Development*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Seiring berjalannya waktu banyak perusahaan yang sadar akan pentingnya membangun hubungan baik dengan komunitas, karena mereka memiliki pengaruh besar terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hubungan baik juga menjadi upaya komunikasi perusahaan dalam mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap positif dari masyarakat terkait keberadaan sebuah perusahaan. Semakin baik hubungan perusahaan dengan masyarakat, maka semakin baik pula reputasi positif perusahaan dari masyarakat. Mereka akan mempresepsikan perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang terbuka dan komunikatif. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berlomba-lomba dalam menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar. Jika komunikasi perusahaan dengan masyarakat tidak baik, maka akan menimbulkan kesalahpahaman dan konflik. Terlebih pada perusahaan yang kurang peka terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan yang bersifat tertutup dan antisosial akan menimbulkan isu negatif dari publik, sementara perusahaan yang peka terhadap lingkungan sekitar akan lebih siap dalam menghadapi

tuntutan dan isu publik. Maka, dibutuhkan adanya rasa kepekaan dari perusahaan terhadap perubahan yang pesat dan dinamis di lingkungan tempatnya beroperasi. Masyarakat menganggap perusahaan yang beroperasi di wilayah mereka akan mengeksploitasi sumber daya alam, merusak lingkungan, dan hanya mementingkan keuntungan perusahaan itu saja. Oleh karena itu, peran praktisi PR di sini sangat dibutuhkan mengingat fungsi PR adalah membangun serta mempertahankan reputasi perusahaan.

Sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan masyarakat, *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi agenda penting bagi perusahaan. CSR mengacu pada pengelolaan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial, dan kualitas hidup masyarakat. Perusahaan berperan dalam mendorong perekonomian yang sehat dengan memperhatikan faktor lingkungan. Perusahaan tidak hanya mengutamakan tujuan untuk membangun serta mempertahankan reputasi dan mencapai laba setinggi-tingginya tetapi juga mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Panduan Pengelolaan Program *Community Development* (2017), CSR merupakan kegiatan yang dilaksanakan perusahaan sesuai dengan kemampuannya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Sebuah perusahaan tidak dapat hidup, berfungsi, bertahan, dan

memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab finansial dan hukum kepada pemegang saham saja tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Dengan demikian CSR harus menunjukkan kepeduliannya terhadap kepentingan pihak lain dibanding kepentingan perusahaan itu sendiri.

Pelaksanaan CSR terkandung dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dimana pasal 74 ayat 1 menyatakan bahwa perseroan yang melakukan kegiatan usaha di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas diterbitkan untuk melaksanakan amanat pasal 74 UU No. 40/2007. Oleh karena itu, CSR menjadi komitmen perseroan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bukan hanya untuk perusahaan itu sendiri melainkan untuk masyarakat serta komunitas yang berada di daerah sekitar perusahaan.

Saat ini CSR tidak hanya menjadi tuntutan saja melainkan sebuah kebutuhan dalam pengembangan perusahaan. Dengan demikian, CSR harus



direncanakan dan dilaksanakan dengan baik sehingga menjadi investasi sosial jangka panjang yang bermanfaat sebagai strategi bisnis dan sosial. CSR yang berfungsi dengan baik dapat menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

Seiring berjalannya waktu perusahaan memiliki peluang untuk menyusun strategi dalam pelaksanaan program CSR sesuai dengan kondisi objektif internal dan eksternal perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan pedoman (*guidance*) ISO (*International Organization for Standardization*) 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility* atau panduan tanggung jawab sosial berstandar internasional yang mendorong implementasi CSR menjadi lebih baik. Terdapat tujuh subjek inti yang terdapat dalam ISO 26000, diantaranya: tata kelola organisasi (*organizational governance*) atau sistem dimana keputusan perusahaan dibuat dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan, hak asasi manusia (*human rights*) sebagai manusia semua orang berhak mendapat hak dasar berupa hak sipil, politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Selanjutnya praktik ketenagakerjaan (*labour practices*) atau bentuk kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pekerjaan dilakukan atas nama perusahaan, lingkungan (*the environment*) dampak dari aktivitas dan keputusan perusahaan terhadap lingkungan, prosedur operasi yang wajar (*fair operating procedures*)

atau perilaku etis perusahaan dengan organisasi maupun individu lain, isu konsumen (*consumer issues*) atau kewajiban perusahaan dalam menyediakan barang atau jasa kepada konsumen dan pelanggannya, dan yang terakhir pelibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*) atau hubungan perusahaan dengan masyarakat di wilayah operasinya. Jika dilihat dari standar ISO 26000, sebuah perusahaan tidak dapat menghindari tanggung jawab sosialnya dan harus memperhatikan prinsip-prinsip akuntabilitas, transparansi, perilaku etis, kepentingan pemegang kepentingan, aturan hukum, standar dan perilaku internasional, serta menghormati hak asasi manusia.

Menurut Lattimore (2010:221),

*Every community has a vital stake in the economic health and prosperity of its institution. Every organization has a vital stake in the health and property of the community it inhabits.*

Maksudnya, setiap komunitas memiliki kepentingan vital dalam kesehatan ekonomi dan kemakmuran lembaganya. Setiap organisasi memiliki kepentingan vital dalam kesehatan dan kemakmuran masyarakat yang didiami. Maka, pelibatan masyarakat merupakan hal penting dalam menjalankan program CSR di perusahaan karena kedua belah pihak menyadari dan memahami akan adanya hubungan saling ketergantungan (*mutual dependence*). Hubungan saling ketergantungan berarti perusahaan membutuhkan masyarakat

untuk menunjang keberadaannya, begitu juga masyarakat yang membutuhkan perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan perekonomian mereka. Dengan adanya keterlibatan masyarakat, maka dapat menciptakan hubungan timbal balik yang berkelanjutan dan saling menguntungkan. Dari situ bukan hanya tercipta saling ketergantungan saja tetapi juga terciptanya saling pengertian (*mutual understanding*) dan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Pelibatan masyarakat ini memiliki tujuan untuk membangun pemahaman, penerimaan, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akan dijadikan sasaran dari program CSR.

CSR berkaitan dengan berkelanjutan dimana program tersebut memiliki tanggung jawab ganda kepada semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan. Namun, dalam pelaksanaannya sering terjadi ketidakharmonisan sehingga memunculkan konflik seperti kesalahpahaman mengenai informasi kegiatan perusahaan dari masyarakat. Akibatnya perusahaan tidak dapat menjalankan aktivitasnya dengan sempurna karena konflik yang terjadi. Sehingga praktisi *Public Relations* (PR) perusahaan mereduksi konflik dengan masyarakat sekitar perusahaan melalui pendekatan *Community Development* atau pengembangan masyarakat. *Community Development* merupakan bagian dari

program *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan.

*Community Development* merupakan kegiatan pengembangan masyarakat lokal untuk mencapai kemandirian sehingga tercipta kondisi sosial ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik yang dilakukan oleh industri dan pemerintah daerah (Gunawan, 2005). Artinya, dengan adanya *Community Development* perusahaan berharap masyarakat yang tinggal di wilayah mereka akan menjadi masyarakat yang mandiri dengan kualitas hidup dan kesejahteraan yang lebih baik dibanding sebelumnya. Perusahaan akan membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan mereka dengan cara melakukan pendampingan kepada komunitas yang berada di sekitar perusahaan. *Community Development* dinilai menjadi sarana perusahaan dalam menjalin hubungan baik sekaligus mengurangi konflik sosial yang akan timbul. Kegiatan ini digunakan sebagai media perusahaan dalam komitmen masyarakat untuk hidup berdampingan dengan perusahaan di wilayah operasi. Komunitas (*stakeholder*) di sini diharapkan dapat memberikan dukungan untuk eksistensi perusahaan supaya tidak terjadi kerugian material dari program *Community Development* perusahaan.

Penerapan konsep *Community Development* menekankan pada pengembangan sosial dan peningkatan kapasitas masyarakat untuk menggali peluang demi kemajuan dan pengembangan masyarakat lokal. Hal tersebut dapat menciptakan ruang sosial ekonomi masyarakat, mendapatkan tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, serta menciptakan citra perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, rasa percaya dari masyarakat akan meningkat sehingga masyarakat akan mempersepsikan keberadaan perusahaan di wilayahnya bermanfaat dan menguntungkan bagi mereka. Pelaksanaan *Community Development* meliputi tiga aspek yaitu *Community Service* (pelayanan masyarakat) atau pelayanan perusahaan dalam memenuhi kepentingan masyarakat ataupun publik, *Community Relations* (pembinaan hubungan) atau kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan pemahaman melalui komunikasi dan informasi dengan pihak-pihak terkait, dan *Community Empowerment* (pemberdayaan masyarakat) atau program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih besar untuk mendukung kemandirian masyarakat (Budimanta, 2003: 43).

PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU merupakan anak perusahaan PT PLN (Persero) bergerak di bidang kelistrikan yang menjalankan program *Community Development* karena memiliki keprihatinan terhadap lingkungan

sekitar Bendungan PLTA Panglima Besar Soedirman (PB. Soedirman) yaitu Daerah Aliran Sungai (DAS) Serayu dan para pelaku UMKM di sekitar wilayah perusahaan. Keprihatinan tersebut muncul karena permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM sekitar perusahaan yaitu mengalami kendala pada permodalan maupun pemasaran produk mereka serta permasalahan pada Bendungan PB. Soedirman yaitu tumbuhnya gulma eceng gondok di Waduk Mrica yang mengakibatkan tersumbatnya aliran air di ke Sungai Serayu sehingga *volume* air di Waduk Mrica meluap hingga ke pemukiman warga sekitar waduk. Bukan hanya itu, DAS Serayu juga memiliki permasalahan lain yaitu tercemarnya lingkungan sekitar karena terjadinya erosi tanah dari daerah atas (hulu) yang mengalir ke hilir sehingga mengakibatkan sedimentasi di Waduk Mrica. Oleh karena itu, PT PLN Indonesia *Power* Mrica PGU menjalankan *Community Development* melalui tiga pilar kegiatan yaitu *Community Assistance* (pelayanan masyarakat), *Community Relations* (pembinaan hubungan), dan *Community Empowerment* (pemberdayaan masyarakat) yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan sekitar perusahaan, memandirikan maupun mengembangkan masyarakat sekitar perusahaan secara berkelanjutan, menjalin hubungan baik, serta membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan. Dari kegiatan *Community Empowerment*

akan menghasilkan program unggulan yang akan didampingi selama 5 tahun dan dibuatkan *road map* sehingga menjadi fokus pelaksanaan *Community Development* perusahaan. Selanjutnya tulisan ini dibuat oleh penulis untuk mengetahui bagaimana proses *Community Development* di PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU sebagai bagian dari program CSR dijalankan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana proses *Community Development* di PT PLN Indonesia *Power Mrica* *Power Generation Unit* (PGU) sebagai bagian dari program CSR?”

## **C. TUJUAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan yaitu:

- a. Menjalankan kewajiban sebagai mahasiswa tingkat akhir untuk memenuhi persyaratan kelulusan.
- b. Mengimplementasikan secara langsung ilmu yang telah didapat selama mengikuti pembelajaran dari semester 1 hingga semester 5.
- c. Mengamati secara langsung bagaimana fungsi humas yang dilaksanakan oleh PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU dalam menjalankan program *Community Development*.

- d. Mengetahui bagaimana proses *Community Development* di PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU sebagai bagian dari program CSR.

## **D. MANFAAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

### **1. Manfaat Akademis**

- a. Memberikan suatu karya tulisan baru yang bisa mendukung pengembangan masyarakat (*community development*).
- b. Menambah pengetahuan dan pemahaman penulis dengan menerapkan ilmu yang didapat selama praktik kerja lapangan.
- c. Dapat dijadikan referensi atau sumber bagi penulis selanjutnya dengan menggunakan konsep dasar yang sama.
- d. Melatih *softskill* dan *hardskill* yang dimiliki oleh mahasiswa.
- e. Melatih mental dan rasa percaya diri yang dimiliki oleh mahasiswa serta kemampuan beradaptasi dengan lingkungan dan budaya organisasi di suatu lingkungan kerja.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Memperoleh gambaran secara umum tentang bagaimana aktivitas, peran, fungsi, serta program yang dijalankan oleh PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU di bidang Keamanan dan Humas.
- b. Mengetahui bagaimana proses pengelolaan *Community Development* yang dilaksanakan oleh PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU mulai dari tahap awal hingga akhir.



## **E. TEMPAT DAN WAKTU PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

### a. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Nama Perusahaan : PT PLN Indonesia *Power Mrica Power Generation*

Unit (PGU)

Alamat : Jl. Raya Banyumas - Banjarnegara No.KM 8  
Bawang Kec. Bawang, Kab, Banjarnegara, Jawa,  
Tengah 53471

Telepon : 0286 - 597 081 - 083

*Faximile* : 0286 - 597044, 597100

*Website* : [www.indonesiapower.co.id](http://www.indonesiapower.co.id)

*Instagram* : @plnindonesiapower.mrcpgu

### b. Waktu Pelaksanaan

Tanggal : 01 Februari – 31 Maret 2023

Hari : Senin - Jum'at

Pukul : 07.00 – 16.00 WIB

## **F. METODE PENGUMPULAN DATA**

Metode penulisan ini dilakukan berdasarkan temuan yang ada di lapangan oleh penulis. Objek dalam penulisan ini adalah PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi (partisipasif atau langsung), wawancara, sumber-sumber tertulis (studi kepustakaan), dan dokumentasi. Berikut metode yang digunakan oleh

penulis dalam menyusun Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT PLN Indonesia *Power Mrica Power Generation Unit*:

1. Data Primer

a. Observasi

Menurut Arikunto (2006) observasi merupakan kegiatan mengumpulkan keterangan atau informasi yang harus dilakukan secara langsung dari tempat yang akan diteliti. Penulis melakukan observasi secara langsung yang dilaksanakan selama 2 bulan dari tanggal 1 Februari - 31 Maret 2023.

b. Wawancara

Menurut Koentjaraningrat (1997), wawancara adalah metode yang digunakan untuk menjalankan tugas tertentu, dengan cara mendapatkan informasi dari responden secara lisan dan berkomunikasi secara tatap muka. Wawancara dilakukan secara lisan untuk mengumpulkan data dan informasi oleh *interview* dengan responden. Dalam proses penyusunan laporan praktik kerja lapangan, penulis melakukan wawancara dengan beberapa narasumber, sebagai berikut:

- 1) Bapak Amin Ikhsan selaku *Assistant Manager* Keamanan dan Humas di PT PLN Indonesia *Power Mrica PGU*.

- 2) Bapak Chondro Budiarto selaku *Officer Community Development* di PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU.
- 3) Ibu Matahun Triastuti selaku *Junior Officer* Humas dan Protokoler di PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU.

## 2. Data Sekunder

### a. Studi Pustaka

Menurut Nazir (2013:93) studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan penelaahan buku, literatur, catatan dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Artinya, studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan referensi yang relevan dengan cara mempelajari berbagai hal yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Penulis menggunakan metode studi pustaka sebagai penyusunan laporan praktik kerja lapangan untuk menambah data yang lebih lengkap dan ilmiah. Penulis menggunakan sumber kepustakaan berupa jurnal dan skripsi.

### b. Dokumentasi

Menurut Narimawati, Anggadini, dan Ismawati (2010) dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca dokumen dokumen yang terdapat di perusahaan.

Sedangkan menurut Sugiono (2017:329) dokumentasi adalah rekaman peristiwa berupa beberapa tulisan, gambar, atau karya sejarah. Bentuk dokumentasi yang digunakan oleh penulis adalah gambar atau foto baik dari PT PLN Indonesia Power Mrica PGU maupun dokumentasi pribadi penulis selama melaksanakan program praktik kerja lapangan.

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **A. PENEGASAN JUDUL**

*Public relations* merupakan lembaga yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara pemahaman tentang perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*), kelompok maupun individu. PR memiliki peran yang sangat penting dan kompleks bagi sebuah perusahaan dalam menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan komunitasnya, membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan, serta menjadi komunikator yang baik bagi publik internal maupun eksternal perusahaan. Salah satu program yang dijalankan oleh PR sesuai peran tersebut adalah dengan cara pendekatan melalui pengembangan masyarakat (*community development*) untuk memberdayakan masyarakat dalam mencapai kemandirian sehingga tercipta kualitas dan kesejahteraan hidup yang lebih baik dibanding sebelumnya. *Community Development* merupakan bagian dari program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) khususnya yang berada di wilayah perusahaan beroperasi. Sehubungan dengan judul yang dipilih oleh penulis yaitu **“Proses *Community Development* PT PLN Indonesia Power Mrica Power Generation Unit (PGU) Sebagai**

**Bagian Dari Program CSR”** yang merupakan hasil dari kegiatan praktik kerja lapangan penulis akan menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi dan mendukung penulisan laporan. Fokus penegasan judul yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. *Community development* (pengembangan masyarakat) memiliki tujuan untuk memberdayakan masyarakat yang dilakukan melalui usaha-usaha yang terorganisir untuk memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat, serta meningkatkan kemampuan masyarakat melalui integritas dan kemandirian sehingga lebih bernuansa pembangunan berkelanjutan (Dunham, 1960:33-35). *Community development* merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR untuk masyarakat sekitar perusahaan. Penerapan konsep ini merupakan tugas dari praktisi PR yang harus direncanakan dan dilaksanakan dengan baik sehingga menjadi investasi sosial jangka panjang yang bermanfaat sebagai strategi bisnis dan sosial perusahaan. Serangkaian proses *Community Development* dilaksanakan untuk pendampingan masyarakat target sasaran agar lebih mandiri dan sejahtera.

## 2. Proses *Community Development*

Proses *Community Development* menurut Adi (dalam Rinaldy, dkk., 2017) yang meliputi 7 tahapan antara lain:

- 1) *Engagement* merupakan tahap persiapan awal baik persiapan petugas maupun persiapan lapangan.
- 2) *Assesment* atau pengkajian merupakan tahap mengidentifikasi berbagai masalah, kebutuhan, serta potensi masyarakat.
- 3) *Planning and Programming* atau perencanaan program merupakan tahap perencanaan terkait program kegiatan apa yang tepat dilaksanakan sesuai kebutuhan masyarakat yang akan dikembangkan sekaligus menentukan strategi, metode, dan tolok ukur keberhasilan program.
- 4) *Action plan formulating* atau formulasi rencana aksi merupakan proses lanjutan dari *planning and programming* yaitu penentuan skala prioritas program yang akan dijalankan.
- 5) *Implementation* atau pelaksanaan program sesuai rencana yang telah direncanakan sebelumnya.
- 6) *Evaluation* atau evaluasi merupakan tahap pemantauan dan penilaian program yang sedang dan telah dilaksanakan.

7) *Termination* atau terminasi merupakan tahap terakhir yaitu pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran karena program anggaran telah selesai dan melewati batas waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Berikut tahapan proses *Community Development* yang digambarkan dalam bentuk bagan:



Gambar 2.1. Tahapan Proses *Community Development*

Sumber: Diolah oleh penulis

PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU menjalankan program *Community Development* melalui 3 pilar kegiatan yaitu *Community Assistance*, *Community Relations*, dan *Community Empowerment*. *Community Empowerment* merupakan kegiatan yang menghasilkan



program unggulan sehingga menjadi fokus pelaksanaan program *Community Development* di PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memandirikan maupun mengembangkan masyarakat sekitar perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*).

## B. KERANGKA KONSEP

### 1. *Public Relations*

#### a. Pengertian *Public Relations*

Menurut D.P. Kusanti & Leliana (2018), *Public Relations* merupakan teknik yang berkelanjutan dari upaya pengelolaan agar mendapatkan tanggapan positif dan definisi dari pelanggan, pegawai, dan *public* yang lebih luas, program yang membantu suatu organisasi untuk saling memahami lingkungan. Sementara J.C Seidel dalam (Kussanti & Leliana, 2018) mengatakan bahwa *public relations* adalah proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (itikad baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas. Menurut Frank Jefkinks dalam (Maryam & Priliantini, 2018) *Public Relations* merupakan sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan spesifik yang dilandaskan pada saling pengertian.

Berdasarkan pemaparan pengertian *public relations* di atas, dapat disimpulkan bahwa *public relations* sangat penting untuk membangun serta mempertahankan reputasi perusahaan, menciptakan

itikad baik dari publik, dan menciptakan hubungan saling pengertian (*mutual understanding*) untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pengelolaan komunikasi maupun hubungan timbal balik yang baik antara perusahaan dengan publiknya.

**b. Ruang Lingkup *Public Relations***

Dozier & Broom (dalam Ruslan, 2016) mengemukakan ruang lingkup *public relations* di sebuah perusahaan sebagai berikut:

1) Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Publik internal merupakan publik yang menjadi bagian dari perusahaan itu sendiri. Seorang praktisi PR harus mengetahui isu-isu apa saja yang menimbulkan citra negatif di masyarakat sebelum perusahaan melaksanakan kebijakan.

2) Membina hubungan ke luar (publik eksternal)

Publik eksternal mengacu pada masyarakat umum. Praktisi PR harus menciptakan sikap positif dari publik eksternal terhadap perusahaan yang mereka naungi.

Cutlip, dkk (dalam Maudi, 2018) mengemukakan ruang lingkup *public relations* yang terbagi menjadi enam bagian antara lain:

- 1) Publisitas merupakan kegiatan di mana informasi tentang perusahaan maupun organisasi disajikan kepada media massa.
- 2) Pemasaran adalah kegiatan menarik perhatian pelanggan dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan ekonomi perusahaan.
- 3) *Public affairs*, seorang praktisi PR wajib menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah maupun komunitas lokal yang dapat mendorong kebijakan publik.
- 4) Manajemen isu merupakan upaya perusahaan untuk melihat opini publik yang muncul di masyarakat sebagai upaya perusahaan maupun organisasi dalam memberikan jawaban tanggapan yang terbaik sehingga memberikan reaksi yang positif.
- 5) Lobi, praktisi PR harus mempertahankan hubungan baik dengan instansi lain untuk mendorong kebijakan maupun perundang-undangan.

6) Hubungan investor, PR harus menciptakan dan memelihara hubungan saling menguntungkan dengan pemegang saham dan pihak lain atau masyarakat untuk memaksimalkan nilai pasar.

**c. Tujuan *Public Relations***

Pada umumnya tujuan *public relations* adalah membangun hubungan baik dengan masyarakat untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap positif dari seluruh *stakeholder* baik internal maupun eksternal perusahaan sehingga mampu membangun serta mempertahankan reputasi positif perusahaan.

Menurut Kriyantono (2008: 6 dan 7) tujuan *public relations* adalah sesuatu yang ingin dicapai, dituju, dan diraih serta berupaya dalam menciptakan hubungan saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya.

Dimock Marshall (dalam Hairunnisa, 2015: 28) menyatakan bahwa tujuan seorang *public relations* pada dasarnya untuk membentuk dan menjaga hubungan baik serta harmonis di mata publiknya. Secara universal Hairunnisa juga menyebutkan tujuan PR, yaitu untuk menciptakan citra baik, memelihara citra baik,

meningkatkan citra baik, memperbaiki citra jika citra perusahaan maupun organisasi menurun atau rusak

Berdasarkan paparan tujuan *public relations* menurut para ahli, *public relations* memiliki tujuan (*goals*) yang ingin dicapai demi kepentingan perusahaan. Praktisi PR harus membangun serta mempertahankan reputasi positif perusahaan dari seluruh *stakeholder* baik internal maupun eksternal dengan cara menjalankan program-program demi kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Semakin baik program tersebut, semakin baik pula reputasi perusahaan di mata masyarakat. Jika sebuah perusahaan mengalami krisis yang mengakibatkan menurunnya reputasi perusahaan, maka praktisi PR harus berupaya memperbaiki reputasi tersebut.

**d. Fungsi *Public Relations***

Menurut Dewi Winarni (2019), tugas dan fungsi utama seorang *public relations* tidak terlepas dari bidang informasi dan komunikasi mengenai kegiatan perusahaan yang diwakilinya, untuk disampaikan kepada komunikan (publik) sebagai sasaran atau targetnya.

Kriyantono (2021:12) menyebutkan fungsi PR secara garis besar

diantaranya:

- 1) Mendorong komunikasi yang serasi antara perusahaan dengan publiknya.
- 2) Memberikan pelayanan publik dengan baik.
- 3) Membina perilaku dan integritas perusahaan dengan baik.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi *public relations* adalah sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publik, menyampaikan informasi mengenai perusahaan kepada publik, dan memberikan pelayanan terbaik kepada publik mereka. Dengan begitu diharapkan akan menciptakan komunikasi dan hubungan baik antara perusahaan dengan publik sebuah perusahaan maupun organisasi.

Bettrand R. Canfield (1964: 6) juga memaparkan fungsi PR sebagai berikut:

- 1) Mengabdikan kepada kepentingan umum

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika segala kegiatannya diselenggarakan untuk kepentingan umum. Oleh karena itu, praktisi PR perlu menjalin hubungan baik dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan.

2) Memelihara komunikasi yang baik

Seorang praktisi PR berhasil dalam manajemennya jika dia mampu bergaul dengan karyawannya. Praktisi PR harus terlibat dalam komunikasi yang tidak hanya terjalin dalam hubungan profesional saja melainkan di luar tugas profesionalnya. Seperti mengadakan pertandingan olahraga atau kegiatan pentas. Dari kegiatan yang diselenggarakan diharapkan akan terjalin hubungan yang lebih harmonis antara praktisi PR dengan para karyawan ataupun pihak internal perusahaan yang terlibat.

3) Menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik

Pemimpin yang baik menitik beratkan pada moralitas dalam perilakunya, berwibawa, dan menjadi teladan bagi bawahannya.

**e. Peran *Public Relations***

*Public relations* memiliki peran dalam perusahaan maupun organisasi sebagaimana yang dijelaskan oleh Dozier dan Broom (dalam Bairizki, 2021), sebagai berikut:

1) Penasihat Ahli (*expert prescriber*)

*Public relations* dipercaya oleh manajemen untuk memberikan nasihat dan saran kepada perusahaan yang dinaungi untuk



memecahkan dan mengatasi masalah yang ada. Praktisi PR yang bekerja sebagai konsultan ahli harus memiliki pengetahuan dan mencari solusi bersama dengan publik dalam pemecahan masalah yang ada.

2) Fasilitator Komunikasi (*communication facilitator*)

Peran praktisi PR adalah bertindak sebagai komunikator untuk memfasilitasi atau membantu manajemen dalam mendengarkan apa yang menjadi keinginan publik. PR juga harus mampu memperjelas apa yang diharapkan perusahaan dari publik mereka sehingga diharapkan dapat menciptakan hubungan saling pengertian dan saling mendukung antar kedua belah pihak. Di sini PR harus mampu mengetahui dinamika kebutuhan perusahaan maupun publik yang berkaitan dengan perusahaan sehingga dapat tercipta hubungan timbal balik antara keduanya.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*problem solving process facilitator*)

Peran praktisi PR dalam pemecahan masalah merupakan bagian dari tim manajemen yang bertujuan untuk membantu pimpinan perusahaan baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga

pengambilan keputusan dalam menghadapi permasalahan atau krisis yang dialami perusahaan. Dalam upaya pemecahan masalah atau krisis yang terjadi, biasanya akan dibentuk sebuah tim yang melibatkan departemen perusahaan supaya krisis atau permasalahan tersebut segera tertangani.

#### 4) Teknisi Komunikasi (*communication technician*)

Berbeda dengan ketiga peranan di atas yang berkaitan dengan manajemen perusahaan, peran praktisi PR sebagai teknisi komunikasi yaitu sebagai jurnalis yang hanya menyediakan layanan teknisi komunikasi (*method of communication in organization*) salah satunya membuat *press release*.

Ruslan (2013: 10) mengemukakan empat peran utama *public relations* diantaranya:

- 1) Berperan sebagai *communicator* atau penghubung antara perusahaan yang dinaungi dengan masyarakat di mana proses komunikasi terjadi dua arah (timbang balik).
- 2) Menjalin dan menciptakan *relationship* atau menjalin hubungan baik dan saling menguntungkan dengan masyarakat (*feedback*).

- 3) Memiliki peran *back up management*, yaitu *public relations* memiliki peran sebagai penggerak fungsi administrasi suatu perusahaan maupun organisasi.
- 4) Menciptakan *corporate image* yang berarti *public relations* memiliki peran menciptakan citra positif perusahaan yang berada di bawah naungannya.

## **2. *Community Development***

### **a. *Pengertian Community Development***

*Community development* dapat diartikan sebagai kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang lebih baik dibandingkan dengan kegiatan pembangunan pada masa sebelumnya, memberikan kesempatan kerja dan usaha kepada masyarakat setempat, serta membantu pemerintah dalam mengatasi kemiskinan dengan mengembangkan ekonomi regional (Budimanta, 2003: 40 & 43). Artinya dengan adanya program *community development* diharapkan masyarakat yang tinggal di daerah perusahaan akan menjadi masyarakat mandiri dan sejahtera dibandingkan dengan kehidupan sebelumnya. Prof.

Drs. Isbandi Rukminto Adi, M.Kes., Ph.D dalam webinar “*The Fault in Our Community Development*” (2020)

<https://www.caritra.org/2020/12/04/webinar-the-fault-in-our-community-development/> memaparkan mengenai *Community Development* dari segi pendidikan atau teoritis yaitu *Community Development* adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup seluruh masyarakat melalui partisipasi aktif masyarakat agar mereka memiliki kekuatan (*power*) melalui kelompok masyarakat.

Perusahaan akan melakukan pendampingan dan membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan mereka. Melalui *Community Development*, perusahaan berharap hubungan baik antar perusahaan dengan masyarakat akan terjalin dengan baik pula. Sehingga masyarakat yang tinggal di daerah perusahaan akan mempersepsikan bahwa keberadaan perusahaan di wilayahnya bermanfaat dan menguntungkan bagi mereka serta masyarakat dapat mendukung eksistensi perusahaan. Untuk mencapai tujuan *Community Development* perusahaan harus memberikan pelatihan-pelatihan serta motivasi agar masyarakat memiliki kesadaran dan tanggung jawab atas pengembangan yang telah diberikan perusahaan kepada mereka dalam meningkatkan

kualitas hidup masyarakat dengan sumber daya alam maupun keahlian yang mereka miliki.

**b. Ruang Lingkup *Community Development***

Menurut Budimanta (2003: 43) dalam pelaksanaan *Community Development* memiliki ruang lingkup, di antaranya:

- 1) *Community Service* (pelayanan masyarakat) merupakan pelayanan perusahaan dalam memenuhi kepentingan masyarakat ataupun publik seperti pembangunan fasilitas umum dan mengembangkan kualitas keagamaan.
- 2) *Community Relations* (pembinaan hubungan) merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan pemahaman melalui komunikasi dan informasi dengan pihak-pihak terkait
- 3) *Community Empowerment* (pemberdayaan masyarakat) atau program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih besar untuk mendukung kemandirian masyarakat.

### c. Prinsip *Community Development*

Berikut prinsip-prinsip *Community Development* menurut Tantan Hermansyah (2013):

- 1) Partisipasi, masyarakat terlibat secara aktif dalam setiap keputusan pembangunan dan melaksanakan pembangunan secara bersama-sama.
- 2) Kesetaraan dan keadilan gender, baik laki-laki maupun perempuan memiliki kesetaraan di semua tahap pembangunan dan dalam menikmati manfaat dari setiap kegiatan mereka secara adil.
- 3) Demokratis, setiap keputusan pembangunan diambil dengan refleksi dan konsensus serta tetap berorientasi pada kepentingan masyarakat.
- 4) Transparansi dan akuntabilitas, berarti masyarakat harus memiliki akses yang cukup terhadap semua informasi dan proses pengambilan keputusan sehingga operasionalnya transparan, dikelola dengan tanggung jawab secara moral, teknis, legal, dan administratif.
- 5) Pembangunan berkelanjutan yang berarti setiap keputusan harus mempertimbangkan manfaat peningkatan kesejahteraan masyarakat tidak hanya saat ini tetapi juga di masa depan dan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

#### **d. Tujuan *Community Development***

Menurut Budimanta (2003: 43) *Community Development* memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Mendukung upaya pemerintah provinsi dalam kegiatan yang ditujukan kepada masyarakat tingkat desa di kawasan perusahaan untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya.
- 2) Memberikan kesempatan kerja dan usaha kepada masyarakat setempat.
- 3) Membantu pemerintah dalam mengatasi kemiskinan dengan mengembangkan ekonomi regional.

*Community Development* bertujuan untuk mengembangkan serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia di wilayah sekitar perusahaan, mengembangkan dan meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di sekitar perusahaan seperti mendirikan fasilitas kesehatan dan sarana pendidikan. Selain itu, *community development* juga mendorong serta mengembangkan potensi kewirausahaan yang dimiliki masyarakat sekitar berbasis sumberdaya lokal.

### 3. Proses *Community Development*

Adi (dalam Rinaldy, dkk., 2017) menguraikan proses *Community Development* menjadi 7 tahapan, sebagai berikut:

#### 1) *Engagement*

*Engagement* atau persiapan adalah pendekatan paling awal pada proses *Community Development*. Pendekatan tersebut adalah tentang persiapan baik persiapan petugas maupun persiapan lapangan atau wilayah yang akan menjadi target sasaran program.

#### 2) *Assesment*

Tahap *assesment* atau pengkajian merupakan tahap mengidentifikasi berbagai permasalahan, kebutuhan, serta potensi masyarakat yang akan dikembangkan. Hal tersebut perlu dilakukan sebagai upaya untuk menemukan kebutuhan dan masalah masyarakat, mengidentifikasi potensi masyarakat, serta menilai kebutuhan dan masalah masyarakat.

#### 3) *Planning and Programming*

Tahap *planning and programming* atau perencanaan program mengacu pada kegiatan mana yang layak atau tepat dilaksanakan sesuai kebutuhan masyarakat yang akan dikembangkan. Pada tahap ini,



perusahaan juga menentukan metode, strategi, dan tolok ukur untuk keberhasilan program. Elemen pemerintahan, elemen masyarakat, elemen akademisi, dan elemen dunia usaha lain harus dilibatkan di tahapan ini untuk membantu perusahaan dalam menyusun rencana alternatif dan sistematis pada program *community development*.

#### 4) *Action plan formulating*

Tahap *action plan formulating* atau formulasi rencana aksi merupakan proses lanjutan dari tahapan sebelumnya yaitu penentuan skala prioritas terkait program mana yang akan dijalankan terlebih dahulu. Pada tahap ini *stakeholder* yang bekerjasama dengan elemen sosial harus merumuskan gagasan-gagasan secara tertulis yang berisi tujuan dari setiap program *community development* dalam bentuk proposal.

#### 5) *Implementation*

Tahap *implementation* atau pelaksanaan program merupakan proses perusahaan untuk melaksanakan suatu program sesuai dengan rencana yang telah disepakati sebelumnya. Perencanaan yang telah disiapkan sebelumnya di implementasikan sebagai komponen kunci dari konsep *Community Development* dengan melibatkan masyarakat di wilayah sekitar perusahaan.

#### 6) *Evaluation*

Tahap *evaluation* atau evaluasi merupakan tahap pemantauan dan penilaian program yang sedang dan telah dilaksanakan. Tahap ini merupakan tahap penting dalam program *Community Development* karena merupakan salah satu bentuk monitoring atau pengawasan dalam jangka pendek maupun panjang dari setiap program. Hasil dari evaluasi merupakan kontribusi positif bagi program *Community Development*. Dalam tahapan ini perusahaan akan melakukan tolok ukur keberhasilan program dengan mengumpulkan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan.

#### 7) *Termination*

Tahap *termination* atau terminasi merupakan tahap terakhir yaitu pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran karena program anggaran telah selesai dan melewati batas waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan oleh penulis di PT PLN Indonesia Power Mrica PGU, maka penulis memperoleh kesimpulan bahwa PT PLN Indonesia Power Mrica PGU melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang menjadi tugas *public relations* melalui pendekatan *Community Development*. Proses *Community Development* diuraikan melalui 7 tahapan yaitu: *Engagement, Assesment, Planning and Programming, Action Plan Formulating, Implementation, Evaluation, dan Termination*. Dalam pelaksanaan program, perusahaan menjalankan 3 pilar kegiatan yaitu *Community Assistance, Community Relations, dan Community Empowerment*. *Community Empowerment* merupakan kegiatan yang menghasilkan program unggulan dan bersifat berkelanjutan (*sustainability*) sehingga menjadi fokus pelaksanaan program *Community Development* di PT PLN Indonesia *Power Mrica PGU*.

PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU menggunakan pihak ketiga (konsultan) untuk melakukan *social mapping* yaitu mencari komunitas sasaran dan wilayah yang akan dibina dengan melibatkan seluruh *stakeholder* yang meliputi tokoh masyarakat, Forkopimda, dan lain-lain. Setelah teridentifikasi kebutuhan masyarakat dan diketahui target sasaran yang akan didampingi, perusahaan mengundang *stakeholder* untuk melakukan *Forum Group Discussion* (FGD) sebagai strategi penyusunan program yang akan dilaksanakan. Perusahaan juga menentukan skala prioritas mengenai program mana yang paling tepat untuk dilakukan terlebih dahulu sesuai kriteria perusahaan dengan menjalankan tiga pilar kegiatan. Selanjutnya masuk ke tahap evaluasi yaitu dengan cara monitoring dan evaluasi sesuai *point* pembobotan yang telah ditentukan perusahaan. Untuk kegiatan *Community Empowerment* yaitu program Pengembangan Kampung Kopi Konservasi Desa Pegunungan harus menyerahkan hasil *monev* yang dibantu oleh konsultan ke perusahaan tiap tiga bulan sekali. Tahap terakhir yaitu terminasi atau pemutusan hubungan dengan komunitas sasaran karena program kerja anggaran telah selesai dan melewati batas waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan. Tahap terminasi hanya dilakukan pada program *Community Empowerment* saja.

Keberhasilan program *Community Development* di PT PLN Indonesia Power Mrica PGU tidak lepas dari perusahaan yang menerapkan prinsip *Community Development* diantaranya demokratis yang berarti setiap keputusan berorientasi pada kepentingan masyarakat, adanya partisipasi atau pelibatan masyarakat, dan pembangunan berkelanjutan. Namun, selama periode Praktik Kerja Lapangan (PKL) terdapat kendala yang dialami penulis yaitu karena kurangnya sumber daya manusia di Divisi Keamanan dan Humas sehingga mengakibatkan tugas yang diberikan kepada penulis oleh mentor di lapangan *overload*. Tujuan dari pelaksanaan program *Community Development* PT PLN Indonesia Power Mrica PGU adalah untuk memandirikan dan menyejahterakan masyarakat yang tinggal di wilayah sekitar perusahaan. Pelaksanaan program ini juga merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar sekaligus sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan.

## **B. SARAN**

Berdasarkan pengamatan penulis selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT PLN Indonesia *Power Mrica* PGU, penulis memberikan saran berupa penambahan sumber daya manusia terutama pada Divisi Keamanan dan Humas untuk membantu (*supporting*) kegiatan *Community Development* perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Adi. (dalam Rinaldy, dkk., 2017). *Proses Community Development Pada Program Kampung Iklim Di Desa Cupang Kecamatan Gempol Kabupaten Cirebon (Studi Kasus Program Bank Sampah Dalam Program Kampung Iklim)*. <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/download/14344/6924#:~:text=Hasil%20dari%20penelitian%20ini%20menunjukkan,program%2C%20Implementasi%2C%20dan%20terminasi.> Diakses 26 Juni 2023.
- Arikunto. (2006). *Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (Outdoor Studi) Pada Mata Kuliah Manajemen Operasional*. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiQwpzXzN7\\_AhU3nGMGHef1BSoQFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fjournal.uir.ac.id%2Findex.php%2Fpeka%2Farticle%2Fdownload%2F2740%2F1520%2F%23%3A~%3Atext%3DMetode%2520observasi%2520seperti%2520yang%2520dikatakan%2Clangsung%2520pada%2520tempat%2520yang%2520diamati.&usg=AOvVaw1ERtm6zAwIqMcV AUycDXEw&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiQwpzXzN7_AhU3nGMGHef1BSoQFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fjournal.uir.ac.id%2Findex.php%2Fpeka%2Farticle%2Fdownload%2F2740%2F1520%2F%23%3A~%3Atext%3DMetode%2520observasi%2520seperti%2520yang%2520dikatakan%2Clangsung%2520pada%2520tempat%2520yang%2520diamati.&usg=AOvVaw1ERtm6zAwIqMcV AUycDXEw&opi=89978449). Diakses tanggal 25 Juni 2023.
- Budimanta.(2003).*Community Development*. <https://daffayusya.wordpress.com/tag/tahapan-community-development/>. Diakses tanggal 28 Mei 2023.
- Dunham. (1960). *Proses Community Development Pada Program Kampung Iklim Di Desa Cupang Kecamatan Gempol Kabupaten Cirebon (Studi Kasus Program Bank Sampah Dalam Program Kampung Iklim)*. <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/download/14344/6924#:~:text=Hasil%20dari%20penelitian%20ini%20menunjukkan,program%2C%20Implementasi%2C%20dan%20terminasi.> Diakses 26 Juni 2023.
- Hermansyah, Tantan. (2013). *Analisis Prinsip-prinsip Community Development Dalam Pelaksanaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang*. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwid9MH9ubb\\_AhXIzjgGHQcKBo8QFnoECA0QAw&url=http%3A%2F%2Fjurnal.radenfatah.ac.id%2Findex.php%2FAI-Basyar%2Farticle%2Fdownload%2F13083%2F4862%23%3A~%3Atext%3DSecara%2520garis%2520besar%2520terdapat%2520empat%2Cdan%2520Akuntabel%252C%2520terakhir%2520adalah%2520Keberlanjutan.&usg=AOvVaw1sDAi3NoEvd9pC0slvH\\_pV](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwid9MH9ubb_AhXIzjgGHQcKBo8QFnoECA0QAw&url=http%3A%2F%2Fjurnal.radenfatah.ac.id%2Findex.php%2FAI-Basyar%2Farticle%2Fdownload%2F13083%2F4862%23%3A~%3Atext%3DSecara%2520garis%2520besar%2520terdapat%2520empat%2Cdan%2520Akuntabel%252C%2520terakhir%2520adalah%2520Keberlanjutan.&usg=AOvVaw1sDAi3NoEvd9pC0slvH_pV). Diakses tanggal 9 Juni 2023.
- Lattimore. (2010). *Community Engagement (Pelibatan Masyarakat) Dalam Corporate Social Responsibility Melalui Program Bank Sampah*

*Kramatinggil Bersinar Pada PT. Pembangkitan Jawa Bali Unit Pembangkitan Gresik.*

[https://repository.unair.ac.id/76284/3/JURNAL\\_Fis.K.68%2018%20Iza%20c.pdf](https://repository.unair.ac.id/76284/3/JURNAL_Fis.K.68%2018%20Iza%20c.pdf). Diakses tanggal 8 Juni 2023.

Sugiono. (2017). *Implementasi dan Implikasi Full Day School Pada Pembelajaran Sosiologi Di SMAN 10 Pontianak.*

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj-idi2zt7\\_AhUg8DgGHbpiDYQQFnoECBIAQAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.untan.ac.id%2Findex.php%2Fjdpdpb%2Farticle%2Fdownload%2F32022%2F75676580576&usg=AOvVaw3BzI2cPwUIYgvgBj3XiFFo&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj-idi2zt7_AhUg8DgGHbpiDYQQFnoECBIAQAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.untan.ac.id%2Findex.php%2Fjdpdpb%2Farticle%2Fdownload%2F32022%2F75676580576&usg=AOvVaw3BzI2cPwUIYgvgBj3XiFFo&opi=89978449). Diakses tanggal 25 Juni 2023.

## **SKRIPSI**

Canfield, Bettrand R. (1964). *Fungsi Public Relations.*  
[https://www.academia.edu/6565670/Fungsi\\_dari\\_Public\\_Relations\\_menurut\\_Bettrand\\_R](https://www.academia.edu/6565670/Fungsi_dari_Public_Relations_menurut_Bettrand_R). Diakses tanggal 9 Juni 2023.

Cutlip, dkk. (dalam Maudi, 2018). *Ruang Lingkup Public Relations.*  
[https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE\\_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF). Diakses tanggal 9 Juni 2023.

Dozier dan Broom. (dalam Bairizki, 2021). *Peran Public Relations.*  
[https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE\\_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF). Diakses tanggal 9 Juni 2023.

Dozier & Broom. (dalam Ruslan, 2016). *Ruang Lingkup Public Relations.*  
[https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/241761/file\\_10-Bab-II-Landasan-teori.pdf](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/241761/file_10-Bab-II-Landasan-teori.pdf). Diakses tanggal 15 Juni 2023.

Gunawan. (2005). *Pengertian Community Development.*  
<http://e-journal.uajy.ac.id/2279/2/1KOM01979.pdf>. Diakses tanggal 4 Juni 2023.

Hairunnisa. (2015). *Tujuan Public Relations.*  
<https://eprints.umm.ac.id/35157/3/jiptumpp-gdl-maritealfi-48729-3-bab2.pdf>. Diakses tanggal 15 Juni 2023.

Jefkinks, Frank. (Maryam & Prilianti, 2018). *Pengertian Public Relations.*  
[https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE\\_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF). Diakses tanggal 9 Juni 2023.

Koentjaraningrat. (1997). *Pengertian Wawancara.*  
[https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/1582/6/151801021\\_file%2006.pdfid](https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/1582/6/151801021_file%2006.pdfid). Diakses tanggal 25 Juni 2023.



- Kriyantono. (2021). *Fungsi Public Relations*. [https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/7259/2/TEXT%20\(ISI%20DAN%20PEMBAHASAN\).pdf](https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/7259/2/TEXT%20(ISI%20DAN%20PEMBAHASAN).pdf). Diakses tanggal 9 Juni 2023.
- Kriyantono. (2008). *Tujuan Public Relations*. <https://eprints.umm.ac.id/35157/3/jiptumpp-gdl-maritealfi-48729-3-bab2.pdf>. Diakses tanggal 15 Juni 2023.
- Kusanti & Leliana. (2018). *Pengertian Public Relations*. [https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/7259/2/TEXT%20\(ISI%20DAN%20PEMBAHASAN\).pdf](https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/7259/2/TEXT%20(ISI%20DAN%20PEMBAHASAN).pdf). Diakses tanggal 9 Juni 2023.
- Marshall, Dimock. (dalam Hairunnisa, 2015). *Tujuan Public Relations*. <https://eprints.umm.ac.id/35157/3/jiptumpp-gdl-maritealfi-48729-3-bab2.pdf>. Diakses tanggal 15 Juni 2023.
- Narimawati, Anggadini, dan Ismawati. (2010). *Pengertian Dokumentasi*. <https://repositoryfisip.unla.ac.id/browse/previews/119>. Diakses tanggal 25 Juni 2023.
- Nazir. (2013). *Pengertian Studi Pustaka*. <http://repository.stei.ac.id/5449/2/BAB%20I.pdf>. Diakses tanggal 25 Juni 2023.
- Ruslan. (2013). *Peran Public Relations*. [https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE\\_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF). Diakses tanggal 9 Juni 2023.
- Seidel. (Kusanti & Leliana, 2018). *Pengertian Public Relations*. [https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE\\_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260593/FILE_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF). Diakses tanggal 9 Juni 2023.
- Winarni, Dewi. (2019). *Fungsi Public Relations*. [https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/7259/2/TEXT%20\(ISI%20DAN%20PEMBAHASAN\).pdf](https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/7259/2/TEXT%20(ISI%20DAN%20PEMBAHASAN).pdf). Diakses tanggal 9 Juni 2023.

#### **SUMBER LAIN**

- Adi, Isbandi Rukminto. (2020). *Webinar “The Fault In Our Community Development”*. <https://www.caritra.org/2020/12/04/webinar-the-fault-in-our-community-development/>. Diakses tanggal 20 Juli 2023.
- Panduan Pengelolaan Program *Community Development* (2017)

#### **RUJUKAN UNDANG-UNDANG**

- Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan  
Terbatas pasal 74 ayat 1.

## LAMPIRAN



Indonesia Power Mrica PGU  
Jl. Raya Banyumas Km.8, Banjarnegara 53471, Indonesia  
T 0286 - 597 081 - 083 F 0286 - 597044, 597100

W www.indonesiapower.co.id

Nomor : 0013/323/MRCPGU/2023  
Surat Sdr. No. : 01/E/STI/Kot/PKL/PR/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin PKL

Banjarnegara, 25 Januari 2023

Kepada :  
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi  
Jl. Laksda Adisucipto Km 6,5 No. 279,  
Caturtunggal kec. Depok Kab. Siemam  
Daerah Istimewa Yogyakarta

Menunjuk surat Saudara No. 01/E/STI/Kot/PKL/PR/2023 tanggal 10 Januari 2023 perihal seperti tersebut pada pokok surat, dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami dapat menerima permohonan mahasiswa Saudara untuk melaksanakan PKL di PT. Indonesia Power Mrica PGU dari tanggal 01 Februari s/d 31 Maret 2023. Adapun nama siswa tersebut adalah sebagai berikut

No	Nama	NIM	Program Studi	Lokasi
1.	Maya Tanti Anggraeni	20015468	Public Relations	HUMAS

Sebagai protokol kesehatan Covid-19 yang berlaku, mahasiswa yang melaksanakan Praktik Kerja di PT. Indonesia Power Mrica PGU wajib menunjukkan kartu vaksinasi Covid-19 (minimal sudah Booster) pada aplikasi Peduli.

Untuk kelancaran pelaksanaannya, agar mahasiswa Saudara berhubungan langsung dengan Supervisor Senior Pengembangan Kompetensi dan hadir tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



**INDONESIA POWER**

DAFTAR HADIR SISWA / MAHASISWA PKL  
DI PT INDONESIA POWER UNIT PEMBANGKITAN MRICA  
BULAN : MARET 2023

No.	NAMA	MARET 2023																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	Maya Tantri A	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>
	Pembimbing/Mentor	A	A	A		A	A	A	A	A		A	A	A	A	A		A	A		A		A		A	A	A	A				

Kelompok:  
Mahasiswa STIKOM Yogyakarta  
Jurusan Hubungan Masyarakat

Banjarnegara, 31 Maret 2023  
SPS PENGEMBANGAN KOMPETENSI

*[Signature]*  
RUPARYATI

**INDONESIA POWER**

DAFTAR HADIR SISWA / MAHASISWA PKL  
DI PT INDONESIA POWER UNIT PEMBANGKITAN MRICA  
BULAN : FEBRUARI 2023

No.	NAMA	FEBRUARI 2023																												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	Maya Tantri A	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>	<del>+</del>
	Pembimbing/Mentor	A	A	A		A	A	A	A	A		A	A	A	A	A		A	A		A	A	A	A		A	A			

Kelompok:  
Mahasiswa STIKOM Yogyakarta  
Jurusan Hubungan Masyarakat

Banjarnegara, 28 Februari 2023  
SPS PENGEMBANGAN KOMPETENSI

*[Signature]*  
RUPARYATI

## FORMULIR PENILAIAN

Nama Instansi / Perusahaan : PT PLN INDONESIA POWER  
 Nama Penilai : MUH. AMIN IKHSAN  
 Jabatan : ASSISTANT MANAGER KEAMANAN DAN HUMAS  
 Alamat Kantor / Perusahaan : JL. RAYA BANYUMAS KM 8 BANJARNEGARA 53471  
 Nomor Telephon : 0286 - 597091  
 Nama Mahasiswa yang dinilai : MAYA TANTRI ANGGRAENI  
 PKL/ Magang di bagian : KEAMANAN DAN HUMAS  
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 1 FEBRUARI - 31 MARET 2023

Jenis Kemampuan	Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna **				
	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Komunikasi	V				
Kerjasama	V				
Kemandirian	V				
Kreativitas	V				
Kemampuan menggunakan alat moderin	V				

\*\* Mohon diisi dengan tanda V pada kolom yang sesuai

**Komentar lain / saran – saran :**

Pemahaman dan pelaksanaan tugas yang diberikan sudah bagus, hasil pekerjaan sesuai yang diharapkan

Banjarnegara, 30 Maret 2023

Penilai



(.....  
 MUH. AMIN IKHSAN  
 .....)

Tanda Tangan & Cap Instansi / Perusahaan

### SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km.8,5 No.279, Caturtunggal Kec. Depok, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta 55281  
 Telp.0274-4533864, Website www.stikomogyakarta.ac.id, Email.humas@stikomogyakarta.ac.id



Indonesia Power Mrica PGU  
J. Raya Banjarnas Km.8, Banjarnegara 53471, Indonesia  
T 0286 - 337 081 - 043

F 0286 - 337 044, 337 100

W www.indonesiapower.co.id

### SURAT KETERANGAN

No. : 009 / Sk / 323 / MRCPGU / 2023

Berdasarkan surat PT. Indonesia Power Mrica PGU No. 0013/323/MRCPGU/2023 tanggal 25 Januari 2023 perihal Permobonan Ijin melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, PT. Indonesia Power Mrica PGU dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Maya Tamri Anggraeni  
NIM : 20015468  
Program Studi : Public Relations  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

telah melaksanakan **Praktik Kerja Lapangan** di PT. Indonesia Power Mrica PGU dari tanggal 01 Februari s/d 31 Maret 2023

Banjarnegara, 31 Maret 2023

